

Melindungi Konsumen Melalui Regulasi: Studi Kasus Sosialisasi Peraturan BPOM Tentang Batas Cemaran Kosmetik

Mohamad Kashuri*

Badan Pengawas Obat dan Makanan, Jakarta 10560, Indonesia

*Corresponding author: mohamad.kashuri@pom.go.id

Received: 08 March 2025; Accepted: 11 June 2025

Abstract: This study evaluates the effectiveness of disseminating BPOM Regulation No. 16 of 2024 in enhancing stakeholder understanding and support for regulations designed to protect consumers from unsafe cosmetics. The regulation aims to align national standards with international ones; however, its implementation faces significant challenges. Using a descriptive quantitative approach, a survey was conducted with 528 participants in a hybrid-format dissemination program. The results indicate that the dissemination activities were effective, with an average evaluation score of 5.19 out of 6 for the regulation, and consumer protection aspects receiving the highest score (5.40). The implementation of the activities was rated as excellent (average score of 5.39), reflecting the organizers' success in reaching a broad audience. However, challenges related to implementation costs were identified as barriers, particularly for MSMEs. These businesses require technical guidance and operational support. The study concludes that the dissemination activities improved stakeholder preparedness, but successful implementation requires a collaborative approach involving technical assistance, adequate time allocation for discussions, and innovative delivery methods. These measures are crucial to support a safe and globally competitive Indonesian cosmetics industry.

Keywords: Cosmetic regulation, consumer protection, BPOM dissemination, regulatory implementation, Indonesian cosmetics industry.

Abstrak: Penelitian ini mengevaluasi efektivitas kegiatan diseminasi Peraturan BPOM Nomor 16 Tahun 2024 dalam meningkatkan pemahaman dan dukungan para pemangku kepentingan terhadap regulasi yang dirancang untuk melindungi konsumen dari kosmetik yang tidak aman. Peraturan ini bertujuan untuk menyelaraskan standar nasional dengan standar internasional, namun pelaksanaannya menghadapi tantangan yang cukup besar. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, survei dilakukan terhadap 528 peserta yang mengikuti program diseminasi dalam format hibrida. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan diseminasi ini tergolong efektif, dengan skor evaluasi rata-rata sebesar 5,19 dari 6 untuk pemahaman terhadap peraturan, dan aspek perlindungan konsumen memperoleh skor tertinggi sebesar 5,40. Pelaksanaan kegiatan juga dinilai sangat baik dengan skor rata-rata 5,39, mencerminkan keberhasilan penyelenggara dalam menjangkau audiens yang luas. Meskipun demikian, tantangan terkait biaya pelaksanaan diidentifikasi sebagai hambatan utama, khususnya bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Kelompok usaha ini membutuhkan pendampingan teknis serta dukungan operasional. Studi ini menyimpulkan bahwa kegiatan diseminasi berhasil meningkatkan kesiapan para pemangku kepentingan, namun keberhasilan implementasi peraturan memerlukan pendekatan kolaboratif yang mencakup bantuan teknis, alokasi waktu yang memadai untuk diskusi, dan metode penyampaian yang inovatif. Langkah-langkah tersebut sangat penting untuk mendukung industri kosmetik Indonesia yang aman dan mampu bersaing secara global.

Kata kunci: Regulasi kosmetik, perlindungan konsumen, sosialisasi BPOM, implementasi peraturan, industri kosmetik Indonesia.

DOI: 10.15408/pbsj.v7i1.45307

1. PENDAHULUAN

Kosmetik telah menjadi kebutuhan esensial di masyarakat modern, termasuk di Indonesia, di mana permintaan terhadap produk kosmetik terus meningkat seiring dengan kesadaran akan penampilan dan

kesehatan kulit (Aisyah, 2016; Maulana, Makhrus, & Hasanah, 2022). Namun, perkembangan ini juga diiringi oleh tantangan besar dalam pengawasan produk kosmetik, terutama terkait distribusi produk yang tidak memenuhi standar keamanan. Produk-produk ilegal yang mengandung bahan berbahaya masih sering ditemukan, menunjukkan perlunya regulasi yang lebih ketat dan mekanisme pengawasan yang efektif (Sutiawati & Jasmaniar, 2024), (Indradewi & Muliati, 2023). Dalam konteks ini, Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) memainkan peran strategis dalam memastikan bahwa kosmetik yang beredar di Indonesia tidak hanya memenuhi standar nasional tetapi juga sejalan dengan standar internasional, seperti yang diterapkan di negara-negara ASEAN (Raj & Chandrul, 2016), (Zakaria, 2012).

