BAB IV

LAPORAN PENELITIAN

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum

Dalam penelitian ini, penulis menetapkan lokasi penelitian di Balai Besar Pengawasan Obat dan Makanan (BBPOM) di Banjarbaru yang beralamat di Jl. Bina Praja Utara, Kelurahan Palam, Kecamatan Cempaka, Kota Banjarbaru, Kalimantan Selatan 70732.

Berikut profil Balai Besar Pengawasan Obat dan Makanan (BBPOM):

a. Balai Besar Pengawasan Obat dan Makanan (BBPOM)

BBPOM memiliki peran yang sangat penting dalam menjamin bahwa setiap produk obat dan makanan yang beredar di Indonesia telah memenuhi standar keamanan, khasiaat/manfaat, serta mutu sesuai dengan ketentuan yang berlaku, BPOM memegang peranan strategis dalam sistem kesehatan nasional dengan memastikan bahwa setiap produk yang beredar telah melalui proses evaluasi secara menyeluruh terhadap aspek keamanan, mutu, dan efektivitas. Upaya tersebut bertujuan untuk memberikan perlindungan kepada masyarakat dari produk yang berpotensi membahayakan kesehatan, sekaligus meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk obat dan makanan yang beredar dipasaran.

Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan (BBPOM) di Banjarbaru merupakan Unit Pelaksana Teknis (UPT) dari BPOM, yang tugas seta kewenangannya diatur dalam Peraturan BPOM no. 19 tahun 2023 tentang organisasi dan tata kerja unit pelaksana teknis di lingkungan BPOM (BNRI tahun 2023 no. 611), sebagaimana telah diubah melalui Peraturan BPOM Nomor 3 Tahun 2025 (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2025 Nomor 39).

Peraturan BPOM Nomor 3 Tahun 2025 tersebut tidak hanya mengatur perubahan nomenklatur dari BBPOM di Banjarmasin menjadi BBPOM di Banjarbaru, tetapi juga menyesuaikan dengan Lokasi kantor baru yang beralamat di Jalan Bina Praja Utara, Komplek Perkantoran Provisi Kalimantan Selatan, Kecamatan Cempaka, Kota Banjarbaru. Selain itu, peraturan tersebut juga menetapkan wilayah kerja BBPOM di Banjarbaru

Berdasarkan pembagian wilayah kerja UPT. BBPOM di Banjarbaru meliputi 7 (tujuh) dari total 13 (tiga belas) kabupaten/kota di Provinsi Kalimantan Selatan, yaitu kota banjarbaru, Kota Banjarmasin, kabupaten banjar, kabupaten tanah laut, kabupaten barito kuala, kabupaten tapin, kabupaten hulu sungai selatan. sementara itu, 4 (empat) kabupaten lainnya menjadi wilayah kerja balai pom di tabalong, yaitu, kabupaten tabalong, kabupaten balangan, kabupaten hulu sungai utara, dan kabupaten hulu sungai tengah. Adapun 2 (dua) Kabupaten sisanya, yaitu Kabupaten Tanah Bumbu dan Kabupaten

Kotabaru, termasuk dalam wilayah kerja Loka POM Kabupaten Tanah Bumbu.

b. Visi, Misi dan Tujuan

Balai Besar Pengawasan Obat dan Makanan (BBPOM) di Banjarbaru, sesuai dengan tugas dan fungsinya, merupakan Unit Pelaksana Teknis (UPT) yang mempunyai tugas melaksanakan kegiatan teknis operasional dibidang pengawasan sediaan farmasi dan pangan olahan. Pelaksanaan tugas tersebut diarahkan untuk mendukung pencapaian visi BPOM periode 2025-2029, yaitu:

"Terwujudnya sediaan farmasi dan pangan olahan yang aman, bermutu, dan berdaya saing dalam mendukung masyarakat yang sehat dan sejahtera bersama Indonesia maju menuju Indonesia emas 2045"

Dalam rangka mewujudkan visi yang telah ditetapkan, BBPOM di Banjarbaru menetapkan empat misi strategis sebagai pedoman dalam penyelenggaraan tugas, pelaksanaan operasional, serta penyusunan strategis organisasi, dengan tetap mengacu pada arah kebijakan presiden. Adapun misi BBPOM di Banjarbaru periode 2025-2029 adalah sebagai berikut:

a. Meningkatkan efektivitas pengawasan terhadap sediaan farmasi dan pangan olahan, serta memeperkuat upaya penindakan terhadap kejahatan dibidang tersebut melalui sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat.

b. Mendukung percepatan pengembangan industri sediaan farmasi dan pangan olahan, termasuk UMKM guna membangun struktur ekonomi yang produktif, mandiri dan berdaya saing.
c. Meningkatkan kapasitas masyarakat dibidang sediaan farmasi dan pangan olahan melalui mengembangkan kemitraan dengan berbagai pemangku kepentingan.
d. Mewujudkan tata kelola pemerintahan yang bersih, efektif, akuntabel dan terpercaya dalam rangka memberikan pelayanan publik yang berkualitas di bidang sediaan farmasi dan pangan olahan.

Untuk mendukung terwujudnya visi serta pelaksanaan misi tersebut, BBPOM di Banjarbaru juga menetapkan tujuan strategis periode 2025-2029. Tujuan strategis ini disusun sebagai respons terhadap berbagai tantangan dan peluang yang dihadapi, sekaligus sebagai pedoman dalam pelaksanaan tugas dan fungsi BBPOM di Banjarbaru sebagai lembaga yang berwenang melakukan pengawasan dibidang obat dan makanan di Indonesia. Adapun tujuan strategis tersebut meliputi:

a. Terwujudnya sediaan farmasi dan pangan olahan yang memenuhi persyaratan keamanan, mutu dan manfaat.
b. Terwujudnya masyarakat yang memiliki pengetahuan dan kesadaran dalam memilih sediaan farmasi dan pangan olahan yang aman, bermutu, dan bermanfaat.

c. Terwujudnya pertumbuhan dunia usaha yang mampu meningkatkan daya saing industri sediaan farmasi dan pangan olahan serta memperkuat kemandirian nasional melalui dukungan terhadap pengembangan UMKM.

d. Terwujudnya perlindungan masyarakat dari berbagai bentuk pelanggaran dan kejahatan yang berkaitan dengan sediaan farmasi dan pangan olahan.

e. Terwujudnya organisasi yang professional, adaptif, efektif, dan efisien, serta mampu menyelenggarakan pelayanan publik yang berkualitas dan prima.

