
Analisis Dan Pengembangan Strategi Pengawasan Peredaran Kosmetik Oleh BPOM Bogor

Risda Maulida Esa¹, Embriana Dinar Pramestyani², Salma Hilmy Rusydi Hashim³, Ulyati Ulfah⁴

^{1,2,3,4}Universitas Medika Suherman, Indonesia
E-mail: risdamaulidaa@gmail.com

Article History:

Received: 27 November 2025

Revised: 01 Januari 2026

Accepted: 19 Januari 2026

Keywords: BPOM; Kosmetik; Strategi Pengawasan; SWOT; QSPM.

Abstract: Tingginya minat penggunaan masyarakat terhadap kosmetik mendorong para produsen untuk bersaing dalam menciptakan produk kecantikan dengan berbagai variasi dan keunggulan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengawasan yang selama ini diterapkan Balai POM Bogor dan merumuskan strategi pengembangan berdasarkan faktor internal dan eksternal. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis yang digunakan SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk memetakan posisi strategis Balai POM Bogor, serta matriks QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) untuk menentukan prioritas strategi pengembangan. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pegawai Balai POM, dan telaah dokumen. Hasil penelitian mendapatkan tiga strategi prioritas berdasarkan analisis QSPM yaitu menambah kompetensi SDM melalui pelatihan, serta meningkatkan fasilitas laboratorium untuk mendukung efektivitas pengawasan kosmetik secara cepat, mendorong pengesahan RUU BPOM terkait penindakan guna memperkuat kepastian hukum dan efektivitas penindakan, melakukan sosialisasi ke sekolah kerja sama dengan influencer lokal untuk kegiatan edukasi penggunaan kosmetik aman yang lebih masif. Kesimpulannya, Balai POM Bogor menerapkan pengawasan berbasis risiko secara menyeluruh. Analisis SWOT menunjukkan posisi Balai POM Bogor berada di kuadran I dengan strategi agresif. Strategi pengembangan yang diusulkan meliputi menambah kompetensi SDM dan fasilitas laboratorium, mendorong pengesahan RUU BPOM, serta memperluas edukasi melalui sekolah dan influencer.

PENDAHULUAN

Kosmetik merupakan suatu produk yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam menunjang penampilan agar terlihat lebih menarik. Tingginya minat penggunaan masyarakat terhadap kosmetik mendorong para produsen untuk bersaing dalam menciptakan produk kecantikan dengan berbagai variasi dan keunggulan. Namun, dibalik persaingan yang ketat dalam menciptakan produk kosmetik, masih terdapat risiko peredaran produk yang mengandung bahan berbahaya. Sebagai salah satu langkah upaya perlindungan kesehatan masyarakat, pemerintah membentuk Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) (Nurmaya Adianti & Ayuningrum, 2023).

Idealnya, peredaran kosmetik harus terbebas dari intervensi pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab, karena keberadaan kosmetik ilegal dengan kandungan zat berbahaya dapat menimbulkan ancaman kesehatan bagi Masyarakat (Khalifatunnisa & Hidayat, 2021). BPOM berperan penting untuk menjamin produk yang beredar aman, tidak membahayakan, serta tidak merugikan kesehatan masyarakat. Upaya tersebut menjadi semakin penting apabila melihat kondisi nyata dilapangan, di mana peredaran produk yang tidak sesuai ketentuan, khususnya kosmetik, masih sering ditemukan dan berisiko terhadap kesehatan masyarakat. Pengawasan adalah serangkaian tindakan atau kegiatan untuk menjamin keamanan, kemanfaatan, dan mutu Kosmetik dengan cara mencegah terjadinya penyimpangan dalam pengelolaan, pembuatan, dan peredarannya. Peredaran adalah setiap kegiatan atau serangkaian kegiatan distribusi atau penyerahan Kosmetik baik dalam rangka perdagangan, pengalihan kepemilikan barang dari satu pihak ke pihak lain (BPOM RI, 2023).