Peraturan BPOM No. 16 Tahun 2024 tentang batas cemaran dalam kosmetik merupakan langkah signifikan dalam memperkuat pengawasan kosmetik di Indonesia. Regulasi ini mengatur parameter baru, seperti pengurangan batas cemaran 1,4-Dioxane dari 25 ppm menjadi 10 ppm, yang merupakan hasil adopsi dari standar internasional yang disepakati dalam forum ASEAN (Harmono et al., 2024). Peraturan ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan keamanan produk, tetapi juga untuk melindungi konsumen dari risiko kesehatan yang terkait dengan bahan berbahaya dalam kosmetik (Termini & Tressler, 2008). Meskipun demikian, tantangan implementasi, terutama bagi pelaku usaha kecil dan menengah, menjadi perhatian utama, karena regulasi baru ini dapat meningkatkan beban biaya operasional mereka (Moongvicha, 2023).

Penelitian sebelumnya sebagian besar berfokus pada dampak teknis regulasi kosmetik, seperti mekanisme pengawasan dan pengendalian bahan berbahaya (Arlina, Syafinaldi, & Mufidi, 2024; Hermawan, 2020). Namun, studi tentang efektivitas sosialisasi regulasi dalam meningkatkan pemahaman stakeholder masih terbatas, khususnya di Indonesia. Dalam konteks ini, penelitian ini memberikan kontribusi baru dengan mengevaluasi pelaksanaan sosialisasi Peraturan BPOM No. 16 Tahun 2024 yang dilakukan secara *hybrid*, melibatkan peserta daring dan luring, dari berbagai latar belakang, termasuk pelaku usaha, akademisi, dan regulator. Sosialisasi ini dirancang untuk meningkatkan pemahaman stakeholder tentang regulasi baru serta mendukung implementasi yang efektif di lapangan (Sutiawati & Jasmaniar, 2024).

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas sosialisasi Peraturan BPOM No. 16 Tahun 2024 dalam meningkatkan pemahaman dan dukungan stakeholder terhadap regulasi baru. Selain itu, penelitian ini juga berusaha mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam implementasi peraturan serta menawarkan solusi strategis yang relevan. Dengan pendekatan ini, penelitian ini tidak hanya memberikan wawasan tentang efektivitas sosialisasi regulasi tetapi juga menyumbang rekomendasi untuk meningkatkan perlindungan konsumen dan mendukung pertumbuhan industri kosmetik yang aman dan kompetitif di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas sosialisasi Peraturan BPOM No. 16 Tahun 2024 serta mengidentifikasi tantangan implementasinya sebagai dasar penyusunan rekomendasi strategis.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif untuk mengevaluasi efektivitas sosialisasi Peraturan BPOM No. 16 Tahun 2024 tentang batas cemaran dalam kosmetik. Data dikumpulkan melalui survei terhadap peserta kegiatan sosialisasi yang dilaksanakan secara *hybrid* (daring dan luring) pada 24 Oktober 2024 di Aula Gedung Bhinneka Tunggal Ika BPOM, Jakarta. Survei ini dirancang untuk mengukur pemahaman, kepuasan, dan persepsi peserta terhadap pelaksanaan kegiatan serta kendala yang dihadapi dalam implementasi regulasi.

Survei dilakukan menggunakan kuesioner terstruktur dengan skala Likert 6 poin (1 = sangat tidak setuju hingga 6 = sangat setuju) untuk memastikan sensitivitas dalam penilaian. Kuesioner mencakup dua kategori utama: yaitu evaluasi terhadap peraturan (mencakup kejelasan, kemudahan penerapan, serta potensi dampak terhadap keamanan konsumen) dan evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan (mencakup kualitas fasilitas, materi, dan narasumber).

