

P-ISSN: 2774-4574 ; E-ISSN: 2774-4582  
TRILOGI, 5(2), April-Juni 2024 (242-249)  
@2020 Lembaga Penerbitan, Penelitian,  
dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP3M)  
Universitas Nurul Jadid Paiton Probolinggo  
DOI: [10.33650/trilogi.v5i2.8380](https://doi.org/10.33650/trilogi.v5i2.8380)



## **Pengaruh Sosialisasi Cek KLIKK BPOM terhadap Tingkat Pengetahuan Pemilihan Kosmetik pada Siswa MTs Al-Hannaniyah NW Praya**

### **Mariama Fitriana**

Universitas Mataram, Indonesia  
[mfriana08@gmail.com](mailto:mfriana08@gmail.com)

### **Sucilawaty Ridwan**

Universitas Mataram, Indonesia  
[sucilr@unram.ac.id](mailto:sucilr@unram.ac.id)

### **Hidayatul Azizah**

Universitas Mataram, Indonesia  
[zaenazizah@gmail.com](mailto:zaenazizah@gmail.com)

### **Wahida Hajrin**

Universitas Mataram, Indonesia  
[wahida08farm@gmail.com](mailto:wahida08farm@gmail.com)

### **Windah Anugrah Subaidah**

Universitas Mataram, Indonesia  
[Mataramwindahanugrah@gmail.com](mailto:Mataramwindahanugrah@gmail.com)

### **Eskarani Tri Pratiwi**

Universitas Mataram, Indonesia  
[rani@unram.ac.id](mailto:rani@unram.ac.id)

### **Abstract**

The rapid growth of the cosmetics industry in Indonesia has led to problems, such as the emergence of individuals distributing illegal cosmetics. Adolescents are among the most vulnerable groups affected by these individuals. Therefore, it is necessary to conduct outreach on the criteria for selecting safe cosmetics, including checking packaging, labels, distribution permits, uses, and expiration dates (KLIKK) as promoted by BPOM, as a smart step in choosing cosmetics. This study aims to determine the effect of KLIKK BPOM socialization on the level of knowledge regarding the selection of cosmetics among students of MTs Al-Hannaniyah NW Praya. The research design used is a one group pretest-posttest design, with socialization and the administration of questionnaires to measure the respondents' knowledge before and after the socialization. The results showed an increase in the average knowledge of the respondents ( $P < 0.05$ ) after the socialization, with 43.3% of students having a moderate level of knowledge, 40% having a high level of knowledge, and 16.7% having a low level of knowledge.

**Keywords:** Knowledge; Cosmetics; KLIKK.

### **Abstrak**

Tingginya pertumbuhan industri kosmetik di Indonesia menimbulkan permasalahan berupa munculnya oknum-oknum yang mengedarkan kosmetik secara ilegal. Di antara kelompok yang paling rentan terpengaruh oleh oknum-oknum tersebut adalah kelompok usia remaja. Oleh karena itu, diperlukan sosialisasi kriteria pemilihan kosmetik yang aman, meliputi cek kemasan, label, izin edar, kegunaan, dan kadaluarsa (KLIKK) BPOM sebagai langkah cerdas dalam memilih kosmetik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sosialisasi cek

KLIKK BPOM terhadap tingkat pengetahuan pemilihan kosmetik pada siswa/siswi MTs Al-Hannaniyah NW Praya. Rancangan penelitian menggunakan one group pretest-posttest design dengan metode sosialisasi dan pemberian kuesioner untuk mengukur tingkat pengetahuan responden sebelum dan setelah sosialisasi. Hasil penelitian menunjukkan terdapat peningkatan rata-rata pengetahuan pada responden ( $P < 0,05$ ) setelah sosialisasi, di mana sebanyak 43,3% siswa/siswi memiliki tingkat pengetahuan yang cukup, 40% memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi, dan 16,7% memiliki tingkat pengetahuan yang rendah.

**Katakunci:** Pengetahuan; Kosmetik; KLIKK.

## 1 Pendahuluan

Badan Pengawas Obat dan Makanan atau yang disingkat dengan BPOM merupakan lembaga pemerintah non kementerian yang tugas dan fungsinya khusus dalam mengawasi peredaran obat-obatan dan juga makanan di Indonesia. Dalam melaksanakan fungsi pengawasan tersebut, BPOM memiliki kewenangan dalam hal pelaksanaan dan pengaturan mengenai pengawasan sebagaimana diatur dalam pasal 4 Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan No. 26 Tahun 2017 tentang Organisasi dan Tata Kerja Badan Pengawas Obat dan Makanan. Salah satu kewenangan BPOM yaitu menerbitkan izin edar produk dan sertifikat sesuai dengan standar persyaratan keamanan, khasiat/manfaat, dan mutu serta pengujian obat dan makanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan (BPOM RI, 2017).

