

**EDUKASI MASYARAKAT  
MENGENAI PELAPORAN EFEK  
SAMPING KOSMETIKA**

Shelly Taurhesia, Yunahara Farida,  
Chaidir, Siti Umrah, Ratna Djamil

Fakultas Farmasi,  
Universitas Pancasila

Received : 12/8/2022

Revised : 19/8/2022

Accepted : 30/9/2022

\*Corresponding author

Shelly Taurhesia

Email:

shellytaurhesia@univpencasila.ac.id

**Abstraksi**

Kesadaran masyarakat untuk melaporkan efek samping kosmetik masih sangat rendah, padahal kosmetika digunakan setiap hari oleh berbagai lapisan masyarakat mulai dari bayi hingga lanjut usia, baik laki-laki dan perempuan. Ditambah inovasi kosmetik termasuk penggunaan bahan-bahan baru, relatif lebih cepat dibanding sediaan farmasi lainnya. BPOM sudah mengeluarkan Peraturan BPOM No. 26/2019 tentang Mekanisme Monitoring Efek samping Kosmetik (MESKOS), bahkan membentuk *agent of change* Pelaporan Efek Samping Kosmetik untuk meningkatkan efektivitas pelaporan.

**Tujuan:** Pengabdian kepada Masyarakat yang terintegrasi ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada konsumen mengenai : 1) slogan Cek KLIK dari BPOM untuk memilih kosmetika; 2) adanya resiko efek samping kosmetika 3) mengenalkan *tools* serta cara melaporkan efek samping ke Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM).

**Metode:** diawali dengan pemetaan calon peserta baik komunitas dan individu, penyesuaian materi agar mudah diikuti peserta yang beragam, dan memperhatikan susunan acara agar peserta mengikuti acara hingga selesai, dengan membuat *Post Test* menjadi bentuk permainan yang dilombakan. Kegiatan PKM dilaksanakan tanggal 18 Juni 2022, diikuti oleh lebih dari 400 peserta baik melalui zoom serta *live streaming* melalui youtube <https://youtu.be/sVmHgSPvZ4I>.

**Kesimpulan:** hasil evaluasi dari 222 peserta individu atas manfaat, efektivitas nara sumber dalam menyampaikan materi serta nilai keseluruhan mendapat rata-rata diatas 4,6 skala 5, sedangkan hasil pengukuran kepuasan mitra kerjasama dari 3 komunitas diperoleh nilai 5 skala 5. Acara ini diunggah dibeberapa media social seperti IG, FB dan mendapat respons positif

**Keywords:** *Kosmetik; efek samping; pelaporan; aplikasi EsKos*

**Abstract**

Public awareness to report adverse event of cosmetic is still very low, even though cosmetics are used every day by various levels of society ranging from infants to the elderly, both men and women. Moreover, cosmetic innovations including the use of new ingredients, relatively faster than other pharmaceutical preparations. BPOM has issued BPOM Decree No. 26/2019 concerning Mechanism of Monitoring Adverse Event Cosmetic (MESKOS) and formed an agent of change for Reporting Adverse Event Cosmetic to improve reporting effectiveness.

**Objectives:** This Community Service aims to educate consumer about 1) BPOM's slogan Cek Klik in helping them selecting cosmetics wisely; 2) the risk of having adverse event on cosmetic ; 3) getting to know the tools and how to report this adverse event to BPOM .

**Methods:** starting with mapping the potential participants, both

community and individual, adjusting the material so that it is easy for various participants to follow, and paying attention to the arrangement of events so that participants follow the event until it is finished, by inserting the games that are contested. The PKM activity was held on June 18, 2022, attended by more than 400 participants both via zoom and live streaming via youtube <https://youtu.be/sVmhgSPvZ4I>.