Kuesioner divalidasi secara kuantitatif melalui uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha, yang menunjukkan nilai sebesar 0,933, menandakan konsistensi internal yang sangat tinggi. Validitas isi juga telah dikaji oleh tim ahli untuk memastikan kejelasan dan relevansi instrumen terhadap tujuan penelitian.

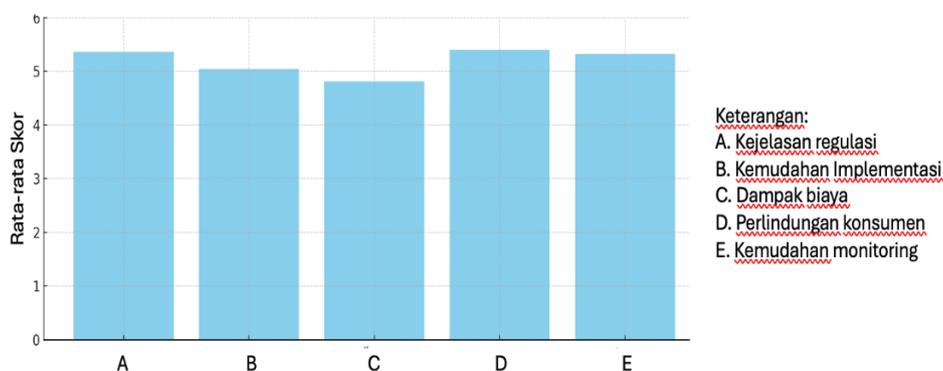
Kegiatan dimulai dengan paparan materi oleh narasumber yang terdiri dari Direktur Standardisasi Obat Tradisional, Suplemen Kesehatan, dan Kosmetik serta Ketua Tim Penyusunan Standardisasi Kosmetik. Setelah sesi materi, peserta diminta mengisi survei secara digital atau manual untuk mengevaluasi kegiatan. Pengumpulan data survei dilakukan segera setelah kegiatan selesai untuk meminimalkan bias retrospektif.

Data dianalisis secara deskriptif menggunakan nilai rata-rata (mean) untuk setiap aspek yang dinilai. Analisis fokus pada dua kategori: (1) tingkat pemahaman dan dukungan terhadap peraturan, dan (2) tingkat kepuasan terhadap pelaksanaan kegiatan. Rata-rata skor pernyataan dihitung untuk setiap kategori guna mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan kegiatan sosialisasi. Hasil analisis disajikan dalam bentuk tabel untuk mempermudah interpretasi.

Partisipasi dalam survei bersifat sukarela, dan semua data dikumpulkan secara anonim untuk menjaga kerahasiaan responden. Penelitian ini tidak diajukan ke Komite Etik karena tidak melibatkan intervensi fisik maupun pengambilan data pribadi yang sensitif. Instrumen survei bersifat non-invasif dan partisipasi dilakukan secara sukarela dan anonim, sehingga sesuai dengan standar etika umum dalam penelitian kebijakan publik.

3. HASIL DAN DISKUSI

Populasi penelitian mencakup 1.180 peserta sosialisasi, terdiri dari pelaku usaha, akademisi, regulator, dan lembaga swadaya masyarakat. Sebanyak 528 responden secara sukarela mengisi kuesioner, memberikan tingkat respons sebesar 44,7%. Peserta yang hadir secara luring sebanyak 160 orang, sementara 1.020 lainnya mengikuti kegiatan secara daring.



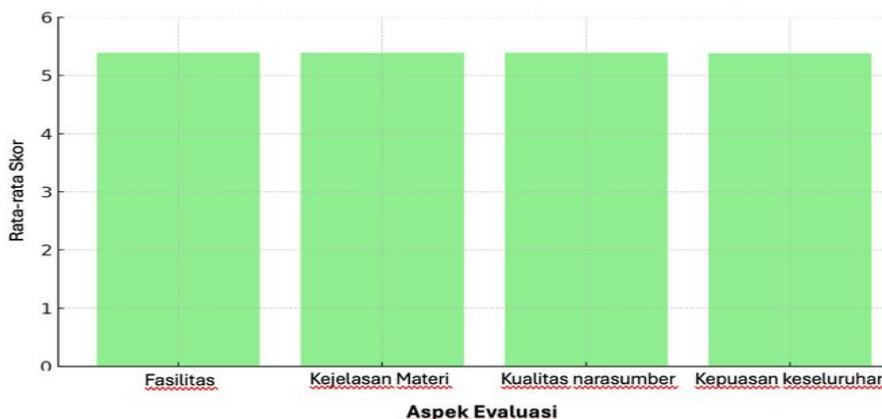
Grafik 1. Hasil Evaluasi Regulasi BPOM No. 16/ 2024

