

Edukasi SIMETA (Skrining Kosmetik yang Terdaftar dan Aman) di Desa Menayu Kecamatan Muntilan Kabupaten Magelang

Education on SIMETA (Registered and Safe Cosmetic Screening) in Menayu Village Muntilan, Magelang

Mira Kemila*, Lyna Lestari Indrayati, Suzan Astyamalia

Universitas Tidar

Vol. 4 No. 2, Desember 2023



DOI : 10.35311/jmpm.v4i2.279

Informasi artikel:

Submitted: 01 September 2023

Accepted: 14 Oktober 2023

*Penulis Korespondensi :

Mira Kemila

Universitas Tidar

E-mail: mir-a@untidar.ac.id

No. Hp : 081931704535

Cara Sitas:

Kemila, M., Indrayati, L. L., & Astyamalia, S. (2023). Edukasi SIMETA (Skrining Kosmetik yang Terdaftar dan Aman) di Desa Menayu Kecamatan Muntilan Kabupaten Magelang. *Jurnal Mandala Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 393-397.

<https://doi.org/10.35311/jmpm.v4i2.279>

ABSTRAK

Setiap wanita mendambakan cantik, wangi dan bersih sehingga menggunakan kosmetik untuk menunjang kebutuhan gaya hidupnya. Ada banyak kosmetik yang beredar di Indonesia, dan merupakan pasar yang menarik bagi industri kosmetik lokal maupun brand kosmetik luar negri. Percepatan digital juga mendukung pasar industri kosmetik, dengan mudahnya membuat iklan via media digital yang dapat menarik konsumen membeli. Hal ini beresiko adanya pelanggaran jika masyarakat tidak diberikan edukasi terkait kosmetik yang terdaftar dan aman. Oleh karena itu, pengabdian ini bertujuan meningkatkan pengetahuan masyarakat terhadap skrining kosmetik. Kegiatan ini dilakukan di Desa Menayu Kecamatan Muntilan dengan sasaran ibu-ibu PKK sejumlah 47 orang. Metode yang digunakan adalah ceramah, praktik penggunaan aplikasi cek BPOM. Pengetahuan dilihat dari hasil nilai pretest maupun postets, yang kemudian dilakukan rata-rata di masing-masing test dan dibandingkan. Dari hasil pretest didapatkan nilai rata-rata sebesar 6,21 dan hasil rata-rata post test sebesar 8,21. Hal tersebut menunjukkan bahwa ada peningkatan pengetahuan yang terlihat dari meningkatnya nilai hasil test.

Kata Kunci: Skrining, Kosmetik, Cek BPOM

ABSTRACT

Every woman wants to be beautiful, smell good and clean, so she uses cosmetics to support her lifestyle needs. There are many cosmetics circulating in Indonesia, and Indonesia is an attractive market for the local cosmetics industry and foreign cosmetics brands. Digital acceleration also supports the cosmetic industry market, by easily creating advertisements via digital media that can attract consumers to buy. There is a risk of violations if the public is not educated about cosmetics that are registered and safe. Therefore, this service aims to increase public knowledge of cosmetic screening. This activity was carried out in Menayu Village, Muntilan District with the target of 47 PKK women. The method used is lectures, practice using the CheckBPOM application. Knowledge is seen from the results of pretest and posttest scores, which are then averaged in each test and compared. From the pretest results, the average value was 6.21 and the posttest average result was 8.21. This shows that there is an increase in knowledge which can be seen from the increase in the value of the test results.

Keywords: Screening, Cosmetics, Check BPOM



Jurnal Mandala Pengabdian Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

PENDAHULUAN

Setiap wanita pasti mendambakan cantik, bersih dan wangi yang menjadi bagian dari gaya hidupnya. Berbagai cara dilakukan mulai dari perawatan sampai menggunakan berbagai macam kosmetik. Berdasarkan hasil penelitian di tahun 2017 menunjukkan bahwa populasi wanita sudah lebih dari 130 juta dan di era milenial ini walaupun adanya perlambatan ekonomi tetapi konsumsi wanita untuk membeli kosmetik masih tinggi (Investments, 2017). Hal ini juga didukung dengan banyaknya produk kosmetik di pasaran Indonesia. Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) menilai bahwa kosmetik adalah salah satu produk yang mendapatkan izin edar terbanyak dalam lima tahun terakhir sebanyak 411.410 produk. BPOM juga mencatat bahwa perusahaan industri kecantikan tumbuh hingga 20,6% dari tahun 2021 yang berjumlah 819 menjadi 913 di Juli 2022 (Hamasy, 2022).