Conclusion: the evaluation result of 222 individual participants on the benefits, effectiveness of resource persons in delivering the material and the overall score got an average of more than 4.6 on a scale of 5, while the results of measuring the satisfaction of cooperation partners from 3 communities obtained a score of 5 on a scale of 5. This event was uploaded in several social media like IG, FB and get a positive response

*Keywords: cosmetics; adverse event; reporting; EsKos apps*

© 2022 Penerbit LPPM UP. All rights reserved

## 1. PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Kosmetika merupakan salah satu sediaan farmasi, namun berbeda dari sediaan farmasi lainnya seperti obat, obat tradisional, suplemen kesehatan dan obat kuasi yang harus diregistrasi dan dievaluasi secara penuh untuk mendapatkan **No Ijin Edar**, kosmetika hanya perlu dinotifikasi (1). Jumlah persetujuan notifikasi kosmetika setiap bulannya atau jumlah kumulatif selama 5 tahun selalu lebih tinggi dibandingkan jumlah persetujuan sediaan farmasi lainnya serta jumlah persetujuan makanan dan minuman (2). Hal ini menggambarkan kecepatan inovasi kosmetika. Kosmetika adalah bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia seperti epidermis, rambut, kuku, bibir dan organ genital bagian luar, atau gigi dan membran mukosa mulut terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan dan/atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik (1). Kosmetika digunakan setiap hari oleh setiap lapisan masyarakat mulai dari bayi hingga lanjut usia dan tidak memandang gender, baik laki-laki dan perempuan menggunakan pasta gigi, sabun mandi dan shampoo setiap hari. Pada setiap rapat *ASEAN Cosmetic Committee* (ACC) yang dihadiri oleh para regulator kosmetika di negara ASEAN, seperti BPOM yang mewakili Indonesia, dibahas

usulan ACSB (*ASEAN Cosmetic Scientific Body*) atas kajian keamanan serta kemanfaatan bahan-bahan kosmetik yang baru. Meskipun data keamanan tersebut sudah dikaji oleh SCCS (*Scientific Committee for Consumer Safety*) yaitu pakar di Uni Eropa ataupun oleh CIR (*Cosmetic Ingredient Review*) di Amerika dan sudah diadopsi menjadi regulasi di Eropa ataupun di Amerika. Namun faktor lingkungan, tingkat edukasi serta kondisi konsumen yang berbeda akan memberikan kemungkinan terjadinya efek yang tidak diinginkan. Meskipun sudah ada Peraturan BPOM No. 26/2019 tentang Mekanisme Monitoring Efek Samping Kosmetika (3), namun hingga saat ini partisipasi dari masyarakat serta tenaga Kesehatan dalam memberikan laporan ke Badan POM masih rendah. Efek yang tidak diinginkan ada 2 macam, yaitu:

- Efek Tidak Diinginkan Serious adalah efek yang tidak diinginkan setelah penggunaan normal **Kosmetika** yang menyebabkan kematian, mengancam jiwa, membutuhkan rawat inap, atau menyebabkan cacat permanen, tanpa harus diketahui hubungan sebab akibat terlebih dahulu.
- Efek Tidak Diinginkan Non-Serious adalah efek yang tidak diinginkan setelah penggunaan normal **Kosmetika** yang tidak menyebabkan kematian, tidak mengancam jiwa, tidak membutuhkan rawat inap, atau tidak menyebabkan cacat permanen, tanpa

harus diketahui hubungan sebab akibat terlebih dahulu (3).

Dalam rangka meningkatkan efektifitas pelaporan efek samping, pada tanggal 19 Oktober 2021, Direktorat Pengawasan Kosmetika - Deputi 2 Badan POM membentuk *agent of change* Pelaporan Efek Samping Kosmetika yang melibatkan tenaga-tenaga Kesehatan serta Asosiasi profesi Ikatan Apoteker Indonesia (IAI). Acara pembentukan *agent of change* diunggah di kanal youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=JT4T063jFc> (4).