Terkait dengan fungsi pengawasan, BPOM juga mempunyai wewenang dalam mengawasi peredaran produk kosmetika. Definisi kosmetika menurut Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) No. 30 Tahun 2020 tentang Persyaratan Teknis Penandaan Kosmetika yaitu 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 (BPOM RI, 2020b). Adapun menurut Peraturan Menteri Kesehatan RI No.220/MenKes/Per/X/1976, kosmetika adalah bahan atau campuran bahan untuk digosokkan, dilekatkan, dituangkan, dipercikkan, atau disemprotkan pada, dimasukkan ke dalam, dipergunakan pada badan atau bagian badan manusia dengan maksud untuk membersihkan, memelihara, menambah daya tarik atau rupa, dan tidak termasuk golongan obat (MenKes RI, 1976).

Peraturan BPOM No. 23 Tahun 2019 menyebutkan bahwa pelaku usaha wajib menjamin kosmetika yang diproduksi untuk diedarkan di dalam negeri dan/atau yang diimpor untuk diedarkan di wilayah Indonesia memenuhi persyaratan teknis bahan kosmetika meliputi keamanan, manfaat, dan mutu (BPOM RI, 2019). Pemenuhan persyaratan sudah dimulai dari awal perizinan kosmetik, yaitu tentang penyusunan denah bangunan, proses sertifikasi cara pembuatan kosmetik yang baik (CPKB) sampai proses penerbitan Nomor Izin Edar kosmetik atau biasa dikenal dengan nomor notifikasi. CPKB adalah seluruh aspek kegiatan pembuatan kosmetika yang bertujuan untuk menjamin agar produk yang dihasilkan senantiasa memenuhi persyaratan mutu yang ditetapkan sesuai dengan tujuan penggunaannya. Bukti bahwa Industri Kosmetika telah menerapkan CPKB dalam pembuatan kosmetika yaitu adanya sertifikat CPKB sebagai dokumen yang sah (BPOM RI, 2020).

Adapun beberapa kriteria produk kosmetik yang dapat dikategorikan aman menurut BPOM yaitu meliputi adanya kemasan, label, izin edar, kegunaan dan cara penggunaan, tanggal kadaluarsa, serta tidak terkandungnya bahan kimia berbahaya (Nada & Oktaviani, 2023). Lima kriteria keamanan produk kosmetik tersebut biasa disingkat dengan sebutan KLIKK.

### a. Kemasan

Kemasan atau packaging adalah suatu wadah yang menempati suatu barang agar aman, menarik, mempunyai daya pikat dari seorang yang ingin membeli suatu produk. Beberapa fungsi kemasan diantaranya yaitu melindungi produk, sebagai identitas produk, dan memudahkan penyimpanan (Mukhtar & Nurif, 2015). Pastikan kemasan kosmetik dalam kondisi baik, tidak rusak atau cacat, dan sebagainya. Kemasan yang baik akan melindungi produk dari kontaminasi dan kerusakan.

b. Label

Label merupakan suatu bagian dari sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau tentang penjualannya (Alim et al., 2018). Pastikan label memuat penandaan kosmetik secara jelas dan lengkap. Label pada kosmetik harus memuat informasi penandaan kosmetika meliputi nama produk, cara penggunaan, negara produsen, nomor batch, keterangan kadaluarsa, peringatan atau perhatian, kemanfaatan atau kegunaan, komposisi, nama dan alamat pemohon notifikasi, ukuran/isi/netto, serta nomor izin edar atau nomor notifikasi.

c. Izin Edar

Setiap kosmetik yang beredar di Indonesia harus memiliki izin edar dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Izin edar menjamin bahwa produk telah melewati uji keamanan dan kualitas. Pendaftaran izin edar kosmetik dilakukan di BPOM, melalui aplikasi Notifkos online pada website [www.notifkos.pom.go.id](http://www.notifkos.pom.go.id) (BPOM RI, 2020). Nomor notifikasi dari BPOM ditandai dengan kode "N" diikuti oleh 1 huruf dan 11 digit angka, misalnya seperti NX 123456789101.

