

EDUKASI PEMILIHAN PRODUK KOSMETIK YANG AMAN DAN HALAL DI KALANGAN MAHASISWA MUHAMMADIYAH MATARAM

Melati Permata Hati¹, Baiq Nurbaety², Yuli Fitriana³, Nur Furqani⁴, Taufan Hadi Sugara⁵, Abdul Rahman Wahid⁶, Dzun Haryadi Ittiqo⁷

^{1,2,3,4,5,6,7}Farmasi, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Mataram, Indonesia

¹mela.hatipermata@gmail.com, ²bq.tyee@gmail.com, ³yulifitriana.82@gmail.com, ⁵taufan_sehab@yahoo.com,

⁶rahman_apt@yahoo.co.id, ⁷dzun.haryadi@gmail.com

Diterima 24 November 2023, Direvisi 20 Desember 2023, Disetujui 21 Desember 2023

ABSTRAK

Kosmetika merupakan salah satu produk farmasi yang digunakan oleh semua kalangan dan pengguna kosmetika terbanyak adalah generasi milenial. Permintaan pasar akan kosmetik terus meningkat, hal ini mendorong berkembangnya industri kosmetika di Indonesia. Sehingga jenis dan merk kosmetika yang beredar di pasar terus meningkat termasuk kosmetika ilegal yang mengandung bahan berbahaya yang dilarang penggunaannya dalam kosmetika. Generasi milenial akrab dengan dunia media sosial dan akun jual beli barang online merupakan salah satu konsumen kosmetika yang perlu mendapatkan edukasi tentang cara memilih kosmetika yang aman dan halal. Oleh karena itu, tujuan dilakukannya kegiatan ini adalah untuk mengedukasi pentingnya memilih kosmetik yang aman dan halal kepada mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Mataram khususnya mahasiswa program studi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (Fisipol) yang diharapkan lebih bertemu dengan orang banyak di dalam dunia pekerjaannya. Sosialisasi ini dilakukan dengan pretes, pemberian leaflet, edukasi secara langsung dan postes kepada 20 mahasiswa. Keberhasilan kegiatan ini didapatkan dengan membandingkan hasil pretes dan postes peserta terhadap pengetahuan mengenai pemilihan kosmetik yang halal dan tersertifikasi BPOM. Kegiatan ini dinilai berhasil memperbaiki pengetahuan mengenai pemilihan produk kosmetik yang halal dan tersertifikasi BPOM semua partisipan dengan nilai rata-rata postes lebih tinggi dibandingkan pretes yaitu dengan hasil rata-rata pretes(90) dan postes(96,6).

Kata kunci: *Kosmetik ilegal; generasi milenial*

ABSTRACT

Cosmetics are a kind of pharmaceutical product that is used in all generations and millennials made up the largest share of consumers. The cosmetic product market in Indonesia has widespread increased along with the large of consumers. This condition also invited the presence of unethical market businesses that provide illegal cosmetic products with harmless components product in the Indonesian cosmetic market, including the online market. Based on this problem, the millennial generation must know how to choose halal and BPOM-labeled cosmetic products. Therefore, it is important to conduct socialization in the millennial generation. This study was educated and socialized students in Fisipol Universitas Muhammadiyah Mataram who will be working in large social communication. 20 participants were given a leaflet, pre-test, direct material presentation and post-test to 20 participants. The results of their level of understanding about choosing halal and BPOM-labeled cosmetic products was comparing means score pretest and posttest. This study reported the posttest means score (96,6) is higher than the pretest means score (90) so that education and socialization improved participant understanding in choosing halal and BPOM-labeled products.