2. Data Hasil Wawancara

Adapun data yang dapat penulis melalui wawancara dengan pegawai dari BBPOM di Banjarbaru adalah ssebagai berikut.

1. Hasil wawancara dengan pegawai BBPOM di Banjarbaru 1.[1]

1) Identitas Informan

Nama	:	Anna Yulisbeth Simangunsong, S.Farm., Apt
NIP	:	19880710 201212 2 001
Jabatan	:	Pengawas Farmasi dan Makanan Ahli Muda
Instansi	:	BBPOMdi Banjarbaru
Lama Bekerja	:	13 Tahun 6 Bulan
Tanggal Wawancara	:	3 Juni 2026

[1] Anna Yulisbeth Simangunsong, S.Farm., Apt, *Wawancara dengan pegawai Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan (BBPOM) di Banjarbaru*, Juni 2026.

2) Hasil Wawancara

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan 1, Pengawasan yang dilakukan oleh BPOM terhadap peredaran kosmetik dilakukan secara komphrehensif yaitu mulai dari *pre market* (sebelum produk beredar): meliputi sertifikasi sarana produksi terkait pemenuhan aspek cara Pembuatan Kosmetik yang Baik (CPKB) dan izin edar produk kosmetik sampai dengan *post market* (selama produk beredar): pengawasan yang dilakukan setelah perizinan terpenuhi, dilakukan melalui pemeriksaan sarana produksi, pemeriksaan sarana distribusi/ peredaran kosmetik, sampling dan pengujian produk untuk memastikan keamanan dan mutu produk kosmetik yang beredar, serta pengawasan iklan dan penandaan. Pengawasan ditujukan untuk mengawal penjaminan keamanan, manfaat dan mutu oleh pelaku usaha dan mendukung daya saing produk nasional, serta senantiasa melakukan perubahan sesuai dengan perkembangan implementasi pengawasan kosmetik oleh Balai Besar Pengawasan Obat dan Makanan (BBPOM) dilakukan melalui *strategi full spectrum control*. Mekanisme pengawasan kosmetik oleh BBPOM dijalankan melalui tiga tahapan kerja utama yang terstruktur sevara sistematis di lapangan:

1) Pelaksanaan dan penentuan target (*Risk-Based Planning*)
2) Pelaksanaan di lapangan (*Execution*)
3) Pelaporan dan tindak lanjut (*Reporting & Enforcement*)

Pengawasan terhadap produk *skincare* yang dipasarkan secara online (media sosial/*marketplace*) yaitu pengawasan oleh fungsi pemeriksaan dengan melakukan pengawasan iklan kosmetik dan pengawasan oleh fungsi penindakan dengan melakukan *cyber patrol* terkait produk kosmetik yang tidak memenuhi ketentuaan. BPOM mengidentifikasi adanya praktik *overclaim* pada produk skincare melalui pemeriksaaan penandaaan, promosi, dan iklan kosmetik. Dalam pelaksanaan nya, dilakukan pengecekan kesesuaian antara klaim yang dicantumkan pada label/ iklan dengan formula produk dan data pendukung klaim pada sistem notifikasi maupun Dokumen Informasi Produk (DIP) kosmetik. Suatu produk kosmetik dikatakan melakukan *overclaim* apabila pernyataan manfaat, fungsi, atau kemanjuran yang disampaikan pada kemasan, iklan, maupun media sosial melebihi fakta sebenarnya atau melanggar ketentuan yang berlaku. Apabila ditemukan pelanggaran *overclaim*, BBPOM melakukan beberapa tahapan penanganan meliputi deteksi temuan (*informing & sampling*), proses klarifikasi dan audit dokumen (*verification*), tindak lanjut sanksi administratif (*Enforcement*), pemusnahan produk dan penutupan akses.

Pengawasan yang dilakukan oleh BBPOM di Banjarbaru memiliki efektivitas yang tinggi dalam hal penindakan hukum. Klaim *overclaim* / klaim berlebihan dapat dilihat dari iklan suatu

produk maupun dari hasil pengujian terkait kadar bahan aktif dalam kosmetik. Berdasarkan laporan tahunan BBPOM di Banjarbaru, pengawasan iklan kosmetik BBPOM di Banjarbaru tahun 2024 dilakukan terhadap 307 (tiga ratus tujuh) iklan, Dimana jumlah iklan media online yang TMK (tidak memenuhi ketentuan) sebanyak 44 online yang TMK. Jumlah iklan TMK pada media online meningkat disbanding tahun 2023, yaitu dari 320 (tiga ratus dua puluh) iklan kosmetik yang diawasi terdapat sebanyak 43 iklan media online yang TMK. BBPOM di Banjarbaru sering kali menangani kasus kosmetik dan *skincare* yang melakukan klaim berlebihan (*overclaim*), yang dalam banyak kasus berujung pada temuan produk ilegal Tanpa Izin Edar (TIE) dan mengandung bahan kimia berbahaya. Contoh kasus: Kasus krim pemutih instan "Glow" berbahan merkuri, kasus kosmetik palsu "RD Viral", dan penggerebekan gudang kosmetik impor ilegal.

2. Hasil wawancara dengan pegawai BBPOM di Banjarbaru 2.[2]

   1) Identitas Informan

Nama	:	Leny Syanjaya, S.Farm., Apt
NIP	:	19860610 201012 2 005
Jabatan	:	Pengawas Farmasi dan Makanan Ahli Madya
Instansi	:	BBPOMdi Banjarbaru
Lama Bekerja	:	15 Tahun 6 Bulan

[2] Leny Syanjaya, S.Farm., Apt, *Wawancara dengan pegawai Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan (BBPOM) di Banjarbaru*, Juni 2026.

Tanggal Wawancara : Rabu, 3 Juni 2026

2) Hasil Wawancara

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan 2, pelaksanaan pengawasan masih menghadapi kendala diantaranya keterbatasan cakupan pengawasan dengan banyaknya sarana yang ada, masih tingginya tren temuan produk kosmetik di sarana distribusi/peredaran, tren peredaran produk yang didaftarkan sebagai kosmetik namun mengandung bahan obat dan/atau kosmetik diaplikasikan selayaknya obat/ kosmetik injeksi, maraknya iklan kosmetika tidak memenuhi syarat (TMS) dan ilegal pada media daring sebagai dampak digital disruption, terbatasnya sumber daya berupa personil pengawasan, rendahnya kesadaran pengawasan Masyarakat terkait penggunaan kosmetik aman dan bermutu.