Dua huruf awal merupakan kode benua, dimana untuk produk Asia menggunakan kode NA, produk Australia menggunakan kode NB, produk Eropa menggunakan kode NC, produk Afrika menggunakan kode ND, dan produk Amerika menggunakan kode NE (Agustina et al., 2020). Sementara itu, 11 digit angka juga memiliki makna tersendiri. Dua digit pertama menunjukkan kode negara tempat produksi kosmetik, dua digit berikutnya menunjukkan tahun notifikasi, dua digit berikutnya menunjukkan jenis produk, dan sisa angka berikutnya menunjukkan nomor urut notifikasi (Bakri et al., 2022).

d. Kegunaan dan Cara Penggunaan

Informasi mengenai kegunaan dan cara penggunaan kosmetik harus tercantum pada label. Pastikan untuk memahami kegunaan dan cara penggunaan sebelum menggunakan suatu kosmetik.

e. Tanggal Kadaluarsa

Tanggal kadaluarsa atau *Expired Date* (ED) adalah tanggal atau batas waktu kadaluarsa pada kemasan kosmetik yang ditentukan oleh pabrik yang membuat, selama kemasan kosmetik belum dibuka dan selama disimpan pada tempat yang tepat (Septianingrum et al., 2015). Umur simpan produk dapat dituliskan dalam bentuk *best before date* dan *use by date*. *Best before date* artinya

produk masih dalam kondisi baik dan masih dapat digunakan beberapa saat setelah tanggal yang tercantum terlewati, sedangkan *use by date* artinya produk tidak dapat digunakan karena berbahaya bagi kesehatan setelah tanggal yang tercantum terlewati (Syamsudin et al., 2015). Periksa tanggal kadaluarsa pada kemasan. Jangan gunakan kosmetik yang sudah melewati tanggal kadaluarsa. Produk yang kadaluarsa bisa mengalami perubahan kandungan dan menjadi berbahaya bagi kesehatan.

Istilah lain yang berkaitan dengan kadaluarsa adalah *Period after Opening* (PAO). Berbeda dengan *expired date*, *Period After Opening* (PAO) adalah batas waktu penggunaan kosmetik yang telah dibuka dari kemasannya untuk mengetahui kosmetik tersebut masih stabil dan aman digunakan. Akan tetapi, tanda label atau simbol *Period After Opening* (PAO) belum banyak tercantum pada kosmetik lokal Indonesia karena belum ada peraturan yang mewajibkan (Septianingrum et al., 2015).

Penggunaan kosmetik telah menjadi tren dalam kehidupan masyarakat sehingga pertumbuhan industri kosmetik semakin berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Portal data pasar dan konsumen internasional, Statista, menyebutkan bahwa kawasan Asia-Pasifik menempati posisi teratas pasar kosmetik di seluruh dunia, termasuk Korea, Cina, Jepang, Indonesia, Malaysia, dan Thailand. (Ganbold, 2023). Kementerian Perindustrian menyatakan bahwa pasar industri kosmetik mengalami pertumbuhan mencapai rata-rata 20% per tahun (Pramesti et al., 2023) dan pada tahun 2020 pertumbuhan industri kosmetik di Indonesia ditargetkan sebesar 9 % (Kemila et al., 2023).

Peningkatan konsumsi kosmetik di Indonesia yang sangat menjanjikan menyebabkan banyak produsen memproduksi kosmetik dalam berbagai bentuk sediaan serta kandungan bahan kimia (Nurhan et al., 2017). Permasalahan yang muncul dari tingginya pertumbuhan pasar industri kosmetik yaitu semakin banyak oknum-oknum yang mengambil keuntungan dengan memproduksi kosmetik secara ilegal, menggunakan bahan-bahan berbahaya, atau memalsukan produk tertentu demi memenuhi keinginan pasar (Alishlah et al., 2022).

Dilansir dari website resmi BPOM RI, terdapat 181 item (1,2 juta *pieces*) temuan kosmetik yang mengandung bahan yang dilarang atau berbahaya selama periode September 2022 hingga Oktober 2023. Total nilai keekonomian temuan kosmetik mencapai Rp42 miliar dan tersebar di seluruh Indonesia, terutama di daerah DKI Jakarta, Jawa

Timur, Sumatra Utara, dan Sulawesi Selatan. Selama kurun waktu tiga tahun terakhir, terjadi peningkatan temuan kosmetik berbahaya setidaknya 10-20% setiap tahunnya (BPOM RI, 2022).

Daftar bahan yang diizinkan dan tidak diizinkan dalam kosmetika tercantum pada bagian lampiran Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan No. 23 Tahun 2019 tentang Persyaratan Teknis Kosmetika. Selain itu, terdapat pula bahan-bahan pada kosmetik yang sebelumnya diizinkan kemudian dilarang. Bahan-bahan tersebut diantaranya yaitu m-fenilendiamin serta fenol dan garam alkali lainnya yang merupakan bahan pewarna pada sediaan pewarna rambut oksidatif, hidrokuinon yang merupakan bahan pemutih kulit dan pewarna kuku artifisial, solvent red 1 (CI 12150), acid orange 24 (CI 20170) D&C Red no 13 Ext, dan vitamin K (Fitonadion) (BPOM RI, 2019).