Keywords: *illegal cosmetics; millennial generation*

PENDAHULUAN

Kosmetika merupakan salah satu produk farmasi yang digunakan setiap hari oleh wanita dan pria mulai dari bayi sampai orang dewasa (Putri, 2018). Kosmetika itu sendiri mengacu pada bahan

atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir, dan organ genital bagian luar), atau gigi dan membrane mukosa mulut, terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan,

dan/atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik (BPOM, 2011). Salah satu pengguna kosmetika terbanyak adalah anak muda atau generasi milenial. Mereka ingin selalu terlihat cantik atau berpenampilan menarik. Permintaan pasar akan kosmetik terus meningkat, hal ini mendorong berkembangnya industri kosmetika di Indonesia (Jeremy Eldwin, 2021). Sehingga jenis dan merk kosmetika yang beredar di pasar terus meningkat. Badan Pengawas Obat dan Makanan (2016) menyatakan produsen dalam upaya meningkatkan penjualan kosmetiknya melakukan iklan produk di berbagai media. Melalui iklan dapat disampaikan berbagai informasi yang berkaitan dengan keunggulan produk kepada Masyarakat (Ningrum, 2011; Arba dkk., 2023.).

Kenyataan yang ada saat ini, terdapat pelaku usaha yang tidak mentaati atau tidak mengetahui peraturan dan etika tentang cara mengiklankan produknya. Hal tersebut dapat merugikan konsumen. Selain itu, kosmetika ilegal juga banyak beredar di pasaran. Mulyawan,dkk (2013) menyatakan banyak produk kosmetika yang beredar di pasaran mengandung bahan berbahaya yang dilarang penggunaannya dalam kosmetika (Mulyawan, 2013). Bahan berbahaya tersebut umumnya ditemukan dalam produk kosmetika pemutih wajah, anti aging (Pangaribuan, 2017). Bahan berbahaya dan bahan yang dilarang penggunaannya dalam kosmetika oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan diantaranya adalah merkuri, zat warna K3, merah K.10 (rhodamin), jingga K.I (Haryanti, 2018).

Sebuah survei yang diadakan oleh Opinion Research (London) terhadap 3.814 wanita Inggris pada tahun 2010 menunjukkan hasil bahwa 73% wanita tidak mengerti sama sekali mengenai kandungan bahan yang dicantumkan dalam label bahan-bahan kosmetik yang dibeli (Cho, 2017). Belum adanya data penelitian yang dilakukan di Indonesia mengenai kebiasaan pemilihan kosmetik di Indonesia sehingga diperlukan program untuk memberikan edukasi kepada masyarakat terutama kaum wanita mengenai produk kosmetik yang aman agar masyarakat dapat terhindar dari produk kosmetik yang mengandung bahan kimia berbahaya serta dampak yang akan ditimbulkan apabila menggunakan kosmetik tersebut (Nurhan, 2017)

Kosmetik yang tidak aman tentunya memberikan efek negative pada kulit maupun anggota tubuh lainnya. Kosmetik yang halal pun menjadi syarat penting juga mengingat Indonesia merupakan negara dengan penduduk Muslim terbesar. Penggunaan kosmetik untuk kepentingan berhias hukumnya boleh dengan syarat yaitu bahan yang digunakan adalah halal dan suci, ditujukan untuk kepentingan yang dibolehkan secara syar'i dan tidak membahayakan (Rezkiari, 2019). Generasi

milenial yang akrab dengan dunia media sosial dan akun jual beli barang online merupakan salah satu konsumen pengguna kosmetika yang perlu mendapatkan edukasi tentang cara memilih kosmetika yang aman dan halal (Handriana, 2020). Oleh karena itu, tujuan dilakukannya sosialisasi ini adalah untuk mengedukasi pentingnya memilih kosmetik yang aman dan halal kepada mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Mataram khususnya mahasiswa program studi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (Fisipol), karena mahasiswa jurusan ini akan lebih bertemu dengan orang banyak didalam dunia pekerjaannya sehingga mereka pasti sering menggunakan kosmetik agar menunjang penampilan selama mereka bekerja. Dan diharapkan dapat mengetahui jenis kosmetika yang aman dan halal serta cara memilih kosmetik yang sesuai dengan kebutuhannya.