Perkembangan teknologi dan meningkatnya transaksi penjualan kosmetik melalui *marketplace* dan media sosial menyebabkan pengawasan menjaddi lebih kompleks. Produk kosmetik dapat dipasarkan lintas wilayah bahkan lintas negara sehingga meningkatkan risiko peredaran produk ilegal maupun produk dengan klaim yang tidak sesuai ketentuan.

Tingkat kepatuhan pelaku usaha terhadap ketentuan klaim kosmetik masih tergolong rendah. Hal ini terlihat masih banyaknya pelanggaran dilakukan oleh reseller atau pengecer yang bukan

pemilik nomor notifikasi produk sehingga kurang memahami ketentuan mengenai klaim kosmetik. Disisi lain, Tingkat kesadaran masyarakat terhadap bahaya *skincare overclaim* mengalami peningkatan dibandingkan beberapa tahun sebelumnya. Hal ini ditunjukan dengan meningkatnya laporan masyarakat mengenai produk kosmetik yang memiliki klaim berlebihan dan tidak sesuai ketentuan.

B. Analisis

1. Peran pengawasan produk *skincare* yang diterapkan di Kota Banjarmasin dalam mengatasi masalah *overclaim*

Pembahasan mengenai peran Balai Besar Pengawasan Obat dan Makanan (BBPOM) di Banjarbaru dalam mengawasi peredaran produk *skincare* yang mengandung klaim berlebihan (*overclaim*) didasarkan pada hasil penelitian lapangan melalui wawancara dengan pegawai BBPOM di Banjarbaru. Berdasarkan hasil wawancara tersebut, diketahui kosmetika merupakan bahan atau sediaan yang diperuntukan bagi penggunaan pada bagian luar tubuh manusia seperti epidermis, rambut, kuku, bibir dan organ genital bagian luar, serta gigi dan membrane mukosa mulut. Penggunaannya terutama untuk membersihkan, mewangikan, merubah atau memperbaiki penampilan dan/atau menghilangkan bau badan serta melindungi dan memelihara tubuh agar

tetap dalam kondisi baik.[3] Penggolongan kosmetika menurut kegunaannya bagi kulit:

a. Kosmetika perawatan kulit (*skin care cosmetics*). Jenis ini perlu untuk merawat kebersihan dan kessehatan kulit. *Skincare* atau perawatan kulit merupakan serangkaian cara yang dilakukan seseorang untuk menjaga kulit mereka dalam kondisi optimal, dan semua produk perawatan kulit digunakan untuk membersihkan, merawat, melembabkan, memijat, serta menjaga kulit wajah maupun tangan agar tetap sehat dan terawat.[4]
b. Kosmetik riasan (dekoratif atau *make up*, yaitu kosmetika yang digunakan untuk mempercantik penampilan dengan cara merias wajah atau menyamarkan kekurangan pada kulit. Selain memberikan nilai estetika, penggunaan kosmetika dekoratif juga dapat memberikan dampak psikologis positif, seperti meningkatkan rasa percaya diri penggunanya.

Dalam praktik pemasaran, *overclaim* terhadap produk *skincare* kerap dijadikan sebagai strategi promosi untuk menarik minat konsumen. Beberapa karakteristik *overclaim* antara lain:

[3] Rabith Madah Khulaili Harsya dkk., "Comprehensive Study Of Skincare Products (Legal and Health Perspectives)," *Jurnal Ilmiah Edunomika* 9, no. 1 (2025): h. 3, https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/16893.

[4] Harsya dkk., "Comprehensive Study Of Skincare Products (Legal and Health Perspectives)," h. 3.

a. Menggunakan promosi atau klaim yang berlebihan mengenai manfaat produk
b. Memiliki informasi mengenai Izin edar produk yang tidak jelas atau tidak dapat di verifikasi.
c. Menimbulkan permasalahan pada kulit sebagai akibat dari pengguanan produk yang tidak sesuai dengan klaim yang disampaikan.

Secara normatif, pengawasan terhadap seluruh produk yang beredar di wilayah Indonesia, baik produk lokal maupun impor, menjadi kewenangan BPOM sebagai lembaga yang diberikan wewenang untuk mengatur norma, standar, prosedur, dan kriteria serta melaksanakan pengawasan terhadap mutu, keamanan, label, dan iklan di Indonesia.[5] Dalam menjalankan fungsi pengawasannya, BPOM melaksanakan pengawasan secara menyeluruh mulai dari *pre-market* (pengawasan sebelum produk beredar) dan *post-market* (pengawasan setelah produk beredar).[6] Pengawasan ditujukan untuk mengawal penjaminan keamanan, manfaat dan mutu oleh pelaku usaha yang mendukung daya saing produk nasional, serta senantiasa melakukan perubahan sesuai dengan perkembangan pelaksanaan pengawasan kosmetik oleh BBPOM dilakukan

[5] Rafyanka vana Putri Ngabito, "Analisis Pertanggungjawaban Hukum Terhadap Pengedaran Produk Skincare yang Terbukti Overclaim," *Law, Development and Justice Review* 7, no. 3 (2024): h. 290.

[6] Piyo dkk., *Rekonstruksi Peran Reaktif BPOM terhadap Pengawasan Overclaim Produk Skincare*, h. 37.

melalui stategi *full spectrum control*.[7] Strategi ini membegi pengawasan ke dalam dua fase utama, yaitu:

a. Tahap *Pre-Market* (Perizinan)

Fase ini berfokus pada standarisasi kelayakan sarana produksi, pelaku usaha, hingga pemenuhan legalitas produk sebelum menyentuh konsumen.

1) Sertifikasi Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik (CPKB)[8]: berdasarkan Peraturan BPOM No.8 tahun 2026, merupakan tahap penilaian terhadap sarana produksi kosmetik dalam pemenuhan aspek CPKB. petugas BPOM melakukan audit lapangan ke sarana produksi guna memastikan penerapan Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik (CPKB). Hal ini juga menyelaraskan aspek perizinan berbasis Risiko tinggi/rendah yang diatur dalam PP No.28 tahun 2025. Untuk sarana yang telah memenuhi ketentuan, dapat diterbitkan sertifikasi CKPB/ Sertifikat Pemenuhan Aspek (SPA) CKPB bagi usaha mikro dan kecil.

[7] *Rencana Strategis Balai Besar POM di Banjarbaru tahun 2025-2029*, t.t., h. 125.