Pada masa pandemik covid-19 terjadi peningkatan belanja *on-line*, dan hasil inspeksi BPOM ditemukan kosmetika ilegal di *marketplace*. Hal ini mendorong perlunya diadakan PKM untuk mengenalkan slogan Cek KLIK kepada masyarakat agar dapat memilih kosmetika yang legal dan baik, terutama bagi para Ibu Rumah Tangga yang terpaksa melakukan pembelian secara *on-line*, serta para remaja yang menduduki tingkat tertinggi dalam melakukan belanja *on-line* meskipun dengan keterbatasan dana yang mereka miliki. Kebanyakan para remaja menggunakan kosmetik hanya karena dipengaruhi teman-temannya. Ditambah dengan cepatnya inovasi kosmetika yang menggunakan bahan-bahan baru maka perlu ditingkatkan pula kesadaran masyarakat untuk melaporkan adanya efek yang tidak diinginkan.

## 2. METODE PELAKSANAAN

Panitia melakukan survey awal ke beberapa Komunitas, dan melakukan tanya jawab terkait Kosmetika dan efek sampingnya. Diperoleh 3 (tiga) mitra yang tertarik dan setuju untuk mengikuti kegiatan PKM melalui daring yaitu Ibu Rumah tangga di Bojong gede – Bogor, Majelis ta'lim Baabul maghfiroh di Serang dan mahasiswa farmasi S1 StiKes Salsabila di Serang.

Hasil tanya Jawab dengan mitra digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan materi edukasi masyarakat mengenai Efek samping Kosmetika, sebagai berikut :

1. Cerdas memilih Kosmetik melalui belanja *off-line*
2. Cerdas memilih Kosmetika melalui belanja *on-line*
3. Efek Samping Kosmetik (5)
4. Pelaporan Efek Samping Kosmetika (3)
5. Demo Laporan Efek samping Kosmetika menggunakan aplikasi BPOM “EsKos”

Dengan mempertimbangkan beragamnya peserta, maka durasi untuk masing-masing materi dibatasi, juga diselipkan permainan yang dilombakan agar peserta mengikuti acara hingga selesai.

Untuk memudahkan penyebaran informasi mengenai kegiatan PKM, Panitia membuat *flyer*, seperti dalam Gambar 1 dibawah. Setelah 5 (lima) hari penyebaran *flyer*, Panitia terpaksa menutup pendaftaran karena 423 peserta sudah melakukan pendaftaran di Gform, sedangkan kapasitas zoom hanya 300 peserta.



Gb. 1 Flyer PKM Edukasi Pelaporan Efek Samping

## 3. PELAKSANAAN

Acara Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) **Edukasi Masyarakat mengenai Pelaporan Efek Samping Kosmetik** dilaksanakan secara daring pada hari/tanggal: Sabtu, 18 Juni 2022. Panitia dan para nara sumber berkumpul di aula Fakultas Farmasi sejak jam 8.30 untuk melakukan pengecekan suara, layar dan gladi resik. Acara ini diikuti oleh 300 peserta melalui zoom dan selebihnya *live streaming* melalui kanal youtube <https://youtu.be/sVmhgSPvZ4I>. Tepat pukul 10.00 pagi, MC membuka acara yang diawali dengan Kata Sambutan dari DR. apt. Dian Ratih L M. Biomed selaku plt. Dekan Fakultas Farmasi Universitas Pancasila, kemudian dibuka oleh Prof. DR. apt. Ratna Djamil M.Si Ketua Prodi Magister Farmasi FF UP. MC kemudian menyerahkan acara ke moderator untuk memandu sesi presentasi. Materi pertama adalah Cerdas memilih Kosmetik belanja melalui *offline* yang dibawakan oleh DR. apt. Siti Umroh Noor, MSi, dan materi kedua belanja melalui *on-line* oleh apt. Maria Yedida Ardi S.Farm. Sebelum penyampaian materi ke-3, acara diselingi dengan permainan *wheel of name* dengan memanggil 3 (tiga) orang pemenang. Materi berikutnya adalah Efek Samping Kosmetik yang dibawakan oleh apt. Dra. Shelly Taurhesia, PhD, dilanjutkan dengan materi ke-4 tentang Pelaporan Efek Samping yang disampaikan oleh Dr. Rer. nat. Chaidir apt. dan materi terakhir adalah demo aplikasi Badan POM EsKos khususnya demo "lapor cepat" efek samping kosmetik yang diperuntukkan bagi konsumen. Moderator memberikan waktu 45 menit untuk sesi Tanya Jawab. Dari 30 pertanyaan yang masuk dipilih 3 orang penanya terbaik. Kemudian moderator menyerahkan kembali acara kepada MC, yang kemudian melanjutkan dengan *Post Test* untuk melihat efektivitas penyampaian materi. *Post Test* dikemas menjadi sebuah permainan menggunakan aplikasi Quiziz, sehingga bisa diikuti oleh seluruh peserta, dan bagi 3 orang peserta yang menjawab dengan benar dan cepat berhak mendapat hadiah. Pada pukul 12.45, MC menutup acara PKM Edukasi Masyarakat mengenai Efek samping Kosmetik.