METODE

Kegiatan ini dilaksanakan di ruang kelas Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIPOL) Universitas Muhammadiyah Mataram pada 23 September 2023, pukul 11.00 WITA-selesai. Bentuk kegiatan terbagi dalam empat sesi, yakni: (a) sesi pertama berupa pretes: partisipan mengerjakan soal pretes yang telah dibagikan; (b) sesi kedua penyampaian materi edukasi pada partisipan; (c) sesi ketiga merupakan diskusi (tanya-jawab); dan (d) sesi keempat berupa postes untuk evaluasi pemahaman partisipan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan sebagai agenda rutin oleh D3 Farmasi Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Mataram sebagai pengabdian terkait edukasi Kesehatan terhadap Masyarakat. Kesempatan kali ini dilakukan di Kawasan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Mataram terkait edukasi pemilihan produk kosmetik aman dan halal yang terstandar menurut BPOM. Tema ini diangkat karena dinilai kurangnya pengetahuan Masyarakat mengenai pemilihan produk kosmetik yang halal dan aman tersertifikasi BPOM. Sehingga banyak dilaporkan kejadian permasalahan kulit akibat kesalahan dalam pemilihan kosmetik yang terbukti karena komponen dalam produk yang berbahaya. Kegiatan ini diawali dengan pemilihan Masyarakat kelompok kecil. Partisipan yang dipilih adalah sebanyak 20 mahasiswa FISIPOL program studi Ilmu Pemerintahan yang diyakini merupakan kelompok yang akan lebih sering berkomunikasi dengan masyarakat luas sehingga edukasi ini dapat tersampaikan lebih luas. Langkah dalam kegiatan ini adalah: (1) Pemberian pretes sebagai Langkah awal untuk *scoring* awal, (2) Pembagian *leaflet* dan sosialisasi mengenai produk kosmetik yang halal dan aman, (3) diskusi dengan partisipan untuk

menyamakan pemahaman, (4) sebagai penutup, dilakukan postes untuk melihat hasil dari kegiatan ini.

Dilakukan asesmen awal terkait pemahaman partisipan tentang kosmetik dengan memberikan 10 soal pilihan ganda. Hasil pretes menunjukkan rata-rata nilai sebesar 90 (tabel I). Selanjutnya, acara diisi dengan pemaparan materi edukasi dengan topik bahasan yakni pendahuluan, macam-macam kandungan bahan yang aman dan berbahaya pada kosmetik, berbagai reaksi kulit terhadap kosmetik, serta cara memilih kosmetik yang aman (Gambar 1) dengan membagikan leaflet kepada partisipan (gambar 2).

Table 1. Nilai Postes dan Pretes Partisipan

No.	Inisial Peserta	Nilai	
		Pretes	Postes
1	M.A.A	100	100
2	M.A	90	90
3	A	70	90
4	Z.T.S.B	100	100
5	M	90	90
6	M.R.S.	90	100
7	S.A	100	100
8	F.M	100	100
9	M.I.M	90	90
10	E.P	90	100
11	A.A.P	90	90
12	F.A.G	90	100
13	S.G	50	80
14	S.K.S	90	100
15	A.S	90	100
16	E.M	90	100
17	H.S	100	100
18	S.R	90	100
19	N	100	100
20	F	90	100
Rata-rata		90	96,6



Gambar 1. Penyampaian Materi Pemilihan Produk Kosmetik yang Aman dan Halal



Gambar 2. Partisipan sedang menyimak dan membaca leaflet yang dibagikan



Gambar 3. Dokumentasi Partisipan, mitra dan Penyelenggara Setelah Kegiatan Selesai

Kegiatan berjalan dengan baik dan lancar, antusias para peserta sosialisasi juga sangat bagus (Gambar 3). Kegiatan dilanjutkan dengan pengerjaan postes guna evaluasi hasil pemberian materi. Nilai pretest lebih rendah dibanding nilai posttest, dengan rata-rata dari nilai pretest sebesar 90 dan nilai dari posttest sebesar 96,5, menandakan bahwa materi yang kami sampaikan di pahami oleh para peserta, metode yang kami gunakan sudah tepat dan antusiasnya para peserta untuk bertanya pada saat sesi tanya jawab.