[8] "Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 8 Tahun 2026 tentang Sertifikasi Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik," diakses 16 Juni 2026, https://standar-otskk.pom.go.id/storage/uploads/b7a1e0b1-78d4-40cc-976c-e29ea77baea6/PerBPOM-No-8-Tahun-2026-tentang-Sertifikasi-CPKB.pdf.

2) Verifikasi dokumen notifikasi serta penyaringan bahan baku dan klaim[9]: sesuai PerBPOM N0. 27 tahun 2025 dan PerBPOM No. 21 tahun 2022, pada saat pelaku usaha mengajukan notifikasi (izin edar) produk kosmetik, pada sistem telah melakukan penyaringan bahan baku kosmetik yang telah terdaftar dalam database (termasuk dalam positif list), kemudian dilakukan evaluasi dan verifikasi dokumen notifikasi untuk memastikan formula kosmetik tidak menggunakan bahan berbahaya/dilarang, serta menilai kelayakan klaim fungsi sediaan agar tidak melampaui batas kosmetik menjadi obat, sesuai dengan Peraturan BPOM No. 25 tahun 2025 dan Peraturan BPOM No. 3 tahun 2022. Jika sudah sesuai dengan ketentuan, dapat diterbitkan nomor Notifikasi sebagai izin edar produk. Setelah memiliki nomor Notifikasi/ izin edar produk kosmetik baru dapat diedarkan.
3) Pengawasan pintu masuk (Importasi)[10]: Bersama bea cukai, BBPOM mengawasi masuknya kosmetik impor melalui

[9] "Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 21 Tahun 2022 tentang Tata Cara Pengajuan Notifikasi Kosmetika," diakses 16 Juni 2026, https://standar-otskk.pom.go.id/storage/uploads/7220f2e9-03eb-49e6-86fd-2425efffcd34/Peraturan-Badan-Pengawas-Obat-dan-Makanan-Nomor-21-Tahun-2022-tentang-Tata-Cara-Pengajuan-Notifikasi-Kosmetika.pdf.

[10] *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 28 Tahun 2023 tentang Perubahan atas Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pengawasan Pemasukan Obat dan Makanan ke dalam Wilayah Indonesia*, t.t., 20, https://jdih.pom.go.id/download/flip/1535/28/2023.

mekanisme Surat Keterangan Impor (SKI) *Border/Post-Border* sesuai ketentuan Peraturan BPOM No. 28/2023.

b. Tahap *Post-Market* (Pengawasan Peredaran dan Penindakan)

Fase ini merupakan wilayah kerja terbesar BPOM di daerah untuk memastikan produk yang beredar tetap konsisten aman, bermutu, dan bermanfaat.

1) Inspeksi sarana produksi dan distribusi[11]: mengacu pada Peraturan BPOM No. 18/2024, petugas BPOM secara rutin memeriksa sarana produksi kosmetik, klinik, kecantikan, ritel, Gudang importir, dan distributor untuk mengecek kepatuhan penyimpanan serta masa kedaluwarsa produk.
2) Sampling dan pengujian laboratorium[12]: BPOM membeli sampel kosmetik secara acak dari pasar, lalu mengujinya di laboratorium internal juga mendeteksi cemaran mikroba, lobam berat, atau bahan kimia obat berbahaya (seperti merkuri, hidrokinon, atau asam retinoat) untum memastikan bahwa produk yang beredar aman, bermanfaat, dan bermutu serta memenuhi persyaratan batas cemaran dalam kosmetik sesuai PerBPOM No. 16 tahun 2024.

[11] "Peraturan BPOM No. 18 Tahun 2024 tentang Penandaan, Promosi, dan Iklan Kosmetik."

[12] "Peraturan BPOM No. 16 Tahun 2024 tentang Batas Cemaran dalam Kosmetik," Database Peraturan | JDIH BPK, diakses 16 Juni 2026, http://peraturan.bpk.go.id/Details/303293/peraturan-bpom-no-16-tahun-2024.

3) *Cyber patrol* (pengawasan daring)[13]: mengimplementasikan Peraturan BPOM No. 14/2024, BPOM memiliki tim khusus yang melakukan patroli siber di *e-commerce* dan media sosial. Jika ditemukan kosmetik ilegal atau kosmetik yang diaplikasikan secara tidak sesuai (missal: kosmetik berwujud cairan injeksi/jarum), BPOM akan mengajukan take-down tautan ke Kementerian Kominfo.

4) Pengawasan iklan dan promosi[14]: sesuai dengan Peraturan BPOM No. 18/2024, petugas mengevaluasi materi promosi kosmetik di media konvensional maupun digital secara berkala setiap bulan untuk menekan maraaknya klaim palsu (*overclaim*)

c. Penegakan hukum dan tindak lanjut hasil pengawasan

Jika ditemukan ketidaksesuaian (Tidak Memenuhi Ketentuan/TMK) selama fase *post-market*, BPOM mengeksekusi sanksi administratif dan hukum.

1) Sanksi administratif[15]: sesuai Peraturan BPOM No. 19/2021, sanksi berjenjang diterapkan mulai dari peringan tertulis,

---

[13] "Peraturan BPOM No. 14 Tahun 2024 tentang Pengawasan Obat dan Makanan yang Diedarkan secara Daring," Database Peraturan | JDIH BPK, diakses 16 Juni 2026, http://peraturan.bpk.go.id/Details/297143/perka-bpom-no-14-tahun-2024.

[14] "Peraturan BPOM No. 18 Tahun 2024 tentang Penandaan, Promosi, dan Iklan Kosmetik," 2.

[15] "Peraturan BPOM No. 19 Tahun 2021 tentang Pedoman Tindak Lanjut Hasil Pengawasan Obat Tradisional, Obat Kuasi, Suplemen Kesehatan, dan Kosmetika," Database Peraturan | JDIH BPK, diakses 16 Juni 2026, http://peraturan.bpk.go.id/Details/181761/peraturan-bpom-no-19-tahun-2021.

penarikan produk dari peredaran (*recall*), pemusnahan barang, hingga rekomendasi pencabutan notifikasi/izin usaha.

2) Penegakan hukum pidana (*pro-justitia*)[16]: di bawah payung utama UU No. 17/2023 tentang Kesehatan dan PP No. 28/2024, Penyidik PNS BPOM memiliki kewenangan untuk melaksanakan penyidikan, penggerebekan sarana ilegal, penyitaan barang bukti, dan melimpahkan berkas perkara ke kejaksaan bagi produsen atau pengedar kosmetik tanpa izin edar (TIE) atau mengandung bahan berbahaya.