UPT BPOM adalah organisasi yang bersifat mandiri dan bertugas melaksanakan fungsi teknis operasional dalam pengawasan obat dan makanan (BPOM RI, 2023). Balai POM di Bogor adalah salah satu UPT Badan Pengawas Obat dan Makanan, dengan cakupan wilayah kerja berada di Kota Bogor, Kabupaten Bogor dan Kota Depok. Dalam kegiatan pengawasan yang dilakukan oleh Balai POM Bogor pada tahun 2024, ditemukan 182 buah produk tanpa izin edar dengan nilai ekonomi sebesar Rp15.350.000. Selain itu juga ditemukan 2 buah produk yang tidak memenuhi ketentuan lainnya, dengan nilai ekonomi sebesar Rp290.000 (BPOM, 2024).

Hasil dari kegiatan pengawasan tersebut menunjukkan bahwa masih diperlukannya analisis mengenai strategi pengawasan kosmetik untuk mengetahui apa saja faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi strategi pengawasan tersebut. Metode analisis yang sesuai untuk menjawab pertanyaan tersebut yaitu metode analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threats). Selain itu, metode ini juga dapat membantu merumuskan strategi alternatif untuk meningkatkan strategi pengawasan peredaran kosmetik Balai POM Bogor. Metode ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi berbagai faktor yang memengaruhi organisasi, baik dari dalam maupun luar. Faktor internal mencakup kekuatan dan kelemahan, sedangkan faktor eksternal meliputi peluang dan ancaman (Suriono, 2022).

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis akan melakukan penelitian untuk mengetahui strategi pengawasan peredaran kosmetik yang dilakukan oleh Balai POM Bogor serta merumuskan strategi alternatif. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai bagaimana strategi pengawasan peredaran yang dilakukan dan apa saja upaya yang dapat dilakukan kedepannya terkait pengawasan peredaran kosmetik oleh Balai POM Bogor.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan campuran (mixed methods) dengan desain exploratory sequential, diawali dengan pengumpulan data kualitatif melalui wawancara mendalam dan dilanjutkan dengan analisis kuantitatif menggunakan SWOT dan QSPM. Sampel penelitian ditentukan dengan metode kuota sampling terhadap staf Balai POM Bogor yang terlibat langsung dalam pengawasan kosmetik. Data primer diperoleh dari wawancara dan kuesioner, sedangkan data sekunder berasal dari dokumen resmi BPOM. Analisis dilakukan melalui tahapan identifikasi faktor internal dan eksternal, penyusunan matriks IFE dan EFE, perumusan strategi dalam matriks SWOT, serta penentuan prioritas strategi melalui QSPM berdasarkan nilai Total Attractiveness Score (TAS).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut (Julia & Jiddal Masyruroh, 2022) Istilah strategi awalnya berasal dari bahasa Yunani, yaitu *Strategos*, yang pada masa lampau merujuk pada seorang pemimpin militer atau komandan perang. Dalam konteks modern, strategi dimaknai sebagai sebuah rencana jangka panjang yang mencakup langkah-langkah sistematis untuk mencapai tujuan tertentu, biasanya berkaitan dengan keberhasilan. Secara umum, strategi dapat diartikan sebagai suatu pola atau rencana terpadu yang menghubungkan tujuan utama atau kebijakan suatu organisasi dengan serangkaian tindakan yang saling berkesinambungan.