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sosialisasi Peraturan BPOM No. 16 Tahun 2024 berhasil meningkatkan pemahaman stakeholder terhadap regulasi baru. Rata-rata skor keseluruhan evaluasi peraturan mencapai 5,19 dari skala 6, dengan skor tertinggi pada aspek "Perlindungan Konsumen" (5,40). Hal ini menunjukkan bahwa peserta sosialisasi menyadari pentingnya regulasi dalam melindungi masyarakat dari risiko kosmetik yang tidak aman. Tingginya skor pada aspek ini sejalan dengan temuan sebelumnya yang menekankan bahwa edukasi regulasi dapat memperkuat kepercayaan konsumen terhadap kebijakan pemerintah dalam melindungi hak mereka (Rahmawati, 2024), (Nurdiyanti, Nur Rohmah, & Kusumaningtyas, 2024). Namun, skor terendah pada aspek "Dampak Biaya" (4,81) menunjukkan kekhawatiran pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) terkait biaya tambahan yang mungkin diperlukan untuk memenuhi standar baru. Kekhawatiran ini mencerminkan perlunya pendekatan berbasis dukungan untuk mengurangi beban biaya bagi UMKM (Mushufa, Kholid A, Aly,

Saputri, & Andrean, 2024; Umar, Sari, Thasim, Hasnaeni, & Ananda, 2024). seperti terlihat pada Grafik 1.

Analisis bivariat menggunakan uji t independen menunjukkan adanya perbedaan signifikan antara persepsi regulator dan pelaku usaha terhadap kemudahan implementasi regulasi ($p < 0.05$), di mana pelaku usaha memberikan skor lebih rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa pihak pelaku usaha lebih merasakan kendala dalam menerapkan regulasi dibandingkan regulator, yang cenderung melihat regulasi dari sisi normatif dan administratif. Temuan ini sejalan dengan studi Mushufa et al. (2024) yang menyoroti perlunya pendekatan fasilitatif dalam pelatihan regulasi bagi UMKM.

Penilaian terhadap pelaksanaan kegiatan sosialisasi menunjukkan hasil yang sangat positif, dengan rata-rata skor keseluruhan sebesar 5,39. Aspek “Kejelasan Materi”, “Kualitas Pembicara”, dan “Fasilitas” memperoleh skor tinggi yang konsisten, masing-masing sebesar 5,39, yang mencerminkan bahwa desain kegiatan ini memenuhi kebutuhan peserta (Grafik 2). Tingginya skor pada aspek ini menunjukkan bahwa penyelenggara sosialisasi telah berhasil memanfaatkan pendekatan komunikasi yang efektif. Sebelumnya, studi tentang edukasi regulasi juga menunjukkan bahwa komunikasi yang jelas dan terstruktur memainkan peran penting dalam meningkatkan pemahaman peserta (Fitriana et al., 2024; Kartika & Rahayu, 2024). Meskipun demikian, responden mencatat bahwa sesi tanya jawab masih kurang memadai, terutama dalam menjawab pertanyaan teknis terkait parameter baru dalam regulasi. Hal ini menunjukkan perlunya alokasi waktu yang lebih panjang untuk diskusi yang lebih mendalam (Pandiangan, Nainggolan, & Maliangkay, 2021; Susiyarti, Febriyanti, Mahardika, & Riyanta, 2024).



