

ANALISIS INDUSTRI KOSMETIK INDONESIA DALAM PERSPEKTIF REGULASI: PERKEMBANGAN REGULASI KOSMETIK

Nayla Saskia Rahma¹, Alviatur Rosadah², Amelia Faridatul Atma³, Dyah Nafiitasari⁴,

Maria Krisnawati⁵, Anik Maghfiroh⁶

saskiaaa.1508@gmail.com¹, alviaturrosadah@gmail.com², amelatma00@gmail.com³,
dyahnafita20@gmail.com⁴

Universitas Negeri Semarang

ABSTRAK

Kosmetik merupakan sebuah kebutuhan mendasar bagi seorang perempuan untuk mempercantik dan mengubah penampilan tanpa mempengaruhi struktur atau fungsi tubuh. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peredaran industri kosmetik Indonesia serta menilai dampaknya terhadap transformasi produk, standar keamanan, dan modernisasi sektor kosmetik dalam konteks integrasi global. Saat ini teknologi kosmetik lebih modern dengan mengalami globalisasi dan inovasi yang menggabungkan riset dermatologis, bioteknologi, dan memperhatikan efek keberlanjutan. Kebutuhan kosmetik oleh konsumen juga berbeda-beda, produsen ikut berlomba-lomba untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Penelitian ini menggunakan metode kajian literatur kualitatif dengan menganalisis berita daring dan artikel ilmiah yang relevan. Hasil penelitian ini berupa penjelasan mengenai bagaimana regulasi peredaran kosmetik hingga kosmetik masa kini yang menjadi tren global.

Kata Kunci: Regulasi, Industri Kosmetik, Globalisasi Kosmetik, Inovasi.

ABSTRACT

Cosmetics are a fundamental need for women to enhance their beauty and enhance their appearance without affecting their body structure or function. This study aims to analyze the circulation of the Indonesian cosmetics industry and assess its impact on product transformation, safety standards, and the modernization of the cosmetics sector within the context of global integration. Currently, cosmetics technology is more modern, experiencing globalization and innovation that incorporates dermatological research and biotechnology, and considers the effects of drying. Consumer cosmetic needs also vary, and manufacturers compete to meet consumer needs. This study uses a qualitative literature review method by analyzing relevant news and scientific articles. The results of this study provide an explanation of how cosmetics are regulated, including current cosmetics that have become global trends regulations to ensure legal certainty and a stable, responsive, and sustainable financial environment.

Keywords: Regulation, Cosmetic Industry, Cosmetic Globalization, Innovation.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara yang berpotensi dalam menghadapi persaingan brand kosmetik yang ketat dan kompetitif. Setiap perusahaan kosmetik harus memiliki keunggulan yang dapat ditonjolkan ke masyarakat dan diakui oleh pasar dan kompetitor. Kosmetik menjadi hal yang tak terlepas dari kaum wanita dan hampir bagi para wanita kosmetik merupakan kebutuhan sehari-hari. Selain digunakan untuk menjaga dan mempercantik diri, produk kecantikan juga berperan sebagai alat untuk mengekspresikan identitas diri perempuan di mata masyarakat. Oleh karena itu, produk kecantikan telah menjadi komoditas yang signifikan dalam lingkaran pasar di Indonesia (Sinaga Sefrina dalam Aulia Miranda, et al., 2023).

Produk kecantikan tersebar dalam beragam jenis yang disesuaikan dengan kebutuhan dan ada yang berasal dari dalam maupun luar negeri. Upaya perusahaan untuk

berkembang dan berinovasi dalam menghasilkan produk yang terdiferensiasi merupakan strategi bersaing yang efektif karena menawarkan produk yang inovatif. Hal ini juga diperkuat dengan pendapat Sidabutar (2019) bahwa faktor ini dapat dipengaruhi oleh minat konsumen terhadap suatu produk, karena perusahaan memproduksi produk yang sesuai dengan minat dan kebutuhan pelanggan. Dengan demikian, minat pelanggan membentuk citra positif perusahaan di benak konsumen.

Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) secara berkala merilis hasil pengawasan terhadap produk kosmetik ilegal yang beredar di pasaran. Dalam beberapa laporan dan berita media, ditemukan bahwa sebagian besar produk tidak terdaftar di BPOM dan mengandung zat berbahaya seperti merkury, hidroquinon, atau retinoat yang dapat merusak kulit dan membahayakan kesehatan konsumen. Fenomena ini tidak hanya menjadi isu kesehatan masyarakat, tetapi juga menimbulkan persoalan dalam tata kelola pemasaran produk farmasi, terutama terkait aspek etika, regulasi, dan distribusi

Dari perspektif regulasi pada periode awal, pengawasan masih bersifat terbatas, terutama pada produk berbasis tradisi yang banyak menggunakan bahan alam tanpa standar baku. Namun, seiring meningkatnya industrialisasi dan masuknya produk impor, kebutuhan untuk menetapkan batasan bahan, evaluasi keamanan, serta aturan produksi menjadi semakin mendesak. Regulasi modern mulai menekankan aspek seperti Good Manufacturing Practice (GMP), standar keamanan bahan, larangan penggunaan zat berisiko tinggi, kewajiban pelabelan yang akurat, serta harmonisasi dengan standar internasional untuk menghadapi pasar global. Pertumbuhan industry kosmetik semakin pesat seiring meningkatnya kebutuhan konsumen dan beragam produk yang ditawarkan, baik lokal maupun impor.

Fenomena ini perlu dikaji secara mendalam untuk memahami bagaimana aspek perkembangan perspektif regulasi industri kosmetik masa kini yang berperan sebagai acuan atau aturan dalam peredaran kosmetik di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peredaran kosmetik lokal di Indonesia dalam perspektif regulasi, menggunakan pendekatan studi literatur dari berbagai sumber berita dan artikel jurnal ilmiah yang relevan.

Penelitian ini bertujuan menganalisis dinamika peredaran kosmetik di Indonesia melalui perspektif regulasi, mengkaji hubungan teknologi kosmetik dan pembaruan regulasi berdasarkan kajian literatur dari berbagai sumber berita dan artikel ilmiah yang relevan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode kajian literatur sebagai teknik pengumpulan datanya. Metode ini dipilih karena sesuai untuk menganalisis perkembangan regulasi industri kosmetik masa kini. Pemilihan data dilakukan secara analisis sekunder dengan mempertimbangkan relevansi berita terhadap pemasaran kosmetik, regulasi produk kosmetik, dan dinamika peredaran kosmetik. Data dianalisis melalui proses membaca, mengidentifikasi, dan mengelompokkan informasi ke dalam tema-tema utama seperti regulasi kosmetik, pengawasan peredaran, serta keamanan produk. Teknik validasi data dilakukan menggunakan triangulasi, yakni membandingkan informasi dari berbagai media daring dan jurnal artikel lainnya untuk memastikan konsistensi dan kebenaran data yang digunakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan Regulasi Kosmetik Indonesia

Dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) regulasi diartikan sebagai sebuah peraturan, regulasi merupakan cara untuk mengendalikan manusia atau masyarakat dengan suatu aturan atau pembatasan tertentu. Penerapan regulasi biasa dilakukan dengan berbagai macam bentuk, yakni pembatasan hukum yang diberikan oleh pemerintah, regulasi oleh suatu perusahaan, dan sebagainya. Menurut Baldwin et al. (2012) Regulasi adalah penggunaan aturan oleh otoritas untuk mengubah perilaku individu atau kelompok demi tercapainya tujuan publik seperti keselamatan, keadilan, dan efisiensi.

Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 1176/MENKES/PER/VIII/2010 menyatakan bahwa produk obat, kosmetik, dan makanan yang akan dijual di Indonesia harus mendapatkan izin dan Surat Keterangan Impor (SKI). Izin beredar kosmetik dalam konteks ini mengacu pada proses notifikasi kosmetik. Bagi produk impor, BPOM RI memberikan nomor notifikasi kepada produk kosmetik yang diimpor, dan produk tersebut diproduksi oleh pabrik kosmetik di negara asal yang telah mengikuti standar Cara Produksi Kosmetik yang Baik (CPKB) sesuai dengan peraturan yang akan diperbarui. Sertifikat atau Surat Keterangan CPKB juga diperlukan. Indonesia memiliki kewenangan untuk menguatkan regulasi ini melalui hukum nasional, yang dapat melibatkan keputusan Presiden, terutama jika terdapat banyak kasus kosmetik yang menghadapi masalah (Annisa et al., 2023).