Kelompok yang rentan terpengaruh oleh penggunaan kosmetik yang tidak aman yaitu usia remaja (Tikirik et al., 2023). Para remaja yang baru mulai mengenal kosmetik sering kali mudah terpengaruh dengan berbagai promosi, diskon, dan produk yang sedang viral, namun kurang teliti dalam memahami cara mengecek keaslian serta keamanan produk kosmetik (Alishlah et al., 2022). Oleh karena itu perlu dilakukan sosialisasi terhadap kelompok usia remaja mengenai Cek KLIKK (Kemasan, Label, Izin edar, Kegunaan, dan Kadaluarsa) BPOM pada produk kosmetik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sosialisasi cek KLIKK BPOM terhadap tingkat pengetahuan siswa/siswi MTs Al-Hannaniyah NW Praya.

## 2 Metode

Penelitian ini merupakan penelitian quasi eksperimental dengan rancangan *one group pretest-posttest design*. Populasi dalam penelitian ini adalah siswa/siswi kelas IX MTs Al-Hannaniyah NW Praya. Pengambilan sampel menggunakan teknik *total sampling* dengan jumlah responden kelas IX sebanyak 30 responden. Penelitian ini dilakukan dengan cara memberikan pretest (pengamatan data) terlebih dahulu kemudian diberi intervensi berupa sosialisasi terkait KLIKK. Selanjutnya, dilakukan pengamatan akhir menggunakan posttest untuk mengetahui pengaruh intervensi yang diberikan. Instrumen penelitian yaitu kuesioner yang terdiri dari 5 pertanyaan tentang langkah cerdas memilih kosmetik. Data yang diperoleh berupa rata-rata tingkat pengetahuan siswa/siswi berdasarkan nilai pretest dan posttest selanjutnya dianalisis

menggunakan *paired sample t-test*. Nilai  $P < 0,05$  dianggap signifikan secara statistik.

## 3 Hasil dan Pembahasan

Masa remaja merupakan masa perubahan atau masa peralihan dari masa kanak-kanak ke masa dewasa yang meliputi perubahan biologis, perubahan psikologis dan perubahan sosial (Kusumawati et al., 2018). Masa remaja awal (*early adolescence*) kurang lebih berlangsung di masa sekolah menengah pertama sampai sekolah menengah akhir dan perubahan pubertas terbesar terjadi pada masa ini (Rais, 2022). Pada usia remaja biasanya seseorang mulai memperhatikan dan mengkhawatirkan perubahan yang terjadi pada dirinya, terutama pada penampilan fisiknya. Keinginan untuk tampil menarik dan percaya diri seringkali mendorong mereka untuk menggunakan berbagai produk kosmetik. (Yeni & Nining, 2023).

Pada penelitian ini dilakukan sosialisasi mengenai cek kemasan, label, izin edar, kegunaan, dan kadaluarsa (KLIKK) BPOM siswa/siswi kelas IX MTs Al-Hannaniyah Praya. Pelaksanaan program sosialisasi ini dilakukan di MTs Al-Hannaniyah Praya karena merupakan salah satu sekolah menengah pertama di daerah Praya yang memiliki jumlah siswa remaja yang signifikan dan masih belum cukup teredukasi mengenai langkah cerdas dalam memilih kosmetik. Program sosialisasi ini diharapkan dapat memberi manfaat berupa meningkatkan wawasan sejumlah remaja mengenai informasi tentang pemilihan kosmetik yang baik dan aman.

Distribusi responden (siswa/siswi kelas IX MTs Al-Hannaniyah Praya) berdasarkan jenis kelamin ditunjukkan oleh Tabel 1.

**Tabel 1.** Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	%
Laki-laki	14	46,7
Perempuan	16	53,3
Total	30	100

Berdasarkan tabel tersebut, diketahui bahwa terdapat 46,7% responden berjenis kelamin laki-laki dan 53,3% responden berjenis kelamin perempuan dari total 30 orang responden.