Industri kosmetik diperkirakan juga akan semakin pesat dikarenakan Kementerian Perindustrian menargetkan pertumbuhan industri kosmetik di tahun 2020 menjadi Sembilan persen. Pertumbuhan tersebut bertumpu pada banyaknya jenis kosmetik dan perawatan diri. Dengan bahan baku yang melimpah, salah satu CEO produk kecantikan optimis industry kecantikan akan tumbuh diperkirakan menjadi US\$ 8,46 miliar pada tahun 2022. Ada tiga faktor pendukung yaitu besarnya penduduk Indonesia yang berusia muda yaitu usia rata-rata 28 tahun, pertumbuhan ekonomi Indonesia yang cukup baik dan media sosial yang turut berkontribusi (Kompas, 2020).

Pesatnya pertumbuhan industri kosmetik dan media sosial berdampak terhadap kurangnya pengawasan dari BPOM. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil laporan tahunan BPOM yaitu peningkatan temuan terkait penerapan CPKB yang disebabkan karena ketidakpatuhan pelaku usaha dan tidak komitmennya pelaku usaha untuk menerapkan CPKB agar mutu produk

kosmetik yang dihasilkan terjamin. Hasil pengawasan pada sarana distribusi juga masih ditemukan produk produk kosmetik yang mengandung bahan berbahaya. Banyaknya iklan yang lewat media online dibandingkan iklan konvensional berpotensi muncul iklan-iklan yang disalahgunakan oleh pelaku usaha yang tidak bertanggungjawab (Direktorat Pengawasan Kosmetik, 2022). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan getok tular elektronik sangat berpengaruh terhadap citra merek dan terhadap keputusan pembelian (Irmayanti & Annisa, 2023). Peredaran kosmetik yang pesat dan era digital yang pesat dapat menyebabkan tingginya potensi pelanggaran yang terjadi jika tidak diimbangi dengan edukasi kepada masyarakat selaku konsumen.

Berdasarkan hasil kegiatan edukasi apoteker untuk mencegah penggunaan obat palsu didapatkan bahwa hasil pretest maupun postets menunjukkan bahwa adanya perbedaan yang signifikan, artinya bahwa metode edukasi dengan praktik langsung oleh apoteker kepada masyarakat terkait obat palsu dapat berhasil meningkatkan pengetahuan secara signifikan (Suryoputri, 2018). Kecamatan Muntilan dijadikan kota jasa dan perdagangan. Hal ini dibuktikan dengan perputaran uang di kota Muntialn yang terbesar se-Kabupaten Magelang, sehingga kecamatan ini berpotensi untuk adanya peningkatan perdagangan kosmetik yang cukup tinggi. Kemudian di Desa Menayu 49,9% adalah berjenis kelamin perempuan dan Pendidikan yang paling besar adalah tamat SD sejumlah 32,26%. Berdasarkan latar belakang tersebut maka perlu diadakan edukasi terkait skrining kosmetik yang terdaftar dan aman (SIMETA) yang ditujukan kepada ibu-ibu PKK di Desa Menayu Kecamatan Muntilan Kabupaten Magelang. Edukasi ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat terhadap skrining kosmetik yang ditujukan dengan hasil pretes dan posttest peserta.

METODE

Kegiatan pengabdian Masyarakat dilakukan di Desa Menayu Kecamatan Muntilan Kabupaten Magelang. Kegiatan ini dilakukan pada hari Rabu tanggal 26 Juli 2023. Sasaran kegiatan pengabdian ini adalah ibu-ibu PKK di Desa Menayu sejumlah 47 orang.

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah ceramah, praktik penggunaan aplikasi cek BPOM dan menguji pengetahuan peserta tentang materi yang disampaikan (pretest dan posttest). Materi pengabdian berisi : pengenalan tentang kosmetik, pengenalan aplikasi BPOM Mobile dan pengenalan cara melakukan pengecekan kemasan, label, izin edar dan kadaluwarsa pada produk kosmetik. Media yang digunakan adalah power point pada saat sesi sosialisasi, contoh produk kosmetik, kuisioner (pre test dan post tets), dan aplikasi BPOM mobile di HP atau web. Tahapan kegiatan pengabdian adalah :

1. Pembagian pretest
2. Edukasi kepada peserta
3. Pembagian posttest
4. Pelaksanaan praktik aplikasi BPOM

Capaian hasil pengabdian Masyarakat ini dapat dilihat dari peningkatan pengetahuan Masyarakat tentang bahan alam dalam kosmetik dan cara pengecekan kemasan, label, izin edar dan kadaluwarsa kosmetik. Hasil pretest dan posttest ditabulasi dalam bentuk rata-rata nilai untuk melihat peningkatan pengetahuan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian masyarakat adalah kegiatan untuk menyebarluaskan ilmu pengetahuan dan teknologi kepada masyarakat. Pada pengabdian masyarakat mengenai edukasi SIMETA ini dilakukan agar terjadi peningkatan pengetahuan dan perhatian masyarakat terhadap produk kosmetik yang banyak dijual serta dapat menunjukkan secara langsung penggunaan teknologi aplikasi BPOM dalam mengecek kosmetik yang aman. Dari kegiatan ini diharapkan mampu memberikan nilai tambah masyarakat yaitu merubah perilaku

dalam memilih produk kosmetik yang aman. Peserta yang hadir sebanyak 47 peserta yang 100% Wanita (ibu-ibu PKK). Usia peserta yang hadir beragam, yang dapat terlihat dari Tabel 1.