#### 4. HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengenai Efek samping Kosmetik dilaksanakan dengan baik, bahkan lebih dari 400 orang peserta antusias mendaftar, namun panitia terpaksa menutup pendaftaran, seminggu sebelum acara dilaksanakan.

Keterlibatan mahasiswa sebagai nara sumber menunjukkan bahwa tujuan umum PKM ini tercapai, yaitu mengintegrasikan Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian kepada masyarakat. Dari pertanyaan yang diterima, terlihat bahwa tujuan khusus kegiatan pengabdian masyarakat juga tercapai, yaitu :

1. mengenakan slogan Cek KLIK dari BPOM yang membantu konsumen dalam memilih kosmetika;
2. adanya resiko efek samping kosmetika
3. mengenakan *tools* serta cara melaporkan efek samping ke Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM).

Hasil evaluasi acara PKM dari peserta individu dapat dilihat dalam Table 1, sedangkan pengukuran dari mitra dapat dilihat dalam Tabel 2. Nilai rata-rata yang diberikan oleh 222 peserta individu adalah diatas 4,63 dari skala 5, sedangkan pengukuran kepuasan mitra kerjasama yang terdiri atas 5 (lima) dimensi, yaitu *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty* Nilai Harapan sama dengan Nilai Kenyataan, yaitu 5 dari skala 5

Kegiatan PKM ini diunggah di beberapa media sosial dan banyak yang melihat serta memberikan response positif, diantaranya:

- <https://youtu.be/sVmhgSPvZ4I>
- <https://www.instagram.com/reel/Cf8wq2Vl5ak/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
- [https://m.facebook.com/story.php?story\\_fbid=2303682349798077&id=100004690029697](https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=2303682349798077&id=100004690029697)
- <https://vt.tiktok.com/ZSRdUJr4H/?k=1>
- <https://www.instagram.com/p/CfD1YESDml4MPCHHPZJdoRv8OLyqbakilmed840/?igshid=MDJmNzVkMjY=>
- <https://www.facebook.com/100000485433264/videos/1344613912729914/>



- [https://www.instagram.com/reel/Cf8zhVdFoRU/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/reel/Cf8zhVdFoRU/?utm_source=ig_web_copy_link)
- <https://www.facebook.com/100001814890872/posts/pfbid0yKLx6hYGS2KwaXiZJuZ7SHr69RjBhqmLk9G4zXVh18pm9iDjNMUoS3wJDK5FJ6yFI/?d=n&mibextid=Ps9Vym>
- <https://www.instagram.com/p/Ce8dTAQPV9z/?hl=en>

**Tabel 1. Rangkuman hasil evaluasi dari 222 peserta individu atas acara PKM**

Jumlah peserta (orang)	e-Sertifikat dikirim via email	Kesesuaian materi dengan kebutuhan	Waktu dan Penyajian Materi	Cara Penyajian Materi	Penyelenggaraan Acara Secara Keseluruhan
<b>222</b>	<b>Ya</b>	<b>4,707207</b>	<b>4,630631</b>	<b>4,675676</b>	<b>4,68018</b>