Pengetahuan atau *knowledge* merupakan hasil penginderaan manusia atau hasil tahu seseorang terhadap suatu objek melalui pancaindra yang dimilikinya (Sevdo et al., 2023). Pengindraan terjadi melalui panca indra manusia, yakni indra penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba (Notoatmodjo, 2014). Pada penelitian ini, pengetahuan siswa/siswi dapat diperoleh melalui

indera penglihatan dan pendengaran, yaitu dengan sosialisasi menggunakan media *power point*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi et al (2021), terjadi peningkatan pengetahuan sebesar 15,56% mengenai pemilihan dan penggunaan kosmetik yang aman pada remaja Desa Setu setelah dilakukan sosialisasi. Hal serupa juga ditunjukkan oleh penelitian Yeni & Nining (2023) dimana terjadi peningkatan pengetahuan hingga ± 13,4% (nilai

rata-rata pretest sebesar 70,8 dan rata-rata nilai posttest sebesar 80,3) setelah dilakukan penyuluhan mengenai pemilihan dan penggunaan kosmetika yang tepat dan aman di kalangan remaja. Selain itu, penelitian oleh (Bakri et al (2022) juga menunjukkan bahwa terjadi peningkatan pengetahuan seluruh peserta (100%) mengenai pengecekan label kosmetika pada aplikasi cekbpom.pom.go.id setelah dilakukan penyuluhan serta hampir seluruh peserta (98%) sudah dapat mengoperasikan aplikasi cekbpom.pom.go.id dengan baik.

**Tabel 2.** Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Kuesioner

No.	Pertanyaan	Pretest		Posttest	
		Jawaban benar	Persentase (%)	Jawaban benar	Persentase (%)
1.	Dalam memilih kosmetik, kita harus memperhatikan KLIKK. Apakah singkatan dari KLIKK?	5	16,7	22	73,3
2.	Dalam memilih kosmetik, kita harus memperhatikan pelabelan dalam kosmetik. Manakah informasi pelabelan yang tidak harus ada di kosmetik?	6	20	12	40
3.	Dalam memilih kosmetik, kita harus memperhatikan kemasan dalam kosmetik. Bagaimana dasar pertimbangan utama yang kita lakukan dalam memilih kosmetik berdasarkan kemasan?	18	60	22	73,3
4.	Kosmetik harus memiliki izin edar. Manakah penandaan nomor izin edar kosmetik yang benar?	7	23,3	20	66,7
5.	Di website manakah anda perlu mengecek kosmetik yang telah memiliki nomor izin edar?	4	13,3	26	86,7

Instrumen untuk mengukur tingkat pengetahuan siswa/siswi kelas IX MTs Al-Hannaniyah NW Praya yaitu menggunakan kuesioner yang terdiri dari lima pertanyaan. Pertanyaan-pertanyaan tersebut diberikan sebanyak dua kali yaitu sebelum dilakukan sosialisasi (pretest) dan setelah dilakukan sosialisasi (posttest). Materi yang ditanyakan yaitu mengenai cara pemilihan kosmetik berdasarkan prinsip cek kemasan, label, izin edar, kegunaan, dan kadaluarsa (KLIKK).

Pada pertanyaan pertama mengenai singkatan dari KLIKK, sebanyak 5 dari 30 responden (16,7%) dapat menjawab dengan benar pada

pretest. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden masih awam mengenai KLIKK. Adapun pada saat posttest, sebanyak 22 dari 30 responden (73,3%) menjawab pertanyaan singkatan KLIKK dengan benar yaitu kemasan, label, izin edar, kegunaan, dan kadaluarsa. Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat peningkatan pengetahuan responden setelah dilakukannya sosialisasi.

Sementara itu, pada pertanyaan kedua mengenai informasi pelabelan pada kosmetik, sebanyak 6 dari 30 responden (20%) menjawab dengan benar mengenai informasi pelabelan yang tidak harus ada dalam kosmetik. Sebelum

dilakukan sosialisasi, sebagian besar responden masih belum mengetahui mengenai informasi apa saja yang harus ada dan tidak pada label kosmetik. Berdasarkan hasil pretest, diketahui bahwa sebanyak 12 dari 30 responden (40%) berhasil menjawab pertanyaan dengan benar. Hasil ini terbilang menurun jika dibandingkan dengan jumlah responden yang dapat menjawab dengan benar pada pertanyaan pertama. Hal tersebut dapat disebabkan karena peserta kurang memperhatikan materi mengenai pelabelan pada saat dilakukan sosialisasi.

Pada pertanyaan ketiga mengenai pertimbangan utama dalam pemilihan kosmetik berdasarkan kemasan, sebanyak 18 dari 30 responden (60%) dapat menjawab dengan benar. Hal tersebut menunjukkan bahwa lebih dari setengah responden dalam kelas tersebut telah mengetahui dasar pemilihan kosmetik berdasarkan kemasan sebelum dilakukannya sosialisasi. Persentase tersebut kemudian meningkat pada saat posttest dimana sebanyak 22 dari 30 responden (73,3%) dapat menjawab pertanyaan nomor tiga dengan benar.