Pengembangan strategi merupakan suatu usaha yang dilakukan untuk meningkatkan kapasitas, keterampilan, nilai-nilai, moral, atau variasi tertentu sesuai dengan kebutuhan dan tujuan yang diharapkan. Pengembangan strategi juga dapat dimaknai sebagai bagian dari proses pengelolaan yang berfokus pada penerapan potensi organisasi secara terstruktur dalam jangka waktu tertentu, dengan tujuan mencapai hasil yang telah ditetapkan dan mendukung pencapaian target rencana yang telah dirancang (Choirunnisa & Karmilah, 2020). Analisis dalam penelitian ini bersifat deskriptif dan memiliki potensi subjektivitas yang cukup tinggi. Hal ini disebabkan oleh kemungkinan adanya perbedaan pandangan antara dua atau lebih analis dalam menilai faktor internal maupun eksternal suatu organisasi. Meskipun demikian, hal tersebut merupakan sesuatu yang lumrah, mengingat analisis SWOT berfungsi sebagai alat bantu strategis yang menghasilkan arahan, bukan solusi instan atau mutlak terhadap permasalahan yang dihadapi oleh organisasi. Lebih lanjut, analisis ini juga berperan penting dalam mengurangi kelemahan serta menekan potensi dampak dari berbagai ancaman yang mungkin dihadapi (Pramestyani, 2023).

Berdasarkan hasil temuan penelitian, diketahui bahwa strategi pengawasan peredaran yang dilakukan oleh Balai POM Bogor dilaksanakan melalui pendekatan yang komprehensif dan sistematis, yaitu pengawasan berbasis risiko dari hulu ke hilir, pengambilan sampel berdasarkan prioritas risiko, pengawasan terhadap kemasan dan label produk, pengujian sampel kosmetik, serta pengawasan terhadap iklan produk. Analisis SWOT merupakan alat dalam perencanaan strategis yang digunakan organisasi untuk mengenali kekuatan dan kelemahan dari lingkungan internal, serta mengidentifikasi peluang dan ancaman yang berasal dari lingkungan eksternal.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada stakeholders Balai POM Bogor, maka dapat diketahui faktor internal dan eksternal Balai POM Bogor sebagai berikut : Matriks IFE berfungsi sebagai alat analisis untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal Balai POM Bogor guna mendukung perumusan strategi pengawasan yang efektif.

Tabel 1. Matriks IFE (Internal Factor Evaluation) Balai POM Bogor

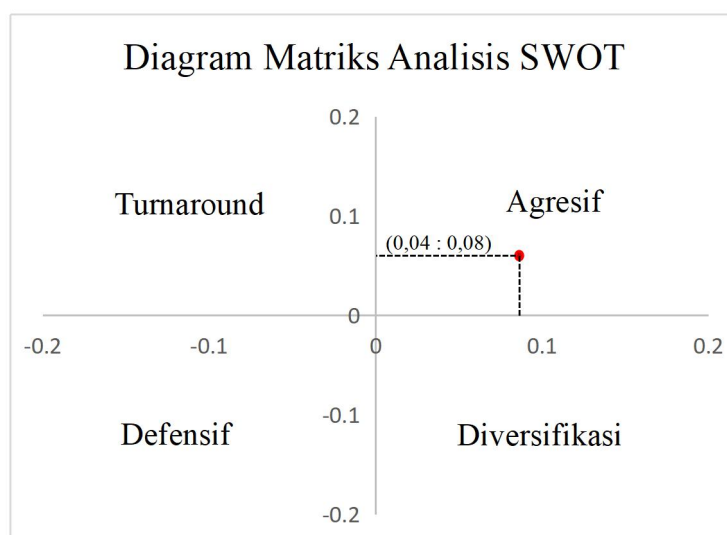
Elemen	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (Strength)			
SDM Kompeten	0,14	5	0,70
Pengawasan berbasis risiko	0,11	4	0,44
Kerja sama lintas sektor	0,08	3	0,23
Pemanfaatan teknologi	0,11	3	0,33
Memiliki wewenang dalam pengawasan dan penyidikan	0,14	5	0,70
Edukasi masyarakat	0,11	5	0,55
Budaya kerja berintegritas	0,11	5	0,55
Pengawasan <i>post-market</i> secara berkelanjutan	0,20	3	0,60
Total	1.00		4.10
Elemen	Bobot	Rating	Skor
Kelemahan (Weakness)			
Keterbatasan jumlah SDM	0,09	3	0,27
Wilayah kerja luas	0,02	3	0,06
Modus pelaku usaha beragam	0,16	3	0,48
Preferensi efek instan kosmetik	0,08	4	0,32
Sanksi belum kuat	0,19	5	0,95
RUU BPOM belum disahkan	0,19	5	0,95
Keterbatasan anggaran	0,19	4	0,76
Ketersediaan laboratorium terbatas	0,09	3	0,27
Total	1.00		4.06
Selisih IFE = Kekuatan - Kelemahan		0,04 (Sumbu X)	