Produk kosmetik atau kecantikan yang melibatkan bahan atau formulasi yang diterapkan pada permukaan tubuh manusia memiliki berbagai tujuan, seperti mencerahkan, membersihkan, melindungi, mengubah penampilan, dan atau merawat kondisi tertentu. Regulasi BPOM Nomor 12 tahun 2020 menjelaskan peraturan dan persyaratan yang berkaitan dengan produk kecantikan, yang menegaskan bahwa registrasi produk kecantikan harus dilakukan sebelum digunakan oleh konsumen. Pendaftaran produk kecantikan dapat dilakukan melalui aplikasi yang telah disediakan oleh BPOM (Tri Widayastuti & Rahmawati, 2022).

Peraturan pengawasan kosmetik di PMSE diatur oleh peraturan pemerintah dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Hal ini juga sesuai dengan peraturan BPOM Nomor 33 tahun 2018 yang menetapkan penggunaan 2D Barcode dalam pengawasan obat dan makanan. Hasil evaluasi pengawasan kosmetik menunjukkan bahwa pelaksanaannya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Pemerintah, melalui BPOM, bertanggung jawab atas pengawasan kosmetik dari tahap preventif hingga represif (Putri Nur Anisa & Tatty Aryani Ramli, 2022).

Analisis dalam Perspektif Regulasi

Sebagai lembaga pengawas, BPOM bertanggung jawab melaksanakan dan mengawasi obat-obatan serta makanan yang beredar di Indonesia (Suyudi et al., 2022). Menurut Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia (2010) Kosmetika adalah bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir dan organ genital bagian luar) atau gigi dan membran mukosa mulut terutama untuk membersihkan, mewangi, mengubah penampilan dan atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik.

Pemerintah telah berupaya untuk mengatasi dampak negatif dari peredaran kosmetik ilegal melalui pembentukan payung hukum berupa regulasi undang-undang dan peraturan yang bertujuan untuk melindungi masyarakat dari produk kosmetik yang tidak aman dan tidak sesuai standar. Undang-Undang (UU) Nomor 17 Tahun 2023

tentang Kesehatan, misalnya, menetapkan prinsip-prinsip dasar pengelolaan kesehatan termasuk pengawasan produk-produk kosmetik yang beredar di pasar, termasuk Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Selain itu, Peraturan Pemerintah (PP) No. 72 Tahun 1998 tentang Pengamanan Sediaan Farmasi dan Alat Kesehatan memperkuat peraturan terkait distribusi dan pengawasan sediaan farmasi, termasuk kosmetik, guna mencegah peredaran produk berbahaya. Di sisi lain, peraturan BPOM Nomor 12 Tahun 2023 mengatur secara khusus tentang Pengawasan Pembuatan dan Peredaran Kosmetik, dengan fokus pada pemenuhan standar mutu, keamanan, dan efektivitas kosmetik. Pengaturan ini menggambarkan upaya pemerintah untuk menekan peredaran kosmetik ilegal melalui regulasi yang ketat dan pengawasan yang berkelanjutan di sektor ini.

Berdasarkan informasi yang terdapat pada BPOM sepanjang tahun 2022, dilakukan menghancurkan kurang lebih 62 jenis produk kosmetik yang belum memiliki izin dan dianggap sebagai kosmetik yang berbahaya. Ini mencerminkan bahwa banyak produk kosmetik masih belum memenuhi persyaratan izin edar atau mengandung bahan berbahaya yang telah beredar di masyarakat. Meskipun demikian, pelaku usaha berencana untuk mengambil berbagai langkah agar produk kosmetik mereka tetap dapat dipasarkan (Rumagit et al., 2023).