Tabel 1. Usia Peserta

No.	Usia (tahun)	Jumlah
1.	26-35	10
2.	36-45	8
3.	46-55	10
4.	56-65	12
5.	>65	7

Berdasarkan penelitian rentang usia 20-35 tahun merupakan rentang usia yang memiliki pengetahuan cukup dalam penggunaan kosmetik. Rentang usia dewasa yang banyak menggunakan kosmetik (Ningrum & Masruroh, 2020). Hal tersebut juga dapat terlihat dari banyaknya ibu ibu PKK berada di rentang usia dewasa yang memiliki ketretarikan dalam mengikuti edukasi mengenai kosmetik. Ibu-Ibu PKK desa Menayu 70,21% adalah ibu rumah tangga dan sisanya adalah pekerja. Status pekerjaan peserta dapat dilihat di Tabel 2.

Tabel 2. Status pekerjaan peserta

No.	Pekerjaan	Jumlah
1.	Ibu rumah tangga	33
2.	Wiraswasta	6
3.	Buruh	5
4.	Perawat	1
5.	Pensiunan	2

Ibu rumah tangga walaupun hanya di dalam rumah tetapi juga ingin berpenampilan menarik dengan kulit yang putih, bersih dan mulus. Hal tersebut merupakan faktor pembelian kosmetik. Kosmetik yang mereka beli didapatkan dari informasi salon, internet, teman dan iklan. Hal tersebut yang mendukung perlunya edukasi mengenai kosmetik yang aman.

Kegiatan pengabdian ini diawali dengan pemaparan materi terkait apa itu kosmetik dapat dilihat di Gambar 1. Masyarakat

dijelaskan bahwa kosmetik adalah bahan atau sediaan yang dimaksudkan digunakan pada bagian luar tubuh manusia yang berfungsi untuk membersihkan, mewangi, mengubah penampilan dan atau memperbaiki bau badan. Bahan kosmetik itu sendiri bisa berasal dari bahan alam dan atau sintetik. Pada pengabdian ini juga dipaparkan bahan-bahan yang berbahaya jika digunakan sebagai bahan untuk kosmetik. Bahan berbahaya tersebut adalah hidrokuinon, merkuri, merah K3 dan timbal yang dapat berefek karsinogenik (Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 17 Tahun 2022 Tentang Perubahan Atas Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 23 Tahun 2019 Tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika, 2022). Masyarakat dijelaskan pentingnya mengamati kandungan di dalam kosmetik yang dimiliki. Masyarakat juga diminta untuk lebih hati-hati jika menggunakan kosmetik yang secara instan mampu membuat warna kulit berubah seketika menjadi putih. Hal itu karena bahan berbahaya seperti hidrokuinon dapat berefek mencerahkan kulit.



Gambar 1. Pemaparan materi oleh narasumber

Setelah pemaparan materi oleh narasumber dilanjutkan dengan sesi diskusi. Antusias masyarakat ditunjukkan dengan banyaknya pertanyaan yang dilontarkan. Dari hasil diskusi tersebut didapatkan bahwa kosmetik yang sering digunakan ibu-ibu PKK peserta kegiatan adalah bedak wajah, lipstik, pembersih muka, alas bedak, *sunscreen*,