Matriks EFE digunakan untuk menilai peluang dan ancaman eksternal yang memengaruhi Balai POM Bogor, sehingga dapat menjadi dasar dalam merumuskan strategi pengawasan yang adaptif

Tabel 2. Matriks EFE (External Factor Evaluation) Balai POM Bogor

Elemen	Bobot	Rating	Skor
Peluang (Opportunity)			
Integrasi data pengawasan	0,14	5	0,70
Kesadaran masyarakat meningkat	0,14	4	0,56
Kerja sama lintas sektor meningkat	0,16	4	0,64
Peluang pembangunan laboratorium	0,06	3	0,18
Disahkannya RUU BPOM (penguatan hukum)	0,17	5	0,85
Tersedianya lahan untuk gedung BPOM Bogor	0,05	3	0,15
Pemanfaatan IPTEK dalam pengawasan	0,17	4	0,68
Kolaborasi dengan <i>influencer</i> untuk edukasi	0,11	3	0,33
Total	1.00		4.09
Elemen	Bobot	Rating	Skor
Ancaman (Threats)			
Risiko gratifikasi	0,11	4	0,44
Permintaan kosmetik murah yang tinggi	0,09	3	0,27

Modus pemalsuan produk kompleks	0,13	5	0,65
Tuntutan multitasking bagi SDM	0,05	3	0,15
Globalisasi (produk luar mudah masuk)	0,19	3	0,57
Rendahnya kesadaran Masyarakat	0,17	5	0,85
Penjualan online sulit diawasi	0,13	4	0,52
Peredaran produk palsu online	0,14	4	0,56
Total	1.00		4.01
Selisih EFE = Peluang - Ancaman	0,08 (Sumbu Y)		



Gambar 1. Diagram Cartecius Analisis SWOT

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan menggunakan Matriks Analisa SWOT diatas, berada pada Kuadran I (Strategi Agresif), dimana kuadran I ini menunjukkan bahwa situasi ini sangat menguntungkan, Balai POM Bogor memiliki banyak kekuatan dan peluang yang berarti. Setelah mengetahui posisi kuadran Balai POM Bogor berada di posisi mana, langkah selanjutnya yang akan dilakukan yaitu menilai kembali strategi yang akan diterapkan serta menentukan urutan prioritas dari strategi tersebut. Balai POM Bogor menggunakan QSPM.

Tabel 3. Matriks Analisis SWOT

	<u>IFAS</u>	
	<u>Kekuatan (Strength)</u>	<u>Kelemahan (Weakness)</u>
<u>EFAS</u>	1. SDM kompeten 2. Pengawasan berbasis risiko 3. Kerja sama lintas sektor 4. Pemanfaatan teknologi 5. Memiliki wewenang dalam pengawasan dan penyidikan 6. Edukasi masyarakat 7. Budaya kerja berintegritas 8. Pengawasan post-	1. Keterbatasan jumlah SDM 2. Wilayah kerja luas 3. Modus pelaku usaha beragam 4. Preferensi efek instan kosmetik 5. Sanksi belum kuat 6. RUU BPOM belum disahkan 7. Keterbatasan anggaran 8. Ketersediaan