Penelitian lain oleh Asirah, et.al. (2023) menyoroti tantangan BPOM dalam mengawasi kosmetik ilegal, tetapi lebih menekankan pada kendala kelembagaan tanpa mengaitkan bagaimana faktor sosial mempengaruhi perilaku pelaku usaha kosmetik ilegal.12 Sementara itu, studi oleh Ni Putu Gita Padmayani, et.al. (2022) membahas perlindungan konsumen terhadap kosmetik ilegal, dengan fokus pada tanggung jawab influencer terhadap kerugian yang dialami konsumen akibat promosi produk kosmetik ilegal di media sosial

Implikasi Terhadap Perspektif Masyarakat

Produk kecantikan yang tersedia di pasaran menunjukkan keragaman yang sangat besar, dengan kemasan yang menarik. Namun, sayangnya, ada pula banyak produk yang mengandung bahan berbahaya dan terlarang karena kurangnya pengawasan terhadap industri kosmetik. Akibatnya, produk-produk baik lokal atau impor yang belum memiliki izin resmi dan tidak memenuhi standar keamanan seringkali dengan mudah dapat ditemui dan diperjualbelikan di pasaran (Vergi Rezki Amalya, 2023).

Pada Tahun 2024, BPOM bekerja sama dengan Kementerian Perdagangan berhasil menyita 415.035 produk kosmetik ilegal. Nilai total dari produk impor ilegal ini mencapai Rp11,4 miliar, meskipun dampak yang ditimbulkan jika produk tersebut beredar luas dapat melampaui angka tersebut. Produk-produk ini merupakan hasil dari operasi pengawasan dan penindakan di berbagai daerah di Indonesia selama periode Juni hingga September 2024. Kasus-kasus tersebut melibatkan berbagai produk kosmetik seperti krim pemutih, skincare, dan produk perawatan tubuh yang dijual tanpa izin edar dan tidak memenuhi standar keamanan. BPOM juga melaporkan bahwa nilai ekonomi produk kosmetik ilegal yang berhasil disita mencapai miliaran rupiah, menunjukkan skala permasalahan yang sangat besar dan dampaknya terhadap industri kosmetik legal serta kesehatan masyarakat. Data statistik BPOM tersebut juga mengungkap bahwa peredaran kosmetik ilegal tidak hanya terbatas pada wilayah perkotaan, tetapi juga menyebar ke daerah-daerah dengan akses distribusi yang lebih sulit diawasi.

Selain dampak kesehatan, peredaran kosmetik ilegal juga berdampak negatif terhadap ekonomi, terutama bagi industri kosmetik legal yang mematuhi standar dan regulasi. Industri kosmetik legal harus berhadapan dengan persaingan yang tidak sehat

karena produk ilegal dijual dengan harga yang lebih murah tanpa memenuhi persyaratan kualitas dan keamanan. Hal ini mengakibatkan penurunan omzet bagi pelaku usaha yang legal dan berdampak pada reputasi industri kosmetik secara keseluruhan. BPOM telah mengindikasikan bahwa peredaran kosmetik ilegal menyebabkan kerugian ekonomi bagi industri legal dan melemahkan upaya pemerintah dalam mengembangkan industri kosmetik yang sehat dan berdaya saing di pasar global.

Kecantikan pada penggunaan pakaian, atau fashion yang sedang trend/ update yang mengikuti perkembangan zaman adalah aspek penunjang yang dapat memambah kepercayaan diri kalangan perempuan (Wahyuni et al. 2018)

Pengendalian kualitas adalah kegiatan yang dilakukan untuk menjamin agar kegiatan produksi dan operasi yang dilaksanakan sesuai dengan apa yang direncanakan dan apabila terjadi penyimpangan maka penyimpangan tersebut dapat dikoreksi sehingga apa yang diharapkan dapat tercapai (Assauri, 2016).

Menurut Bonar & Lutfi (2018) Pengendalian kualitas adalah suatu teknik dan aktivitas atau tindakan yang terencana yang dilakukan untuk mencapai, mempertahankan dan meningkatkan kualitas suatu produk dan jasa agar sesuai dengan standar yang telah ditetapkan dan dapat memenuhi kepuasan konsumen. Pengendalian kualitas perlu dilakukan mulai dari sebelum proses produksi berjalan, saat proses produksi berjalan hingga proses produksi berakhir dengan menghasilkan sebuah produk. Pengendalian kualitas dilakukan agar perusahaan menghasilkan produk sesuai dengan standar.

KESIMPULAN

Industri kosmetik berpengaruh untuk penampilan perempuan manapun. Kosmetik seperti kebutuhan sehari-hari sebagai bahan penunjang yang dapat digunakan untuk semua jenis kegiatan baik makeup daily, wedding makeup, karnaval makeup, maupun berbagai kegiatan lainnya. Perlu diingat bahwa produksi kosmetik harus berhati-hati dalam memproduksi ingredients yang aman dan sudah teruji sebelum dipasarkan.