Mekanisme pengawasan kosmetik oleh BPOM dijalankan melalui tiga tahapan kerja utama yang berstruktur secara sistematis di lapangan.

a. Perencanaan dan penentuan target (*risk-based planning*), BPOM menyusun rencana pengawasan tahunan berbasis tingkat risiko produk dan rekam jejak pelaku usaha.

1) Kategori resiko: produk beresiko tinggi (misal: kosmetik untuk bayi atau area mata) mendapatkan porsi pemeriksaan laboratorium yang lebih ketat.

2) Profil pelaku usaha: produsen atau distributor yang pernah memiliki catatan pelanggaran akan masuk dalam daftar prioritas inspeksi rutin.

[16] "UU No. 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan," Database Peraturan | JDIH BPK, diakses 16 Juni 2026, http://peraturan.bpk.go.id/details/258028/uu-no-17-tahun-2023.

b. Pelaksanaan di lapangan (*execution*), petugas BPOM melakukan inspeksi ke lapangan berdasarkan penetapan prioritas sarana.
    1) Inspeksi sarana: petugas melakukan inspeksi sarana produksi maupun sarana distribusi kosmetik.
    2) Sampling produk: petugas membeli produk kosmetik berdasarkan pedoman sampling, dapat dibeli langsung dari pasar modern, pasar tradisional, hingga toko daring (*e-commerce*). Sampel tersebut kemudian dikirim ke laboratorium pengujian BBPOM untuk memeriksa secara kimia dan microbiologi guna memastikan mutu produk sesuai dengan standar dan persyaratan.
c. Pelaporan dan tindak lanjut (*reporting & enforcement*), hasil dari inpeksi lapangan maupun hasil pengujian laboratorium dilaporkan pada sistm informasi terintegrasi BPOM. Hasil pemeriksaan dapat diberikan sanksi administratif maupun pro justicia.
    1) Sanksi administratif: terhadap sarana distribusi dapat diberikan sanksi administratif bertingkat sampai dengan penghentian sementara kegiatan. Terhadap sarana produksi, jika produk terbukti Tidak Memenuhi Ketentuan (TMK), hasil uji laboratorium menjadi dasar hukum untuk menerbitkan perintah penarikan produk (*recall*) atau penghentian sementara kegiatan sampai dengan pencabutan nomor noifikasi produk. Perintah penarikan dan/atau pemusnahan produk, apabila dalam

pelaksanaan pengawasan ditemukan produk kosmetik yang tidak memenuhi persyaratan keamanan mutu, klaim maupun ketentuan penandaan, dan/atau temuan kosmetik ilegal yang tidak memiliki izin edar / notifikasi dari BPOM.

2) Operasi penindakan (penyidikan): dilakukan apabila hasil temuan menunjukan adanya dugaan tindak pidana, tim Penyidik PNS BPOM berkoordinasi dengan kepolisian untuk melaksanakan proses penyidikan (*projusticia*).

Pengawasan yang dilakukan oleh BBPOM memiliki Tingkat efektivitas yang tinggi dalam hal penindakan hukum. Klaim *overclaim* / klaim berlebihan dapat dilihat dari iklan suatu produk maupun dari hasil pengujian terkait kadar bahan aktif dalam kosmetik. Klaim yang dicantumkan pada produk kosmetik harus didukung oleh bukti yang dapat dipertanggung jawabkan. Pembuktian tersebut didasarkan pada kandungan yang terdapat dalam formula produk, manfaat dari bahan kosmetik, uji/studi pada produk jadi. Pengawasan iklan yang tidak memenuhi ketentuan dapat dilihat dari kesesuaian klaim produk, NIE yang dicantumkan pada iklan, maupun berdasarkan hasil uji kandungan suatu bahan pada formula produk.[17]

Berdasarkan laporan tahunan BBPOM di Banjarbaru, pengawasan iklan kosmetik BBPOM di Banjarbaru tahun 2024

[17] *Rencana Strategis Balai Besar POM di Banjarbaru tahun 2025-2029*.

dilakukan terhadap 307 (tiga ratus tujuh) iklan, dimana jumlah iklan media online yang TMK (tidak memenuhi ketentuan) adalah sebanyak 44 iklan. Jumlah iklan TMK pada media online meningkat disbanding tahun 2023, yaitu dari 320 (tiga ratus dua puluh) iklan kosmetik yang diawasi terdapat sebanyak 43 iklan media online yang TMK. BBPOM di Banjarbaru sering kali menangani kasus kosmetik dan *skincare* yang melakukan klaim berlebihan (*overclaim*), yang dalam banyak kasus berujung pada temuan produk ilegal tanpa izin edar (TIE) dan mengandung bahaya kimia berbahaya.[18] Contoh kasus:

a. Kasus krim pemutih instan "glow" berbahan merkuri[19]: BBPOM di Banjarbaru menindak lanjuti laporan masyarakat mengenai maraknya peredaran paket *skincare* pemutih wajah (merek seperti Herbal Plus, Natural 99 King, Cream BL, dan sejenisnya). Produk-produk ini diiklankan secara overclaim dengan klaim "memutihkan wajah secara instan dan menghilangkan flek hitam permanen". Setelah dipakai konsumen di Banjarmasin, efek sampingnya justru membuat kulit pipi rusak dan menghitam.

[18] Anna Yulisbeth Simangunsong, S.Farm., Apt, *Wawancara dengan pegawai Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan (BBPOM) di Banjarbaru*.

[19] "Berita | Balai Besar POM di Banjarbaru," diakses 7 Juni 2026, https://banjarbaru.pom.go.id/berita/dapat-pengaduan-masyarakat-kulit-pipi-menghitam-setelah-pakai-krim-pemutih-bbpom-di-banjarmasin-amankan-kosmetik-ilegal-diduga-mengandung-merkuri.

b. Kasus kosmetik palsu "RD Viral"[20]. Tim PPNS BBPOM di Banjarbaru Bersama Korwas PPNS Polda Kalsel berhasil membongkar Gudang agen distributor kosmetik bermerek RD Viral di kawasan Gambut, pinggiran Banjarmasin. Produk ini viral di tiktok dengan klaim hasil glowing cepat (*overclaim*). Modusnya adalah memalsukan nomor notifikasi BPOM milik merek lain yang aslinya belum diproduksi massal.

c. Penggerebekan gudang kosmetik impor ilegal[21]: dalam operasi besar bersama kepolisian, BBPOM di Banjarbaru dan Polresta Banjarmasin berhasil menyita lebih dari 10.000 pcs kosmetik impor ilegal (termasuk serum dan pelembab) di wilayah Banjarmasin Barat. Produk-produk ini masuk ke pasar lokal dengan promosi khasiat kecantikan tanpa pembuktian ilmiah dokumen uji klinis resmi.