	market berkelanjutan	secara	laboratorium terbatas
<u>Peluang (<i>Opportunity</i>)</u> 1. Integrasi data pengawasan 2. Kesadaran masyarakat meningkat 3. Kerja sama lintas sektor meningkat 4. Peluang pembangunan laboratorium 5. Disahkannya RUU BPOM (penguatan hukum) 6. Tersedianya lahan untuk gedung BPOM Bogor 7. Pemanfaatan IPTEK dalam pengawasan 8. Kolaborasi dengan <i>influencer</i> untuk edukasi	<u>Strategi S – O</u> 1. Menambah kompetensi SDM, serta meningkatkan fasilitas laboratorium untuk mendukung efektivitas pengawasan kosmetik secara cepat dan akurat. 2. Mendorong pengesahan dasar hukum melalui RUU BPOM terkait penindakan guna meningkatkan kepastian hukum dan efektivitas penindakan 3. Melakukan sosialisasi ke sekolah dan kerja sama dengan <i>influencer</i> lokal untuk kegiatan edukasi penggunaan kosmetik aman yang lebih masif	<u>Strategi W – O</u> 1. Mengatasi keterbatasan SDM dan cakupan wilayah luas dengan kerja sama lintas sektor, integrasi data pengawasan, pelatihan berkelanjutan, dan pemanfaatan teknologi digital. 2. Meningkatkan kapasitas laboratorium untuk mendukung pengujian produk ilegal serta mendorong pengesahan RUU BPOM agar pengawasan memiliki dasar hukum yang lebih kuat. 3. Menghadapi keterbatasan anggaran dengan fokus pada pengawasan berbasis risiko, serta meningkatkan edukasi masyarakat salah satunya melalui kolaborasi dengan <i>influencer</i> dan media sosial.	
<u>Ancaman (<i>Threats</i>)</u> 1. Risiko gratifikasi pelaku usaha 2. Permintaan kosmetik murah yang tinggi	<u>Startegi S – T</u> 1. Meningkatkan kapabilitas SDM melalui pelatihan untuk menghadapi tantangan	<u>Strategi W – T</u> 1. Mengatasi keterbatasan SDM dan multitasking dengan menambah personel serta pelatihan	

3. Modus pemalsuan produk kompleks 4. Tuntutan multitasking bagi SDM 5. Globalisasi (produk luar mudah masuk) 6. Rendahnya kesadaran Masyarakat 7. Penjualan online sulit diawasi 8. Peredaran produk palsu online	multitasking dan memperkuat peran edukatif dalam mendorong kesadaran masyarakat terhadap bahaya kosmetik ilegal. 2. Mengembangkan dan memanfaatkan teknologi serta sistem pengawasan berbasis risiko untuk mengatasi peredaran kosmetik palsu, termasuk yang dijual secara online. 3. Membangun koordinasi transparan dengan aparat penegak hukum untuk mencegah gratifikasi, serta memperkuat jejaring lintas sektor dalam menindak pemalsuan dan menghadapi tantangan globalisasi produk impor ilegal.	berkelanjutan, dan meningkatkan kapasitas laboratorium untuk mendukung analisis produk ilegal secara cepat dan akurat. 2. Menyusun strategi pengawasan berbasis IPTEK yang adaptif terhadap peredaran produk online, serta menyesuaikan sistem pengawasan dengan dinamika globalisasi dan pasar digital. 3. Mengembangkan edukasi masyarakat secara masif untuk meningkatkan kesadaran terhadap kosmetik berisiko, sekaligus menciptakan sistem pengawasan yang terbuka, akuntabel, dan responsif terhadap masukan dari publik serta mitra kerja.
--	---	--

Berdasarkan hasil penilaian menggunakan analisis QSPM terhadap dua belas alternatif strategi yang telah dirumuskan, strategi yang terpilih adalah strategi yang memperoleh skor TAS tertinggi, yaitu sebesar 12,7; 12,6; dan 13,2 dimana menunjukkan bahwa strategi tersebut dinilai paling potensial untuk diimplementasikan. Makna dari nilai tertinggi pada TAS menunjukkan bahwa alternatif strategi tersebut merupakan pilihan yang bisa digunakan dalam menjaga atau mempertahankan reputasi suatu perusahaan atau organisasi (Pramestyani, 2023). Alternatif strategi pertama dengan menambah kompetensi SDM melalui pelatihan, serta meningkatkan fasilitas laboratorium untuk mendukung efektivitas pengawasan kosmetik secara cepat dan akurat. Dalam konteks pengawasan post-market yang semakin kompleks, kompetensi teknis pengawas dan ketersediaan sarana pengujian ilmiah menjadi dua elemen yang saling melengkapi.