**Tabel 2. Pengukuran Kepuasan Mitra Kerjasama**

No.	Dimensi	Butir Pertanyaan	Harapan					Kenyataan				
1.	Tangible	FFUP memiliki prosedur kerjasama yang jelas	1	2	3	4	X	1	2	3	4	X
2.		MoU/perjanjian/kesepakatan kerjasama antara FFUP dengan Mitra jelas	1	2	3	4	X	1	2	3	4	X
3.		Kerjasama yang disepakati menghasilkan luaran/outcome yang bermanfaat bagi mitra	1	2	3	4	X	1	2	3	4	X
4.	Reliability	Kelengkapan waktu proses sampai dengan adanya kesepakatan kerjasama/MoU sudah sesuai dengan prosedur kerjasama	1	2	3	4	X	1	2	3	4	X
5.		Kelengkapan pelaksanaan kerjasama sesuai dengan dengan kesepakatan	1	2	3	4	X	1	2	3	4	X
6.	Responsiveness	Kelengkapan luaran/outcome sesuai kebutuhan	1	2	3	4	X	1	2	3	4	X
7.		FFUP merespon mitra dalam kerjasama secara cepat	1	2	3	4	X	1	2	3	4	X
8.		FFUP merespon kebutuhan mitra secara cepat	1	2	3	4	X	1	2	3	4	X
9.	Assurance	FFUP merespon keluhan mitra secara cepat	1	2	3	4	X	1	2	3	4	X
10.		FFUP memberikan pelayanan kerjasama dengan baik	1	2	3	4	X	1	2	3	4	X
11.		Komunikasi antara FFUP dengan mitra kerjasama terjalin dengan baik	1	2	3	4	X	1	2	3	4	X
12.	Empathy	FFUP memberikan solusi permasalahan mitra dengan baik	1	2	3	4	X	1	2	3	4	X
13.		Kompetensi SDM yang terlibat pelaksanaan kerjasama sangat baik	1	2	3	4	X	1	2	3	4	X
14.		FFUP memahami keluhan mitra dalam kerjasama dengan baik	1	2	3	4	X	1	2	3	4	X
15.	Empathy	SDM yang terlibat dalam pengajuan kerjasama antara FFUP dengan mitra memiliki sikap yang baik	1	2	3	4	X	1	2	3	4	X
16.		SDM yang terlibat dalam pelaksanaan kerjasama antara FFUP dengan mitra memiliki sikap yang baik	1	2	3	4	X	1	2	3	4	X
17.	Saran-saran anda untuk kemajuan kami : <b>lebih sering memberikan edukasi ke masyarakat</b>											

Bogor, 21 Juni 2022



- [https://m.facebook.com/story.php?story\\_fbid=pfbid0hTo6tEfuZUPyTrQgYvXhj3uzfgVD](https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=pfbid0hTo6tEfuZUPyTrQgYvXhj3uzfgVD)

akut  
Efek  
camping tersebut memberikan manfaat bagi para peserta baik peserta individu ataupun

peserta komunitas. Kegiatan ini diunggah diberbagai sosial media dan mendapat response positif

Penulis berharap kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini akan membantu Badan POM dalam melakukan pengawasan serta dalam melakukan pengkajian keamanan atas penggunaan bahan kosmetik, sehingga perlu dilakukan untuk jumlah peserta yang lebih banyak.

### **UCAPAN TERIMAKASIH**

Kegiatan PKM Edukasi Masyarakat mengenai Efek Samping Kosmetik mendapat dana hibah anggaran tahun 2022 dari Universitas Pancasila

### **DAFTAR PUSTAKA**

1. Peraturan Menteri Kesehatan No. 1175 tahun 2010 tentang Notifikasi Kosmetika
2. Jumlah Notifikasi Kosmetika  
<https://www.pom.go.id/new/>
3. Peraturan Badan POM No. 26 tahun 2019 tentang tentang Mekanisme Monitoring Efek Samping Kosmetika
4. Acara BPOM Pembentukan *agent of change* Pelaporan Efek Samping Kosmetika  
<https://www.youtube.com/watch?v=JT4T063jFc>
5. Khan AD, Alam MN. Cosmetics And Their Associated Adverse Effects: A Review. Journal of Applied Pharmaceutical Sciences and Research, 2019; 2(1): 1-6