Hasil yang diperoleh pada pertanyaan keempat tidak jauh berbeda dengan pertanyaan pertama, dimana sebanyak 7 dari 30 responden (23,3%) dapat menjawab dengan benar pertanyaan mengenai penandaan nomor izin edar kosmetik. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden masih belum memiliki pengetahuan yang cukup mengenai penandaan nomor izin edar kosmetik. Setelah dilakukannya sosialisasi, persentase responden yang dapat menjawab dengan benar pertanyaan nomor empat meningkat menjadi 66,7%, dimana sebanyak 20 dari 30 responden memilih jawaban yang benar.

Adapun untuk pertanyaan kelima mengenai website untuk mengecek kosmetik yang telah memiliki nomor izin edar, hanya 4 dari 30 responden (13,3%) yang dapat menjawab dengan benar. Hasil tersebut menunjukkan bahwa website <https://cekbpom.pom.go.id/> masih belum banyak diketahui. Akan tetapi, setelah dilakukan sosialisasi, persentase responden yang menjawab dengan benar pertanyaan mengenai website tersebut meningkat menjadi 86,7%, dimana sebanyak 26 dari 30 siswa dapat menjawab dengan benar pada pretest.

Berdasarkan hasil pada Tabel 2, dapat diketahui bahwa pertanyaan mengenai dasar pertimbangan utama dalam memilih kosmetik merupakan pertanyaan yang paling banyak dijawab dengan benar (60%) pada pretest. Adapun pertanyaan mengenai website untuk mengecek kosmetik yang telah memiliki nomor

izin edar merupakan pertanyaan dengan jawaban salah terbanyak. Hal tersebut menunjukkan bahwa para siswa/siswi telah memiliki pengetahuan dasar mengenai pertimbangan dalam memilih kosmetik namun masih belum banyak yang mengetahui tentang website untuk mengecek kosmetik yang telah memiliki nomor izin edar.

Sebaliknya, pertanyaan yang paling banyak dijawab dengan benar pada posttest adalah pertanyaan mengenai website untuk mengecek kosmetik yang telah memiliki nomor izin edar. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengetahuan para siswa/siswi mengalami peningkatan setelah mengikuti sosialisasi. Adapun pertanyaan dengan jawaban salah terbanyak pada posttest adalah pertanyaan mengenai informasi pelabelan yang tidak harus ada di kosmetik, dimana hanya sebanyak 40% responden yang dapat menjawab dengan benar.

**Tabel 3.** Distribusi Tingkat Pengetahuan Responden Sebelum dan Setelah Sosialisasi

Variabel	n	Mean	SD	Min-Max	Nilai P
Pretest	30	27,33	15,04	0-60	0,000 P<0,05
Posttest	30	67,33	22,20	20-100	

Hasil analisis dengan *paired sample t-test* pada Tabel 3 menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan ( $P<0,05$ ) pada rata-rata tingkat pengetahuan siswa/siswi sebelum (pretest) dan sesudah (posttest) dilakukan sosialisasi. Terjadi peningkatan nilai rata-rata sebesar 40 dimana pada pretest diperoleh rata-rata tingkat pengetahuan sebesar  $27,33 \pm 15,04$  dan pada posttest diperoleh rata-rata tingkat pengetahuan sebesar  $67,33 \pm 22,20$ . Nilai terendah pada saat pretest yaitu 0 dan pada saat posttest yaitu 20.

Tingkat pengetahuan responden setelah dilakukan sosialisasi terangkum dalam Tabel 4. Berdasarkan tabel tersebut, diketahui bahwa sebesar 43,3% siswa/siswi memiliki tingkat pengetahuan dengan kategori cukup setelah dilakukan sosialisasi, disusul dengan kategori tingkat pengetahuan yang tinggi sebesar 40%, dan tingkat pengetahuan rendah sebesar 16,7%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sosialisasi yang diberikan cukup efektif dalam meningkatkan pengetahuan siswa/siswi.

