



Bab I Pendahuluan

A. GAMBARAN UMUM ORGANISASI

Dalam pengawasan obat dan makanan dikenal dengan pengawasan *full spectrum*, dimana pengawasan dilakukan sebelum dan sesudah produk beredar di pasaran dalam rangka meningkatkan perlindungan kesehatan masyarakat dari obat dan makanan yang berisiko terhadap kesehatan. Keberhasilan peran ini tidak bisa dilepaskan dari peran strategis Sekretariat Utama yaitu dukungan manajemen dan sarana prasarana penunjang program dan kegiatan serta pelayanan publik yang diberikan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) kepada masyarakat.

Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat yang secara struktural berada di bawah Sekretariat Utama BPOM memiliki beberapa peran strategis dalam menunjang program dan kegiatan Sekretariat Utama melalui kegiatan penyusunan rancangan peraturan perundang-undangan tentang obat dan makanan, bantuan hukum terhadap kasus yang berkenaan dengan obat dan makanan, mendukung upaya penegakan hukum, hubungan masyarakat, serta pelayanan pengaduan dan informasi konsumen tentang obat dan makanan. Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat diharapkan menjadi organisasi yang terbuka (*open organization*), bertanggung jawab kepada masyarakat (*public accountable*), dan dapat memberikan layanan bantuan hukum, kehumasan, dan pengaduan/permintaan informasi tentang Obat dan Makanan secara obyektif berdasarkan ketentuan perundang-undangan dan bukti-bukti ilmiah (*scientific based*).

TUGAS POKOK DAN FUNGSI

Berdasarkan Keputusan Kepala BPOM Nomor 02001/SK/KBPOM Tahun 2001 tentang Organisasi dan Tata Kerja Badan Pengawas Obat dan Makanan sebagaimana telah diubah dengan Keputusan Kepala BPOM Nomor HK.00.05.21.4231 Tahun 2004, tugas Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat adalah:

Melaksanakan koordinasi kegiatan penyusunan rancangan peraturan perundang-undangan, bantuan hukum, layanan pengaduan konsumen, dan hubungan masyarakat

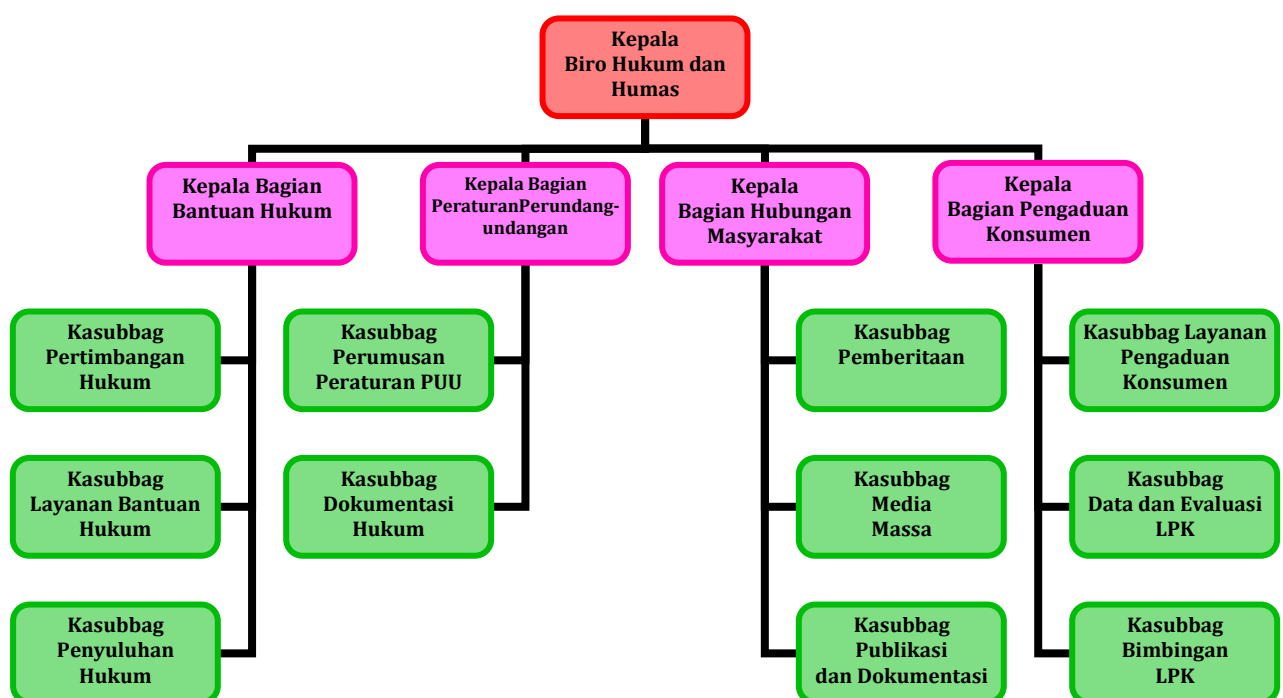
Dalam melaksanakan tugas tersebut, Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat menyelenggarakan fungsi sebagai berikut :

- pelaksanaan kegiatan penyusunan rancangan peraturan perundang-undangan;
- pelaksanaan bantuan hukum;
- pelaksanaan layanan pengaduan konsumen;
- pelaksanaan kegiatan hubungan masyarakat.

Agar tugas dan fungsi berjalan optimal maka Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat dipimpin oleh Kepala Biro yang merupakan eselon II dan terdiri dari 4 bagian yang merupakan eselon 3.