Grafik 2. Evaluasi Kepuasan Terhadap Kegiatan Sosialisasi

Format *hybrid* yang digunakan dalam sosialisasi ini terbukti meningkatkan aksesibilitas, memungkinkan partisipasi dari berbagai wilayah, dengan 1.180 peserta terlibat secara langsung dan daring. Sebanyak 160 peserta hadir secara luring, sementara sisanya mengikuti secara daring, yang mencerminkan efektivitas pendekatan ini dalam menjangkau audiens yang lebih luas. Metode *hybrid* ini sebelumnya juga terbukti efektif dalam berbagai studi yang menyoroti manfaatnya dalam memperluas jangkauan kegiatan edukasi dan meningkatkan efisiensi penyampaian informasi (Hikmawanti, Fatmawati, & Wiyati, 2024; Rahmawati, 2024). Namun, beberapa responden menyoroti perlunya kombinasi yang lebih seimbang antara sesi daring dan luring untuk memberikan ruang interaksi yang lebih optimal. Kritik ini menggarisbawahi pentingnya inovasi dalam penyampaian materi, seperti penggunaan teknologi interaktif selama sesi daring (Kartika & Rahayu, 2024).

Regulasi baru ini mencakup penurunan batas cemaran 1,4-Dioxane dari 25 ppm menjadi 10 ppm serta penambahan parameter baru seperti Acrylamide. Implementasi standar baru ini merupakan upaya harmonisasi dengan regulasi internasional yang disepakati dalam forum ASEAN. Langkah ini tidak hanya bertujuan meningkatkan keamanan produk kosmetik tetapi juga mendukung daya saing produk lokal di pasar global (Permawati & Satriani, 2024). Meskipun demikian, adaptasi regulasi ini memerlukan investasi teknologi dan pelatihan bagi pelaku usaha untuk memastikan bahwa mereka dapat memenuhi standar baru tanpa mengalami hambatan operasional yang signifikan. Temuan ini sejalan dengan kebutuhan untuk mendukung UMKM melalui panduan teknis dan pelatihan khusus

(Mushufa et al., 2024; Umar et al., 2024).

Penelitian ini juga menemukan bahwa sebagian besar peserta merasa regulasi ini memberikan arah yang jelas bagi pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas produk mereka. Namun, pelaku usaha kecil masih memerlukan panduan teknis yang lebih rinci untuk memahami proses pengujian yang diwajibkan. Kekhawatiran ini menyoroti perlunya pendampingan yang lebih terstruktur, yang melibatkan pelatihan berbasis kasus nyata untuk meningkatkan efektivitas implementasi regulasi (Agustina, Ningsih, & Mulyati, 2021). Pendekatan ini juga sejalan dengan upaya pemberdayaan pelaku usaha kecil melalui literasi hukum dan teknis yang lebih baik (Kevin Namiro Kuteesa, Chidiogo Uzoamaka Akpuokwe, & Chioma Ann Udeh, 2024).

Studi ini memberikan wawasan baru tentang efektivitas sosialisasi regulasi kosmetik, khususnya dalam konteks Indonesia. Dibandingkan dengan penelitian sebelumnya yang lebih berfokus pada dampak teknis regulasi terhadap produk, penelitian ini menyoroti pentingnya pendekatan kolaboratif dalam sosialisasi untuk membangun pemahaman dan dukungan stakeholder (Gredig et al., 2021). Dengan demikian, penelitian ini memberikan rekomendasi strategis untuk kegiatan serupa di masa mendatang, seperti penyediaan panduan teknis yang lebih lengkap, alokasi waktu diskusi yang lebih panjang, serta perluasan cakupan ke wilayah yang lebih terpencil. Langkah-langkah ini diharapkan dapat mendukung implementasi regulasi yang lebih efektif dan mendorong pertumbuhan industri kosmetik yang aman dan kompetitif di Indonesia.

4. KESIMPULAN

Dari penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa sosialisasi Peraturan BPOM No. 16 Tahun 2024 berhasil meningkatkan pemahaman dan dukungan stakeholder terhadap regulasi baru, khususnya dalam aspek perlindungan konsumen, meskipun tantangan terkait dampak biaya masih dirasakan oleh pelaku UMKM. Penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan kegiatan dengan format *hybrid* efektif menjangkau peserta secara luas, meskipun diperlukan waktu diskusi yang lebih panjang untuk membahas isu teknis secara mendalam. Dengan demikian, sosialisasi ini telah memenuhi tujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kesiapan stakeholder dalam mengimplementasikan regulasi, sekaligus mengidentifikasi kebutuhan pendampingan teknis dan dukungan bagi pelaku usaha untuk mendukung keberhasilan penerapan peraturan di lapangan. Studi ini merupakan salah satu penelitian pertama di Indonesia yang secara sistematis mengevaluasi efektivitas kegiatan sosialisasi regulasi BPOM melalui pendekatan *hybrid*, sehingga memberikan kontribusi baru dalam literatur kebijakan perlindungan konsumen.