Industri kosmetik merupakan sektor yang terus berkembang pesat seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat akan perawatan diri, kesehatan kulit, dan ekspresi gaya hidup.. Selain menghadirkan peluang ekonomi yang besar, industri kosmetik juga memainkan peran penting dalam membentuk tren kecantikan modern, memperluas lapangan kerja, dan meningkatkan daya saing kreatif. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang karakteristik, dinamika pasar, dan keamanan regulasi, industri kosmetik dapat diperkenalkan sebagai sektor strategis yang menjanjikan untuk masa depan.

Untuk menanggulangi peredaran kosmetik illegal diperlukan kerjasama antara masyarakat dan pemerintah. Aparat penegak hukum perlu menegakkan regulasi secara tegas dengan menggunakan pasal pidana dalam UU Kesehatan dan Perlindungan Konsumen. Produsen legal diharapkan menerapkan strategi pemasaran yang etis dan edukatif, termasuk pelabelan yang jelas dan kerja sama dengan influencer atau apoteker. Konsumen harus lebih kritis dalam memilih produk dengan memverifikasi izin BPOM dan kandungan bahan kosmetik.

DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, C. (2025). Regulasi Jaminan Produk Halal Sebagai Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Muslim Dalam Produk Kosmetik (Doctoral dissertation, UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan).
- BPOM RI. (2015). Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor 19 tentang Persyaratan Teknis Kosemetika. Jakarta : BPOM.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan. (2016). Frequently Asked Question, Iklan Kosmetika.

Jakarta: BPOM.

- Dayana, I., & Marbun, J. (2018). Motivasi kehidupan. Guepedia. Khasanah, D. P. (2021). Penggunaan Kosmetik Terhadap Meningkatnya Kepercayaan Diri Dan Konsep Diri Pada Mahasiswa (Doctoral dissertation, STIKes Insan Cendekia Medika Jombang).
- Miranda, A., Latief, F., & Z, N. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Makeover pada Mahasiswa ITB Nobel Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 1(1), 29–41.
- Ni Putu G.Padmayani, I Nyoman P. Budiartha, and Ni Made P.Ujianti, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Bagi Pengguna Kosmetik Ilegal Yang Diiklankan Influencer Di Media Sosial,” *Jurnal Preferensi Hukum* 3, no. 2 (2022): 312–17, <https://doi.org/10.55637/jph.3.2.4936.312-317>
- Putri, A. (2018). Perkembangan Penggunaan Produk Kosmetik Di Indonesia, 2016. *CALYPTRA*, 7(1), 2620-2631.
- Rimadani Pratiwi, Kiva Agita, and Aliya Nur Hasanah, “An Indicator Color Chart for Quick Detection of Pigment Red 53 in Cosmetic Products in Indonesia,” *Journal of Cosmetic Dermatology* 23, no. 6 (2024): 2231–39, <https://doi.org/10.1111/jocd.16193>.
- Rosaria, 2016, Fungsi Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan dalam Produk Kosmetika di Kota Samarinda. *eJournal Administrasi Negara*, Vol. 2 No. 4, 4191.
- Sidabutar, Arin Mutiara. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik Korea Etude House (Studi Pengguna Kosmetik Etude House Di Kota Medan).
- Timothy M Janetos, Lisa Akintilo, and Shuai Xu, “Overview of High-risk Food and Drug Administration Recalls for Cosmetics and Personal Care Products from 2002 to 2016,” *Journal of Cosmetic Dermatology* 18, no. 5 (2019): 1361–65, <https://doi.org/10.1111/jocd.12824>
- Tranggono, R. I. (2013). Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wahyuni, Sri, Erianjoni Erianjoni, and Mira Hasti Hasmira. 2018. “Makna Cantik Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang Angkatan 2015.” *Jurnal Perspektif* 1(4):51–57. doi: 10.24036/perspektif.v1i4.46.
- Windarti, S. (2022). KEBIASAAN PEMAKAIAN SKINCARE SANTRI PUTRI PESANTREN KYAI SYARIFUDDIN LUMAJANG. Skripsi. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.