Proses penanganan oleh BBPOM di Banjarbaru, Ketika mendeteksi atau menerima aduan terkait produk *skincare overclaim* dan ilegal tersebut, BBPOM melakukan penanganan dengan tahapan sebagai berikut:

[20] "Berita | Balai Besar POM di Banjarbaru," diakses 7 Juni 2026, https://banjarbaru.pom.go.id/berita/dapat-aduan-dari-masyarakat-bbpom-di-banjarmasin-mengamankan-kosmetik-palsu-rd-viral.

[21] Maulana Radar Banjarmasin dan Maulana Radar Banjarmasin, "Bernilai Ratusan Juta, Ribuan Kosmetik Impor Ilegal Disita Polresta Banjarmasin," Radar Banjarmasin, 14 November 2024, https://radarbanjarmasin.jawapos.com/hukum-peristiwa/2411140003/bernilai-ratusan-juta-ribuan-kosmetik-impor-ilegal-disita-polresta-banjarmasin.

a. Investigasi lapangan & intelegen siber: petugas pemeriksa kebenaran promosi iklan yang beredar di media sosial (*cyber patrol*) dan melakukan pelacakan lokasi fisik gudang atau toko berdasarkan aduan masyarakat.
b. Operasi penerbitan (penggerebekan): menggandeng Korwas PPNS Polda Kalsel, tim penindak BBPOM langsung mendatangi rumah, ruko, atau gudang milik tersangka pengedar. Seluruh barang bukti langsung disita secara paksa.
c. Sampling dan pengujian laboratorium: produk yang disita diuji di laboratorium BBPOM di Banjarbaru. Pada kasus kosmetik pemutih instan, hasil uji laboratorium kerap menunjukan hasil positif mengandung bahan dilarang seperti Merkuri dan Hidrokinon.
d. Penetapan tersangka & proses hukum (*pro-justicia*): karena produk tersebut tidak sekadar overclaim tetapi juga melanggar hukum pidana (mengedar bahan berbahaya dan sediaan tanpa izin edar), BBPOM menaikan status ke penyidik. Pelaku usaha diperiksa dan berkas kasusnya dilimpahkan ke Kejaksaan Tinggi Kalimantan Selatan untuk disidangkan.
e. Pemusnahan masal: ribuan kemasan kosmetik ilegal senilai ratusan juta rupiah yang disita dihancurkan secara total melalui berita acara pemusnahan resmi guna memastikan produk tersebut tidak kembali beredar ke tangan konsumen.

Menurut analisis penulis, sistem pengaawasan yang dilakukan oleh BBPOM di Banjarbaru telah sesuai dengan fungsi yang diatur dalam Perpres no. 80 tahun 2017 tentang badan pengawasan obat dan makanan dan Peraturan BPOM no. 21 tahun 2020 tentang organisasi dan tata kerja badan pengawas obat dan makanan. Dalam pasal 4, disebutkan bahwa BBPOM memiliki fungsi antara lain[22]:

a. Merumuskan kebijakan nasional dibidang pengawasan obat dan makanan;
b. Melaksanakan kebijakan nasional dibidang pengawasan obat dan makanan;
c. Menyusun dan menetapkan norma, standar, prosedur, dan kriteria dalam pelaksanaan pengawasan selama beredar;
d. Melaksanakan pengawasan terhadap obat dan makanan, baik sebelum dan selama produk beredar;
e. Mengoordinasikan pelaksanaan pengawasan dengan instansi ditingkat pemerintah pusat maupun daerah;
f. Memberikan bimbingan teknis dan supervisi dalam penyelenggarakan pengawasan obat dan makanan;
g. Melakukan penindakan terhadap setiap pelanggaran ketentuan peraturan perundang-undangan dibidang pengawasan obat dan makanan;

[22] Database Peraturan | JDIH BPK, "Peraturan BPOM No. 21 Tahun 2020 Organisasi dan Tata Kerja Badan Pengawas Obat dan Makanan."

h. Mengoordinasikan pelaksanaan pengawasan tugas, pembinaan, serta dukungan administrasi kepada seluruh unsur organisasi di lingkungan BPOM;
i. Mengelola barang milik/ kekayaan negara atau aset yang menjadi tanggung jawab BPOM; dan
j. Melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan tugas dilingkungan BPOM; dan
k. Memberikan dukungan substantif kepada seluruh unsur organisasi di lingkungan BPOM.

Pengawasan sebelum produk beredar dilakukan untuk memastikan bahwa setiap produk *skincare* yang akan dipasarkan telah memenuhi standar keamanan, termasuk memastikan bahwa klaim yang dicantumkan tidak bersifat berlebihan maupun menyesatkan konsumen. Sementara itu, pengawasan selama dan setelah produk beredar bertujuan untuk memastikan bahwa produk yang telah dipasarkan tetap memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan dan tetap memenuhi ketentuan yang berlaku, serta memungkinkan dilakukannya tindakan tegas apabila ditemukan pelanggaran, khususnya terkait praktik *overclaim* yang dapat merugikan konsumen.

Pengawasan sebelum produk edar sebagaimana dimaksud dalam pasal 3 ayat (1), pengawasan sebelum produk beredar merupakan mekanisme pengawasan yang diterapkan terhadap obat dan makanan, termasuk kosmetik dan *skincare*, sebelum dipasarkan kepada masyarakt.

Sementara itu, pengawasan selama dan setelah produk beredar tetap memenuhi standar keamanan, mutu, efektivitas, serta kualitas yang telah ditetapkan. Selain itu, pengawasan ini juga bertujuan untuk melakukan tindakan penegakan hukum apabila ditemukan pelanggaran. Dalam praktiknya, pengawasan yang dilakukan oleh BBPOM, khususnya di tingkat Unit Pelaksana Teknis (UPT) seperti BBPOM di Banjarbaru, lebih banyak difokuskan pada pengawasan setelah produk beredar, Pengawasan tersenut dilakukan terhadap berbagai produk kosmetik dan *skincare* yang beredar di masyarakat, baik yang dipasarkan secara langsung maupun media digital.