Penelitian (Apriansyah et al., 2021) menekankan pada menambah kompetensi SDM melalui pelatihan dan sertifikasi berbasis SKKNI. SDM yang kompeten, memahami tugas strategisnya, dan memiliki keterampilan teknis yang memadai akan memperkuat pelaksanaan pengawasan di lapangan. Peran sumber daya manusia sangat menentukan keberlangsungan dan perkembangan suatu organisasi. Tingkat kemajuan organisasi bergantung pada kualitas serta kompetensi SDM yang dimiliki, sehingga SDM dipandang sebagai aset utama dalam setiap organisasi atau perusahaan, tanpa memandang skala besar maupun kecil (Malikhah et al., 2024). Selain itu,

penguatan fasilitas laboratorium menjadi elemen penting untuk mendukung validasi ilmiah, karena laboratorium yang memadai memungkinkan pengujian produk secara cepat dan akurat. Kombinasi peningkatan kapasitas personel dan fasilitas laboratorium yang memadai diharapkan dapat meningkatkan efektivitas pengawasan post market serta memperkuat perlindungan konsumen terhadap risiko kosmetik yang tidak aman. Dengan demikian, strategi ini penting karena menasar dua hal utama: peningkatan kapasitas personel pengawas sebagai pelaksana teknis di lapangan, dan penguatan fasilitas laboratorium sebagai alat pendukung validasi ilmiah. Keduanya merupakan investasi jangka panjang yang akan meningkatkan efektivitas, kecepatan, dan akurasi pengawasan, sekaligus memperkuat perlindungan konsumen dari risiko kosmetik yang tidak aman.

Strategi alternatif kedua adalah mendorong pengesahan RUU BPOM untuk memperkuat kepastian hukum dan efektivitas penindakan pengawasan. Kelemahan yang dihadapi oleh Balai POM Bogor adalah lemahnya sanksi hukum terhadap pelanggaran peredaran kosmetik ilegal. Hukuman yang dijatuhkan sering kali tidak memberikan efek jera, sehingga pelaku usaha cenderung mengulangi pelanggaran yang sama. Menurut (Andini, 2025) lemahnya kekuatan sanksi hukum membuat aturan yang ada sering diabaikan. Ketika hukum tidak memberikan efek jera atau tidak dirasakan melindungi hak konsumen, kepatuhannya pun menjadi rendah. Selama ini, BPOM melaksanakan pengawasan tanpa dasar hukum yang memadai, sehingga kewenangan penindakan masih terbatas (DPR, 2020). RUU ini diharapkan memberikan BPOM kewenangan lebih luas, termasuk pembinaan pelaku usaha, penguatan pengawasan, dan penegakan hukum melalui sanksi serta peran penyidik (PPNS). Dengan dasar hukum yang lebih kuat, BPOM dapat menangani peredaran kosmetik ilegal secara lebih efektif, termasuk produk daring dan impor tanpa izin, sekaligus menciptakan efek jera bagi pelanggar.

Alternatif strategi ketiga melakukan sosialisasi ke sekolah dan kerja sama dengan influencer lokal yang untuk kegiatan edukasi penggunaan kosmetik aman yang lebih masif. Strategi ini dipilih karena sejalan dengan rancangan Peraturan BPOM yang mendorong keterlibatan aktif masyarakat dalam pengawasan sediaan farmasi dan pangan olahan. Strategi ini sejalan dengan Peraturan BPOM yang mendorong keterlibatan masyarakat dalam pengawasan sediaan farmasi dan pangan olahan (BPOM, 2025). Mengingat pengaruh influencer di media sosial yang besar, informasi dapat menyebar cepat, sehingga literasi publik menjadi kunci agar masyarakat dapat memverifikasi kebenaran informasi (Chandra Kuswoyo, Cen Lu, 2025). Di sisi lain, pengawasan post market yang menjadi tanggung jawab BPOM melalui sampling, audit distribusi, dan tindak lanjut, membutuhkan dukungan teknologi dan kerja sama lintas sektor untuk mengawasi pasar daring (Febrilian et al., 2025).