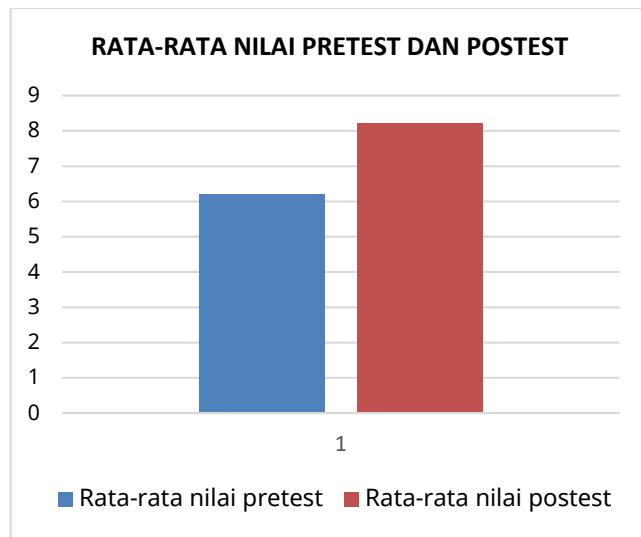
pelembab, handbody dan cuci muka. Ibu-Ibu tersebut membeli atau memilih kosmetik berdasarkan iklan di media sosial dan dari kerabat atau teman. Kemudian, diadakan praktik penggunaan mobile BPOM untuk mengecek apakah kosmetik yang digunakan sudah terdaftar di BPOM atau belum. Sesi ini diawali dengan memberitahukan cara membuka aplikasi tersebut yang bisa dilakukan dengan mendownload aplikasi cek BPOM atau di situs BPOM www.cekbpom.pom.go.id. Masyarakat antusias mempraktekkan dengan menggunakan kosmetik yang disiapkan dan kosmetik yang dibawa oleh ibu-ibu PKK sendiri dapat terlihat di gambar 2. Tetapi pada sesi ini juga ada kendala dimana tidak semua ibu-ibu PKK yang hadir memiliki *smartphone* yang dapat untuk mendownload aplikasi cekBPOM atau situs cekBPOM.



Gambar 2. Praktek penggunaan aplikasi cekBPOM

Pengukuran pengetahuan dilakukan dengan cara menilai hasil pretest dan posttes yang diberikan. Nilai dirata-ratakan, kemudian dibandingkan antara pretest dan posttes. Rata-rata nilai tersebut ditampilkan dalam grafik pada gambar 3. Dari gambar 3 dapat dilihat bahwa adanya peningkatan rata-rata nilai dari jawaban soal pretest dengan posttest. Rata-rata nilai pretest adalah 6,21 dan rata-rata nilai posttes adalah 8,21. Sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa edukasi yang dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan dapat diterima baik oleh masyarakat. Terlebih hal ini dilakukan dengan

adanya praktik langsung menggunakan aplikasi cekBPOM. Hasil kegiatan edukasi apoteker untuk mencegah penggunaan obat palsu menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan.



Gambar 3. Rata-rata nilai pretest dan posttest

KESIMPULAN

1. Pengabdian ini merupakan edukasi yang dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat terhadap kosmetik dan skrining kosmetik (terdaftar dan aman) ditunjukkan dari peningkatan rata-rata nilai pretest dan posttest.
2. Kelemahan kegiatan ini adalah kurangnya jumlah masyarakat yang terlebat sehingga tidak dapat terlihat signifikansi peningkatan pengetahuan masyarakat
3. Perlu adanya pengembangan metode edukasi SIMETA dengan menggunakan metode CBIA (*Community Based Interactive Approach*)

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada perangkat desa Menayu Kecamatan Muntilan Kabupaten Magelang yang memberikan ijin dilaksanakan kegiatan pengabdian ini. Ucapan terima kasih pula disampaikan kepada ibu-ibu PKK Desa Menayu atas kehadiran dan antusiasnya dalam mengikuti acara pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 17 Tahun 2022 tentang

Perubahan Atas Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 23 Tahun 2019 tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika, (2022).

Direktorat Pengawasan Kosmetik. (2022). *Laporan Tahunan 2022 Direktorat Pengawasan Kosmetik*. <https://waskos.pom.go.id/report/browse/annual>

Hamasy, A. I. Al. (2022). *Industri kecantikan tanah air punya prospek bagus*. [Www.Kompas.Id](http://www.kompas.Id). <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2022/10/25/bpom-menilai-industri-kosmetik-akan-tetap-berkembang>

Investments, I. (2017). *Cosmetics Indonesia: Rising Demand for Beauty & Personal Care Products*.

Irmayanti, S., & Annisa, I. T. (2023). Peran Mediasi Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Lokal pada Wanita Urban. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 4(1), 106–116. <https://doi.org/10.31289/JIMBI.V4I1.1774>

Kompas. (2020). *Perubahan gaya hidup dorong industry kosmetik*. [Kemenperin.Go.Id](http://kemenperin.go.id/artikel/21460/Perubahan-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-Kosmetik). <https://kemenperin.go.id/artikel/21460/Perubahan-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-Kosmetik>

Ningrum, C., & Masruroh. (2020). Analisis Pengetahuan Wanita Usia Subur tentang Bahaya Bahan Kosmetik pada Kesuburan di Klinik Kecantikan Kanaya. *Indonesian Journal of Midwifery (IJM)*, 3(1 SE-Articles). <https://doi.org/10.35473/ijm.v3i1.315>

Suryoputri, M. W. (2018). Peningkatan Pengetahuan Kader Pkk Terkait Obat Palsu Melalui Edukasi Apoteker Di Desa Pliken, Banyumas. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(12), 1067–1070. <http://jurnal.unpad.ac.id/pkm/article/view/20469>