**Tabel 4.** Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pengetahuan Setelah Sosialisasi

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	5	16,7
Cukup	13	43,3
Tinggi	12	40

Total	30	100
-------	----	-----

Pengetahuan mengenai dasar pemilihan kosmetik merupakan hal yang krusial bagi para remaja agar lebih selektif dan bijak dalam memilih kosmetik (Tikirik et al., 2023). Usia remaja perlu dibekali pengetahuan tentang persyaratan produk kosmetik yang aman serta penandaan produk kosmetik untuk menjadi pegangan ketika memilih kosmetik yang sesuai dan aman bagi kulit (Mukti et al., 2022). Dengan dilakukannya sosialisasi KLIKK BPOM, diharapkan dapat menambah wawasan remaja tentang langkah cerdas dalam memilih kosmetik yang aman.

## 4 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa sosialisasi cek KLIKK BPOM memiliki pengaruh yang signifikan ( $P < 0,05$ ) terhadap rata-rata tingkat pengetahuan siswa/siswi MTs Al-Hannaniyah NW Praya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 43,3% siswa/siswi memiliki tingkat pengetahuan yang cukup, 40% memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi, dan 16,7% memiliki tingkat pengetahuan yang rendah setelah dilakukan sosialisasi. Berdasarkan hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa sosialisasi yang dilakukan efektif meningkatkan pengetahuan siswa/siswi MTs Al-Hannaniyah NW Praya mengenai langkah cerdas memilih kosmetik berdasarkan prinsip cek KLIKK.

## 5 Saran

Kekurangan pada penelitian ini yaitu materi sosialisasi tidak secara detail membahas mengenai poin keenam pada kriteria produk kosmetik yang dapat dikategorikan aman menurut BPOM yakni tidak terkandungnya bahan berbahaya pada kosmetik. Oleh karena itu, disarankan bagi penelitian selanjutnya untuk dapat secara khusus membahas mengenai sosialisasi bahan-bahan berbahaya pada kosmetik pada remaja. Pengetahuan tersebut akan sangat bermanfaat dalam menambah wawasan remaja agar lebih *aware* terhadap bahan-bahan yang digunakan pada kosmetik. Kurangnya pemahaman mengenai bahan-bahan berbahaya yang terkandung dalam kosmetik serta kurangnya kesadaran akan risiko yang mungkin timbul akan berakibat fatal karena dapat mengancam kesehatan.

## 6 Referensi

Agustina, L., Shoviantari, F., & Yuliati, N. (2020). Penyuluhan Kosmetik Yang Aman Dan Notifikasi Kosmetik. *Journal of Community* 248