Kombinasi edukasi publik, digitalisasi, dan kolaborasi ini diharapkan menciptakan pengawasan kosmetik yang adaptif sekaligus meningkatkan perlindungan konsumen terhadap produk ilegal. Selain itu, edukasi publik melalui kanal resmi dan kampanye sosial media terus digencarkan agar masyarakat dapat mengenali produk legal dan mengecek nomor notifikasi sebelum membeli. Dengan menggabungkan pendekatan literasi, teknologi, dan kolaborasi lintas sektor, strategi ini diharapkan mampu menciptakan pengawasan kosmetik yang adaptif terhadap dinamika digital sekaligus meningkatkan ketahanan konsumen dari paparan produk ilegal.

KESIMPULAN

Strategi pengawasan peredaran yang dilakukan oleh Balai POM Bogor dilaksanakan melalui pendekatan yang komprehensif dan sistematis, yaitu pengawasan berbasis risiko dari hulu ke hilir, pengambilan sampel berdasarkan prioritas risiko, pengawasan terhadap kemasan dan

label produk, pengujian sampel kosmetik, serta pengawasan terhadap iklan produk. Adapun alternatif strategi yang dirumuskan yaitu dengan menambah kompetensi SDM melalui pelatihan, serta meningkatkan fasilitas laboratorium untuk mendukung efektivitas pengawasan kosmetik secara cepat dan akurat, mendorong pengesahan dasar hukum melalui RUU BPOM terkait penindakan guna meningkatkan kepastian hukum dan efektivitas penindakan, dan melakukan sosialisasi ke sekolah dan kerja sama dengan influencer lokal yang untuk kegiatan edukasi penggunaan kosmetik aman yang lebih masif. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi landasan bagi pengembangan kebijakan pengawasan peredaran kosmetik sekaligus membuka peluang kajian lanjutan mengenai efektivitas penerapan strategi berbasis risiko.

