

Judul : 91 Merek Kosmetik Melanggar Aturan dan Ilegal
Tanggal : Sabtu, 22 Februari 2025
Surat Kabar : Media Indonesia
Halaman : 6

91 Merek Kosmetik Melanggar Aturan dan Ilegal

BADAN Pengawas Obat dan Makanan (POM) menemukan sebanyak 91 merek kosmetik yang diduga melanggar dan ilegal. Saat ini Badan POM melaksanakan intensifikasi pengawasan terhadap peredaran kosmetik ilegal yang viral di media sosial.

"Jadi karena ribut-ributnya di media sosial, kita *watching* dengan sangat ketatnya dan hasilnya pengawasan selama 10-18 Februari, jadi kurang lebih hanya seminggu, kita awasi di media sosial," kata Kepala Badan POM Taruna Ikrar dalam konferensi pers di Jakarta, kemarin.

Badan POM membuat edar-

an ke seluruh unit pelaksana teknis Badan POM yang berjumlah 76 di seluruh Indonesia dari Sabang sampai Merauke. Hasilnya, Badan POM menemukan pelanggaran serta dugaan kejahatan produksi dan distribusi kosmetik ilegal sebanyak 91 merek.

"Kemudian ada 4.334 *item* dengan 205.133 *pieces* dengan nilai keekonomian temuan sebesar lebih dari Rp31,7 miliar dengan perincian mengandung bahan dilarang, termasuk *skincare*, etiket biru yang tidak sesuai dengan ketentuan (17,4%), pelanggaran tanpa izin edar (79,9%), pelanggaran cara penggunaan tidak se-

suai dengan definisi kosmetik (0,1%), dan kosmetik yang kedaluwarsa sekitar 2,6%," paparnya.

Penelusuran melalui media sosial tersebut dilakukan karena Badan POM melihat saat ini terjadi pergeseran preferensi konsumen terhadap kosmetik. "Kemudian ada tren baru juga, yaitu pelanggaran terhadap kosmetik yang viral di media *online* didominasi oleh temuan produk mengandung bahan berbahaya dan dilarang. Kemudian kosmetik palsu, kosmetik impor ilegal, dan kosmetik yang menggunakan bahan tidak sesuai dengan definisi," ungkapnya.

Sebelumnya, Komisi IX DPR RI sempat menyoroti maraknya *influencer* (pemengaruh) di media sosial (*medsos*) yang menyampaikan kandungan produk obat dan kosmetik tertentu, terutama di sektor *skincare*.

Wakil Ketua Komisi IX DPR, Nihayatul Wafiroh atau Ninik, meminta Badan POM untuk lebih aktif memberikan informasi yang akurat terkait dengan obat dan kosmetik melalui media sosial resmi Badan POM ketimbang membiarkan informasi tersebut beredar melalui *influencer* yang belum tentu memiliki pemahaman yang memadai. (Iam/H-1)