5. REFERENSI

- Agustina, Y., Ningsih, S. S., & Mulyati, H. (2021). Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Dengan Menggunakan Aplikasi SI APIK Pada UMKM. *Intervensi Komunitas*, 2(2), 134–145. <https://doi.org/10.32546/ik.v2i2.871>
- Aisyah, M. (2016). Consumer Demand on Halal Cosmetics and Personal Care Products in Indonesia. *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 9(1), 125–142. <https://doi.org/10.15408/aiq.v9i1.1867>
- Arlina, S., Syafinaldi, & Mufidi, F. (2024). Consumer Legal Protection for Whitening Cream Cosmetic Products, 9(2), 233–250.
- Fitriana, M., Ridwan, S., Azizah, H., Hajrin, W., Subaidah, W. A., & Pratiwi, E. T. (2024). Pengaruh Sosialisasi Cek KLIKK BPOM terhadap Tingkat Pengetahuan Pemilihan Kosmetik pada Siswa MTs Al-Hannaniyah NW Praya. *TRILOGI: Jurnal Ilmu Teknologi, Kesehatan, Dan Humaniora*, 5(2), 242–249. <https://doi.org/10.33650/trilogi.v5i2.8380>
- Gredig, D., Heinsch, M., Amez-Droz, P., Hüttemann, M., Rotzetter, F., & Sommerfeld, P. (2021). Collaborative research and development: a typology of linkages between researchers and practitioners. *European Journal of Social Work*, 24(6), 1066–1082. <https://doi.org/10.1080/13691457.2020.1793111>
- Harmono, Maulida, I., Kartina, R. M., Marlina, T., Putri, D. I., & Manurung, A. K. A. (2024). Preventive Effort of the National Center for Drug and Food Control (BBPOM) To Tackle the Circulation of Illegal Beauty Cosmetics Products. *Jurnal Ilmu Hukum: Hermeneutika*, 8(1), 38–41. Retrieved from <https://hermeneutika.ugj.ac.id/index.php/hermeneutika/article/view/14%0Ahttps://hermeneutika.ugj.ac.id/index.php/hermeneutika/article/download/14/5>