Meskipun izin edar produk kosmetik diterbitkan oleh BBPOM di daerah tetap memiliki peran penting dalam memberikan pendampingan kepada pelaku usaha terkait sarana produksi, proses registrasi produk, serta pemenuhan standar keamanan dan ketentuan pelabelan sebelum produk memperoleh nomor izin edar. Pendampingan tersebut dilakukan sebagai upaya pencegahan terhadap beredarnya produk *skincare* yang mengandung klaim berlebihan (*overclaim*) atau informasi yang menyesatkan konsumen. Fungsi BBPOM sebagaimana yang diatur dalam Peraturan BPOM nomor 21 tahun 2020 menyebutkan bahwa BBPOM memiliki kewenangan untuk melaksanakan pengawasan terhadap obat dan makanan, baik sebelum maupun selama produk

beredar. berdasarkan pasal 5, dalam melaksanakan tugas Pengawasan Obat dan Makanan, BPOM memiliki kewenangan yaitu [23]:

a. Menerbitkan izin edar dan sertifikat bagi produk yang telah memenuhi standar serta persyaratan keamanan, khasiat/manfaat dan mutu, daan telah melalui pengujian obat dan makanan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;
b. Melakukan kegiatan intelijen dan penyidikan di bidang pengawasan obat dan makanan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;
c. Menjatuhkan sanksi administratif terhadap pihak yang melakukan pelanggaran di bidang pengawasan obat dan makanan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Kewenangan tersebut menunjukan bahwa BBPOM tidak hanya menjalankan fungsi pengawasan yang bersifat administratif, tetapi juga memiliki kewenangan untuk melakukan penindakan terhadap pelanggaran dibidang kosmetik dan *skincare*. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan pegawai BBPOM di Banjarbaru, diketahui bahwa BBPOM serta rutin melakukan pengawasan lapangan dan razia produk yang mengandung klaim berlebihan (*overclaim*), tidak memiliki izin edar, serta mencantumkan informasi

[23] Database Peraturan | JDIH BPK, "Peraturan BPOM No. 21 Tahun 2020 Organisasi dan Tata Kerja Badan Pengawas Obat dan Makanan."

yang menyesatkan konsumen. Menurut, analisis penulis, pengawasan yang dilakukan oleh BBPOM di Banjarbaru telah sejalan dengan tugas, fungsi dan kewenangan yang diberikan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan. Namun, demikian praktik *overclaim* pada produk *skincare* masih banyak ditemukan, khususnya melalui media sosial dan platform perdagangan elektronik. Hal ini menunjukan bahwa pengawasan terhadap peredaran *skincare* di era digital masih menghadapi berbagai tantangan dan memerlukan pengawasan yang lebih efektif.

Berdasarkan hasil penelitian, pengawasan yang dilakukan oleh BBPOM di Banjarbaru memiliki kesesuaian dengan konsep *al-ḥisbah* terlihat dari pelaksanaan pengawasan terhadap praktik *overclaim* pada produk *skincare*, yaitu sebagai lembaga pengawasan dalam Islam yang bertugas melaksanakan *amar ma'rûf nahi munkar* untuk menjaga kemaslahatan masyarakat. Dalam konsep *al-ḥisbah* terhadap empat unsur, yaitu *muhtasib, muḥtasab 'alaih, muhtasab fih*, dan *nafs al-ihtisab*.[24] Pertama, *muḥtasib* adalah pihak yang diberi kewenangan melakukan pengawasan. Dalam penelitian ini, BBPOM berperan sebagai *muḥtasib* karena memiliki tugas mengawasi keamanan, mutu, manfaat serta kebenaran klaim produk *skincare* melalui pengawasan *pre-market*

[24] Fernando, "Tinjauan Fiqh Siyasah terhadap Peran Balai Besar POM dalam Pencegahan Beredarnya Produk Kosmetik yang Mengandung Bahan Berbahaya bagi Kesehatan," h. 64.

dan *post-market*.[25] Kedua *muḥtasab 'alaih*, pihak yang diawasi yaitu pelaku usaha yang memproduksi, mendistribusikan, atau memasarkan produk *skincare* dengan klaim yang tidak sesuai dengan bukti ilmiah. Ketiga, *muḥtasab fīh* ialah perbuatan yang diawasi, yaitu praaktik *overclaim* yang berpotensi menyesatkan konsumen. Keempat, *nafs al-iḥtisāb* ialah mekanisme pencegahan, yang diwujudkan melalui pengawasan, edukasi, pengujian produk, serta pemberian sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.[26] Sebagaimana dalam QS. Ali Imran ayat 104[27]:

وَلْتَكُنْ مِّنْكُمْ اُمَّةٌ يَّدْعُوْنَ اِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُوْنَ بِالْمَعْرُوْفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗوَاُولٰۤىِٕكَ هُمُ الْمُفْلِحُوْنَ

Dalam ayat tersebut, umat Islam diperintahkan untuk menyeru kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran. Pengawasan yang dilakukan BBPOM merupakan implementasi nilai tersebut dalam sistem pemerintahan modern.[28]

Dalam perspektif Islam, praktik *overclaim* juga bertentangan dengan nilai-nilai etika bisnis Islam, diantaranya Kejujuran (*Shidq*), praktik *overclaim* menghilangkan kepercayaan konsumen terhadap

[25] Fernando, "Tinjauan Fiqh Siyasah terhadap Peran Balai Besar POM dalam Pencegahan Beredarnya Produk Kosmetik yang Mengandung Bahan Berbahaya bagi Kesehatan," h. 65.

[26] Fernando, "Tinjauan Fiqh Siyasah terhadap Peran Balai Besar POM dalam Pencegahan Beredarnya Produk Kosmetik yang Mengandung Bahan Berbahaya bagi Kesehatan," h. 66.

[27] Kementerian Agama Republik Indonesia, *Qur'an Kemenag*.

[28] Fernando, "Tinjauan Fiqh Siyasah terhadap Peran Balai Besar POM dalam Pencegahan Beredarnya Produk Kosmetik yang Mengandung Bahan Berbahaya bagi Kesehatan," h. 67.

produk maupun merek akibat merasa tertipu oleh klaim yang berlebihan dan timbulnya potensi bahaya kesehatan karena konsumen menggunakan produk dengan kandungan atau manfaat yang tidak sesuai informasi yang disampaikan. Prinsip keadilan (*Adl'*) mengharuskan setiap transaksi dilakukan secara adil dan tidak merugikan pihak lain. Konsep keadilan dalam Islam, yaitu *wadh'al-syai'i fi'mahallih* yang berarti menempetkan sesuatu pada tempatnya. Etika bisnis Islam sangat menekankan pentingnya transparansi (*Amanah*) agar tidak terjadi penipuan ataupun penyembunyian fakta yang dapat merugikan pihak lain. Dalam konteks *overclaim skincare*, produsen memiliki tanggung jawab (*Mas'uliyyah*), untuk memastikan bahwa informasi mengenai produk yang disampaikan kepada konsumen sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Pelaku usaha berkewajiban memberikan klaim keterangan yang benar, jelas dan jujur. Sebaliknya penyampaian klaim yang berlebihan atau promosi yang tidak realistis, maupun ketidaksesuaian antara komposisi dan manfaat produk, juga termasuk dalam kategori *gharar*. Hal tersebut karena konsumen tidak memperoleh infornmasi yang jelas dan akurat mengenai manfaat ,kandungan, maupun risiko penggunaan produk.