*Engagement and Employment*, 2(1), 45–49. <https://doi.org/10.15578/jbf.v2i1.59>

- Alim, S. A., Mawardi, M. K., & Bafadhal, A. S. (2018). Pengaruh Persepsi Label Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Muslim (Survei pada Pelanggan Produk Zoya Muslim di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 62(1), 127–134.
- Alishlah, T., Ulfa, E. U., Ningsih, I. Y., Farmasi, B. B., Farmasi, F., & Jember, U. (2022). Sosialisasi CiPOM ( CEK KLIKK BPOM ) Kosmetik Pada Siswa Siswi SMA Negeri 4 Jember Socilazation Of Cosmetics CIPOM ( CEK KLIKK BPOM ) For Students At SMA Negeri 4 Jember. *Jurnal Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Jember*, 1(2), 127–132.
- Bakri, N. F., Lingga, I. S., & Dewi, K. (2022). Peningkatan Pengetahuan Masyarakat terhadap Kosmetika yang Aman di Majelis Taklim Al-Jihad, Argapura, Kota Jayapura. *Jurnal IPMAS*, 2(3), 83–91.
- BPOM RI. (2017). *Peraturan Kepala BPOM No. 26 Tahun 2017 tentang Organisasi dan Tata Kerja Badan Pengawas Obat dan Makanan* (pp. 1–172).
- BPOM RI. (2019). *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 23 Tahun 2019 Tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetik*. In *BPOM RI* (pp. 1–258).
- BPOM RI. (2020). *A-Z Notifikasi Kosmetika di Indonesia: Frequently Asked Question File* (pp. 656–656).
- BPOM RI. (2020). *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 30 Tahun 2020 tentang Persyaratan Teknis Penandaan Kosmetika*. In *BPOM RI* (pp. 1–16).
- BPOM RI. (2020). *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 31 Tahun 2020 Tentang Perubahan Atas Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 25 Tahun 2019 Tentang Pedoman Cara Pembuatan Kosmetika Yang Baik* (pp. 1–263).
- BPOM RI. (2022). *BPOM Temukan Lebih Dari 2 Juta Pieces Produk Mengandung Bahan Dilarang/Berbahaya*. Badan POM Indonesia. <https://www.pom.go.id/berita/bpom-temukan-lebih-dari-2-juta-pieces-produk-mengandung-bahan-dilarang-berbahaya>
- Ganbold, S. (2023). *Cosmetics in the Asia-Pacific region - statistics & facts*. Statista. <https://www.statista.com/topics/7079/cosmetics-in-asia-pacific/#topicOverview>
- 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.
- Kusumawati, P. D., Ragilia, S., Trisnawati, N. W., Cahya, L. N., Laorani, A., & Soares, S. R. (2018). Edukasi Masa Pubertas pada Remaja. *Journal of Community Engagement in Health*, 1(1), 1–3. <https://doi.org/10.30994/10.30994/vol1iss1pp16>
- MenKes RI. (1976). *Peraturan Menteri Kesehatan RI No.220/Men.Kes/Per/IX/76 tentang Produksi dan Peredaran Kosmetika dan Alat Kesehatan Menteri Kesehatan Republik Indonesia* (pp. 1–10).
- Mukhtar, S., & Nurif, M. (2015). Peranan Packaging Dalam Meningkatkan Hasil Produksi Terhadap Konsumen. *Jurnal Sosial Humaniora*, 8(2), 181. <https://doi.org/10.12962/j24433527.v8i2.1251>
- Mukti, A. W., Sari, D. P., Hardani, P. T., Maulidia, M., & Suwarso, L. M. I. (2022). Edukasi Kosmetik Aman dan Bebas Dari Bahan Kimia Berbahaya. *Indonesia Berdaya*, 3(1), 119–124. <https://doi.org/10.47679/ib.2022183>
- Nada, Q., & Oktaviani, N. (2023). Gambaran Pengetahuan Masyarakat di Kelurahan Klego Terhadap Kosmetik Yang Aman dan Bebas Dari Bahan Kimia Berbahaya. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Kesehatan (JURRIKES)*, 2(1), 236–242.
- Notoatmodjo. (2014). *Promosi Kesehatan dan Perilaku Kesehatan*. Rineka Cipta.
- Nurhan, A. D., Firdaus, H., & Yulia, R. (2017). Pengetahuan Ibu-Ibu Mengenai Kosmetik Yang Aman Dan Bebas Dari Kandungan Bahan Kimia Berbahaya. *Jurnal Farmasi Komunitas*, 4(1), 122–126.
- Pramesti, W., Nugraheni, D. A., & Medisa, D. (2023). Tingkat Pengetahuan dan Sikap Mahasiswa terhadap Keamanan dan Kehalalan Kosmetik. *Jurnal Ilmu Kesehatan (JIKA)*, 1(3), 171–183.
- Pratiwi, R. I., Sary, B. P., & Nurviyanti, N. T. (2021). Peningkatan Pengetahuan Dalam Pemilihan dan Penggunaan Kosmetik yang Aman Bagi Remaja di Desa Setu. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Rais, M. R. (2022). Kepercayaan Diri (Self Confidence) Dan Perkembangannya Pada Remaja. *Al-Irsyad*, 12(1), 40. <https://doi.org/10.30829/al-irsyad.v12i1.11935>
- Septianingrum, Y., Safrina, U., Puspita, N., & Surahman. (2015). Gambaran Tingkat Pengetahuan tentang Period After Opening (PAO) dan Perilaku Penyimpanan Kosmetika Perawatan pada Remaja di Kota Tangerang. *Jurnal Sains Dan Kesehatan (J. Sains Kes.)*, 5(1), 6–13.
- Sevdo, K., Sangkai, M. A., & Frisilia, M. (2023). Hubungan Pengetahuan Tentang Demam Berdarah dengan Perilaku Pencegahan (DBD) di wilayah Kerja Puskesmas Jekan Raya Kota Palangka Raya Tahun 2022. *Jurnal Surya Medika*, 9(1), 242–249. <https://doi.org/10.33084/jsm.v9i1.5191>
- Syamsudin, Wajdi, F., & Praswati, A. N. (2015). Desain kemasan makanan kub sukarasa di desa wisata organik Sukorejo Sragen. *Jurnal Benefit*, 19(2), 181–188.
- Tikirik, W. O., Fikriyah, & Sahrianti, N. (2023). Penyuluhan Tentang Cerdas Memilih Kosmetik Aman “ Remaja Sehat Remaja Cerdas ” di SMAN 1 Tapalang Barat. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat (J-PMas) Universitas Bina Taruna Gorontalo*, 2(2), 51–59.
- Yeni, Y., & Nining, N. (2023). Penyuluhan Pemilihan dan Penggunaan Kosmetika yang Tepat dan Aman di Kalangan Remaja. *Jurnal PkM (Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 6(4), 393–401. <https://doi.org/10.30998/jurnalpkm.v6i4.9372>