- Hermawan, A. (2020). Consumer Protection Perception of Halal Food Products in Indonesia. *KnE Social Sciences*, 2020, 235–246. <https://doi.org/10.18502/kss.v4i9.7329>
- Hikmawanti, N. P. E., Fatmawati, S., & Wiyati, T. (2024). Sosialisasi Bahaya Bahan Kimia Obat (BKO) dalam Jamu dan Pelatihan Membuat Seduhan Herbal. *Jurnal Pengabdian Farmasi Dan Sains (JPFS)*, 03(01), 15–19. <https://doi.org/10.22487/jpsf.2024.v3.i1.17399>
- Inradewi, A. A. S. N., & Muliati, N. M. (2023). The Role of The Drug and Food Control Agency (BPOM) in the Distribution of Cosmetics That Contain Hazardous Substances in Denpasar. *Proceeding International Conference*, 5(1), 244–253.
- Kartika, W., & Rahayu, Y. S. (2024). Analisis Implementasi Kebijakan Pedoman Penyelenggaraan Forum Konsultasi Publik Di Lingkungan Unit Penyelenggara Pelayanan Publik. *Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial Humaniora*, 7(1), 222–234.
- Kevin Namiro Kuteesa, Chidiogo Uzoamaka Akpuokwe, & Chioma Ann Udeh. (2024). Empowering marginalized communities through legal and financial literacy: The development and impact of the LEFL-Framework. *International Journal of Scholarly Research and Reviews*, 4(2), 024–040. <https://doi.org/10.56781/ijssr.2024.4.2.0030>
- Maulana, D. F., Makhrus, & Hasanah, H. (2022). The Urgency of MUI Halal Fatwa about Food, Beverage, Medicine and Cosmetic Products for the Consumer Protection. *Volksgeist: Jurnal Ilmu Hukum Dan Konstitusi*, 5(2), 199–214. <https://doi.org/10.24090/volksgeist.v5i2.6421>
- Moongvicha, S. (2023). Consumer Protection Mechanisms and Influences in Online Purchases of Thai Herbal Cosmetics. *Asian Administration and Management Review*, 6(2), 75–87. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4647676>
- Mushufa, A., Kholid A, H. A., Aly, F., Saputri, N. D., & Andrian, P. (2024). Pemberdayaan UMKM desa pasuruhan melalui sertifikasi halal dan P-Irt. *BEMAS: Jurnal Bermasyarakat*, 4(2), 156–164. <https://doi.org/10.37373/bemas.v4i2.591>
- Nurdiyanti, E. P., Nur Rohmah, F. G., & Kusumaningtyas, M. (2024). Perlindungan Konsumen Terhadap Jual Beli Kosmetik Online Illegal Melalui e-Commerce. *Jurnal Hukum Dan HAM Wara Sains*, 3(02), 207–214. <https://doi.org/10.58812/jhhws.v3i02.1108>
- Pandiangan, D., Nainggolan, N., & Maliangkay, H. P. (2021). Program Kemitraan Masyarakat untuk Perbaikan Proses Pengeringan Bahan Baku Obat Tradisional Pencegahan Covid-19 dan Perbaikan Produk UMKM Biovina. *VIVABIO: Jurnal Pengabdian Multidisiplin*, 3(3), 25–34. <https://doi.org/10.35799/vivabio.v3i3.36793>
- Permawati, M., & Satriani, N. W. (2024). Persepsi Pelaku Usaha terhadap Implementasi Pemenuhan Aspek Iklan yang Tidak Menyesatkan pada Produk Obat Tradisional dan Suplemen Kesehatan. *Sovereignty: Jurnal Demokrasi Dan Ketahanan Nasional*, 3(1), 37–50.
- Rahmawati, D. (2024). Pentingnya Sertifikasi Pirt Pada Industri Rumah Tangga: Literature Review Article. *Jurnal Inovasi Kesehatan Adaptif*, 6(2), 51–59.
- Raj, R. K., & Chandrul, K. K. (2016). Regulatory Requirements for Cosmetics in Relation with Regulatory Authorities in India against US, Europe, Australia and Asean Countries. *International Journal of Pharma Research and Health Sciences*, 4(5), 1332–1341. <https://doi.org/10.21276/ijprhs.2016.05.01>
- Susiyarti, Febriyanti, R., Mahardika, M. P., & Riyanta, A. B. (2024). Edukasi tentang Pemilihan Kosmetik Aman melalui Pengenalan Cara Uji Kualitatif Hidrokuinon pada Produk Skincare pada Siswi SMK Muhammadiyah Lebaksiu Tegal. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Wahana Usada*, 6(1), 16–25. <https://doi.org/10.47859/wuj.v6i1.334>
- Sutiawati, & Jasmaniar. (2024). Efforts to Combat Criminal Acts of Unlicensed Cosmetics Distribution in Makassar City. *Alauddin Law Development Journal*, 6(1), 150–162. <https://doi.org/10.24252/aldev.v6i1.45608>
- Termini, R. B., & Tressler, L. (2008). American Beauty: An Analytical View of the Past and Current. *Food and Drug Law Journal*, 63(1), 257–274. <https://doi.org/10.1002/9780470114735.hawley07468>
- Umar, F., Sari, R. W., Thasim, S., Hasnaeni, H., & Ananda, S. R. (2024). Penguatan Branding Aspek Gizi dan Sertifikasi Halal untuk Meningkatkan Mutu dan Daya Saing UMKM. *Jurnal Abmas Negeri (JAGRI)*, 5(1), 77–85. <https://doi.org/10.36590/jagri.v5i1.1020>
- Zakaria, Z. (2012). *Cosmetic Safety Regulations: a Comparative Study of Europe, the Usa and Malaysia*, 1–281. Retrieved from <https://www.escholar.manchester.ac.uk/uk-ac-man-scw:170807>