Dalam Qur'an Surah al-Mutafifin ayat 1-3[29]:

[29] Kamil Rafi Muhammad dkk., "Praktik Gharar Dan Tadlis Pada Transaksi E-Commerce Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah Dan RElevansinya Dengan HUkum Positif," *JURNAL ILMIAH NUSANTARA* 3, no. 3 (2026): h. 88, https://ejurnal.kampusakademik.co.id/index.php/jinu/article/view/9523.

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِيْنَۙ الَّذِيْنَ اِذَا اكْتَالُوْا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُوْنَۖ وَاِذَا كَالُوْهُمْ اَوْ وَّزَنُوْهُمْ يُخْسِرُوْنَۗ

> "Celakalah orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang), (Mereka adalah) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi. (Sebaliknya,) apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka kurangi".[30]

Meskipun ayat tersebut secara eksplisit mengatur mengenai larangan berbuat curang dalam takaran dan timbangan, substansi yang terkandung di dalamnya mencakup larangan terhadap segala bentuk ketidak jujuran dalam kegiatan muamalah. Dalam peredaran produk *skincare*, praktik *overclaim* dipandang sebagai bentuk kecurangan informasi karena pelaku usaha menyampaikan klaim manfaat yang tidak sesuai dengan fakta atau bukti ilmiah yang memadai.

Pengawasan yang dilakukan oleh BPOM terhadap produk *skincare overclaim* pada dasarnya tidak hanya bertujuan untuk menegakkan ketentuan hukum positif dan memberikan perlindungan kepada konsumen, tetapi juga sejalan dengan prinsip etika bisnis Islam, yaitu kejujuran (*Shidq*), keadilan ('*adl*), transaparansi (*amanah*), tanggung jawab (*mas'uliyyah*), serta terhindar dari unsur penipuan dan *gharar*.[31]

---

[30] Kementerian Agama Republik Indonesia, *Qur'an Kemenag*.

[31] Fadilah dkk., "Analisis Etika Bisnis Islam dalam Tren Overclaim Produk Skincare di Indonesia."

2. Tantangan dalam melakukan pengawasan produk *skincare* yang *overclaim* di Kota Banjarmasin

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan 2, pelaksanaan pengawasan masih menghadapi kendala diantaranya keterbatasan cakupan pengawasan dengan banyaknya sarana yang ada, masih tingginya tren temuan produk kosmetik di sarana distribusi/peredaran, tren peredaran produk yang didaftarkan sebagai kosmetik namun mengandung bahan obat dan/atau kosmetik diaplikasikan selayaknya obat/ kosmetik injeksi, maraknya iklan kosmetika tidak memenuhi syarat (TMS) dan ilegal pada media daring sebagai dampak *digital disruption*, terbatasnya sumber daya berupa personil pengawasan, rendahnya kesadaran pengawasan Masyarakat terkait penggunaan kosmetik aman dan bermutu. Keterbatasan jumlah personal dalam melakukan pemeriksaaan sarana pengawasan iklan kosmetik. Akibatnya, menyulitkan untuk melakukan pemeriksaan terhadap seluruh sarana distribusi kosmetik atau dengan frekuensi yang ideal sementara jumlah pelaku usaha dan variasi produk kosmetik yang beredar terus meningkat, belum optimalnya pengawasan berbasis AI (*Artificial Intelligence*), serta keterbatasan anggaran dalam melakukan pemeriksaan dan kompleksnya sarana yang ada. Meningkatnya sarana distribusi kosmetik online, perkembangan teknologi dan gaya hidup digital membuat masyarakat lebih banyak membeli kosmetik secara online. Hal ini menyebabkan pergeseran pola distribusi kosmetik, dari yang sebelumnya didominasi

toko fisik menjadi toko daring seperti *marketplace* (Shopee, Tokopedia, Lazada, TikTok Shop), situs web pribadi atau reseller online. Akibatnya jumlah sarana distribusi daring meningkat pesat, dengan berbagai karakteristik seperti akses lintas wilayah bahkan lintas negara, banyak pelaku usaha kecil, peredaran produk notifikasi atau palsu lebih mudah terjadi. Hal ini menjadi tantangan dalam pengawasan produk *skincare*.

Banyaknya pelanggaran pada hasil pengawasan iklan kosmetik dengan ketidaksesuaian klaim produk menunjukan bahwa tingkat kepatuhan pelaku usaha terhadap peraturan yang terkait klaim produk masih rendah. Tingkat kesadaran masyarakat sudah jauh lebih baik jika dibandingkan beberapa tahun lalu. Dibuktikan dari meningkatnya laporan Masyarakat terkait informasi kosmetik dengan klaim berlebihan / iklan yang tidak memenuhi ketentuan. antusias masyarakat tercermin dari banyaknya pengunjung yang bertanya lebih jauh saat dilaksanakan kegiatan seperti pameran expo dan KIE pada plaltform media sosial. Pelaksanaan kampanye cek KLIK (kemasan, label, izin edar, kedaluwarsa) dari BBPOM terus digalakkan guna mengubah pola pikir masyarakat agar tidak lagi mengejar hasil kecantikan yang instan melainkan mengutamakan kesehatan kulit jangka panjang. Pelanggaran iklan terkait klaim kosmetik lebih banyak dilakukan oleh sarana peredaran yang bukan pemilik notifikasi, baik berupa reseller ataupun toko-toko pengencer baik online maupun offline, hal ini disebabkan salah satunya untuk sarana bukan pemilik notifikasi aktivitasnya hanya

melakukan peredaran produk, sehingga tidak terpapar pada pengawasan *pre-market* dan pemahaman terkait ketentuan klaim kosmetik kurang memadai.[32]

[32] Leny Syanjaya, S.Farm., Apt, *Wawancara dengan pegawai Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan (BBPOM) di Banjarbaru*.