DAFTAR REFERENSI

- Andini, F. G. T. (2025). Perilaku Konsumen Dalam Penggunaan Produk Kosmetika Tidak Berizin Badan Pengawas Obat Dan Makanan (BPOM). *Jurnal Pemberdayaan: Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 41–48. <https://doi.org/10.47233/Jpmittc.V4i1.2685>
- Apriansyah, T., Khotimah, K., & Munandar, A. I. (2021). Peningkatan Pemahaman Penyidik BPOM Dan Strategi Dalam Pengawasan Post Border: RIA Framework. *Eruditio : Indonesia Journal Of Food And Drug Safety*, 1(1), 19–37. <https://doi.org/10.54384/Eruditio.V1i1.23>
- BPOM. (2024). *Balai POM Di Bogor Berupaya Lindungi Masyarakat Lewat Intensifikasi Pengawasan Kosmetik*. <https://Bogor.Pom.Go.Id/Berita/Balai-Pom-Di-Bogor-Berupaya-Lindungi-Masyarakat-Lewat-Intensifikasi-Pengawasan-Kosmetik>
- BPOM. (2025). *BPOM Libatkan Influencer Dan Pelaku Usaha Kosmetik Dalam Penyusunan Regulasi Baru*. <https://Www.Pom.Go.Id/Berita/Bpom-Libatkan-Influencer-Dan-Pelaku-Usaha-Kosmetik-Dalam-Penyusunan-Regulasi-Baru>
- BPOM RI. (2023a). PERATURAN BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN NOMOR 12 TAHUN 2023 TENTANG PENGAWASAN PEMBUATAN DAN PEREDARAN Kosmetik. *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2018*, 151(2), 10–17. <https://Peraturan.Bpk.Go.Id/Details/263241/Peraturan-Bpom-No-12-Tahun-2023>
- BPOM RI. (2023b). *Perbpom No. 18 TAHUN 2023 Tentang Kriteria Klasifikasi Unit Pelaksana Teknis Pada BPOM*. [https://jdih.pom.go.id/download/rule/1506/18/2023/Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 18 Tahun 2023 Tentang Kriteria Klasifikasi Unit Pelaksana Teknis Pada Badan Pengawas Obat Dan Makanan](https://jdih.pom.go.id/download/rule/1506/18/2023/Peraturan%20Badan%20Pengawas%20Obat%20Dan%20Makanan%20Nomor%2018%20Tahun%202023%20Tentang%20Kriteria%20Klasifikasi%20Unit%20Pelaksana%20Teknis%20Pada%20Badan%20Pengawas%20Obat%20Dan%20Makanan)
- Chandra Kuswoyo, Cen Lu, F. A. (2025). *Efektivitas Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z Pada Produk Azarine Melalui Brand Trust*. <https://www.jurnal-umbuton.ac.id/index.php/pencerah/article/view/7036>
- Choirunnisa, I., & Karmilah, M. (2020). Strategi Pengembangan Pariwisata Budaya Studi Kasus: Kawasan Pecinan Lasem, Kampung Lawas Maspati, Desa Selumbung. *Jurnal Kajian Ruang*, 1(2), 89–109. <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/kr>
- DPR, P. (2020). *RUU PENGAWASAN OBAT DAN MAKANAN*. <https://perpustakaan.dpr.go.id/sipinter/index/detail/id/37>
- Febrilian, H., Pandiangan, I., Aulia, S., Hukum, F., Raja, M., & Haji, A. (2025). Evaluasi Strategi Badan Pengawas Obat Dan Makanan (Bpom) Dalam Melindungi Konsumen Dari Produk Kosmetik Ilegal Di E-Commerce Jakarta. *Jurnal Ilmu Hukum*, 2(3), 112–123.

<https://doi.org/10.62017/Syariah>

- Julia, M., & Jiddal Masyruroh, A. (2022). Literature Review Determinasi Struktur Organisasi: Teknologi, Lingkungan Dan Strategi Organisasi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(4), 383–395. <https://doi.org/10.31933/Jemsi.V3i4.895>
- Khalifatunnisa, N., & Hidayat, F. (2021). Peran Balai Besar Pengawas Obat Dan Makanan Dalam Pencegahan Pelaku Usaha Yang Mendistribusikan Kosmetik Ilegal. *Ta'zir: Jurnal Hukum Pidana*, 5(2), 147–162. <https://doi.org/10.19109/Tazir.V5i2.10781>
- Malikhah, I., Nst, A. P., Sari, Y., Sain, F. S., Pembangunan, U., & Budi, P. (2024). Implementasi Kompetensi SDM Terhadap Kinerja UMKM. *MANEGGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 7(2), 225–235. <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGGIO/article/view/21773/12173>
- Nurmaya Adianti, S., & Ayuningrum, F. (2023). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Al-Fatih Global Mulia*, 5(1), 45–56. <https://doi.org/10.59729/Alfatih.V5i1.60>
- Pramestyani, E. D. (2023). Analisis Dan Pengembangan Strategi Dalam Meningkatkan Daya Saing Honestdocs Sebagai Perusahaan Startup Di Era Industry 4.0. *Jurnal Manajemen Kesehatan Yayasan RS.Dr. Soetomo*, 9(2), 232. <https://doi.org/10.29241/Jmk.V9i2.1439>
- Suriono, Z. (2022). Analisis SWOT Dalam Identifikasi Mutu Pendidikan. *ALACRITY: Journal Of Education*, 1(20), 94–103. <https://doi.org/10.52121/Alacrity.V1i3.50>