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan edukasi ini dapat disimpulkan bahwa masih banyak kalangan mahasiswa yang belum menyadari pentingnya memilih kosmetik yang aman dan halal; Masih kurangnya edukasi tentang kosmetik di kalangan remaja; Masih memiliki *mindset* bahwa cantik harus putih di kalangan remaja dan minimnya pengetahuan tentang cara pemilihan kosmetik yang cocok dengan kebutuhan kulit di

kalangan generasi milenial. Sehingga perlu dilakukan kegiatan edukasi tentang kosmetik aman dan halal lebih sering dan dengan kalangan yang lebih luas agar konsumen lebih memperhatikan kosmetik yang digunakan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada mitra Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik prodi Ilmu Pemerintahan Universitas Muhammadiyah Mataram.

DAFTAR RUJUKAN

- Putri, A., & Ekonomi, I. (2018). *Perkembangan Penggunaan Produk Kosmetik Di Indonesia, 2016*.
- BPOM (2019). Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 23 Tahun 2019 Tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika. Jakarta
- Jeremy Eldwin, G. K. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Produk Kosmetik Obien Surabaya Di Jawa Timur (Vol. 9, Nomor 1).
- Ningrum, Widya Rantri Wahyu. 2011. Pengaruh Persepsi Konsumen Tentang Iklan Di Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Detergen Attack Easy. Skripsi. Malang: Universitas Negeri Malang.
- Arba, M., Ode Sitti Zubaydah, W., Mahmudah, atul, Anwar, I., Mahendra Salim, A., Pulcerima, C., Syahriani Djalil, F., Dwi Cahyani, F., Islami Irwan, N., Astuti Handayani, S., Oleo, H., Hijau Bumi Tridharma Anduonohu, K., HEA Mokodompit, J., Studi Bioteknologi, P., Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, F., & Halu Oleo, U. (2023). Nomor 1, 2023. Hal. 31-36 31 | Muhammad Arba dkk. Dalam Jurnal Pengabdian Farmasi (Vol. 1, Nomor 1). Mjpf. <https://jpf.uho.ac.id/index.php/journal/index>
- Mulyawan & Suriana (2013). Tentang Kosmetik. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo. Tentang Kosmetik. 39, 134, 146-148.
- Pangaribuan, L. (2017.). Pusdibang-Ks Unimed 20 Efek Samping Kosmetik Dan Penanganannya Bagi Kaum Perempuan. Jurnal Keluarga Sehat Sejahtera, 15(2), 2017.
- Cho, S., Sohee, O., Nack In, and Young S. (2017). Knowledge and Behavior Regarding Cosmetics in Koreans Visiting Dermatology Clinics. *Ann Dermatol*, 29(2), 180-186. <https://doi.org/10.5021/ad.2017.29.2.180>
- Nurhan, A.D., Muafa, T., Rizki, N., et al. (2017). Pengetahuan Ibu-Ibu Mengenai Kosmetik yang Aman dan Bebas dari Kandungan Bahan Kimia Berbahaya. *Jurnal Farmasi Komunitas*, 4(1), 15-19.
- Rezkisari, Indira (2019). Cara Wardah Hadirkan Produk Kosmetik Halal. *Republika*. <https://ameera.republika.co.id/berita/plv4i832>

[8/cara-wardah-hadirkan-produk-kosmetik-halal](https://journal.ummat.ac.id/index.php/jce/8/cara-wardah-hadirkan-produk-kosmetik-halal). Diakses tanggal: 5 Desember 2023

Tanti Handriana. (2020, Juli 11). Perilaku Pembelian Generasi Milenial pada Produk Kosmetik. *Unair News*.

Farida, N.I., Titin, A. (2022). Edukasi Penggunaan Kosmetik Yang Aman Bagi Remaja dan Pemuda Dusun Wonorejo, Sariharjo, Ngaglik, Sleman. *Jurnal Abdi Masyarakat*. Vol 1. No.1: 26-33