STRUKTUR ORGANISASI

Berdasarkan Keputusan Kepala BPOM Nomor 02001/SK/KBPOM Tahun 2001 tentang Organisasi dan Tata Kerja Badan Pengawas Obat dan Makanan sebagaimana telah diubah dengan Keputusan Kepala BPOM Nomor HK.00.05.21.4231 Tahun 2004, Struktur Organisasi Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat sebagai berikut:



Gambar I.1 Struktur Organisasi Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat

Kepala Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat

Mengemban tugas dan fungsi yang diamatkan pada tugas fungsi Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat.

Bagian Peraturan Perundang-undangan

Mempunyai tugas melaksanakan kegiatan penyusunan rancangan peraturan perundang-undangan dan menyelenggarakan fungsi:

- 1.1. pelaksanaan perumusan rancangan peraturan perundang-undangan;
- 1.2. pelaksanaan dokumentasi hukum.

Bagian Peraturan Perundang-undangan membawahi:

- a. Subbagian Perumusan Peraturan Perundang-undangan yang mempunyai tugas melakukan perumusan rancangan peraturan perundang-undangan;
- b. Subbagian Dokumentasi Hukum yang mempunyai tugas melakukan dokumentasi hukum.

Bagian Bantuan Hukum

Mempunyai tugas melaksanakan kegiatan pertimbangan hukum, layanan bantuan hukum dan penyuluhan hukum dan menyelenggarakan fungsi:

- 1.1. pelaksanaan pertimbangan hukum;
- 1.2. pelaksanaan layanan bantuan hukum;
- 1.3. pelaksanaan penyuluhan hukum.

Bagian Bantuan Hukum membawahi:

- a. Subbagian Pertimbangan Hukum yang mempunyai tugas menyusun pertimbangan hukum;
- b. Subbagian Layanan Bantuan Hukum yang mempunyai tugas melakukan layanan bantuan hukum;
- c. Subbagian Penyuluhan Hukum yang mempunyai tugas melakukan penyuluhan hukum.

Bagian Pengaduan Konsumen

Mempunyai tugas menyiapkan koordinasi dan melaksanakan kegiatan layanan pengaduan konsumen dan menyelenggarakan fungsi:

- 1.1. pelaksanaan layanan pengaduan konsumen;
- 1.2. pelaksanaan pengolahan data dan evaluasi layanan pengaduan konsumen;
- 1.3. pelaksanaan bimbingan layanan pengaduan konsumen.

Bagian Pengaduan Konsumen membawahi:

- a. Subbagian Layanan Pengaduan Konsumen yang mempunyai tugas melaksanakan layanan pengaduan konsumen;
- b. Subbagian Data dan Evaluasi Layanan Pengaduan Konsumen mempunyai tugas melakukan pengolahan data dan evaluasi layanan pengaduan konsumen;
- c. Subbagian Bimbingan Layanan Pengaduan Konsumen mempunyai tugas melakukan bimbingan layanan pengaduan konsumen.

Bagian Hubungan Masyarakat

Mempunyai tugas melaksanakan urusan pemberitaan, hubungan pers dan media massa serta publikasi dan dokumentasi dan menyelenggarakan fungsi:

- 1.1. pelaksanaan pengolahan dan penyajian berita, *public warning* dan pendapat umum;
- 1.2. pelaksanaan hubungan pers dan media massa;
- 1.3. pelaksanaan publikasi dan dokumentasi.

Bagian Hubungan Masyarakat membawahi:

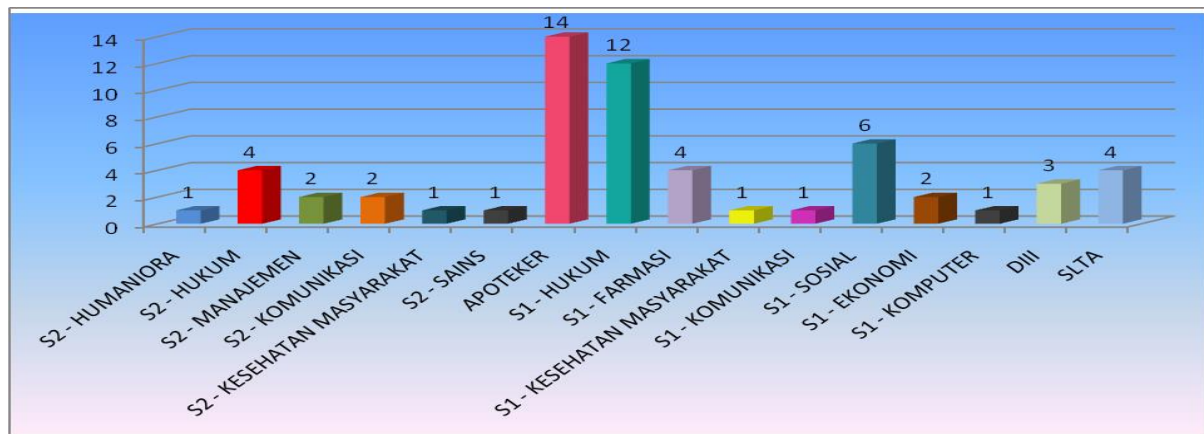
- a. Subbagian Pemberitaan yang mempunyai tugas melakukan pengolahan dan penyajian berita, *public warning* dan pendapat umum;
- b. Subbagian Media Massa yang mempunyai tugas melakukan kegiatan hubungan pers dan media massa;
- c. Subbagian Publikasi dan Dokumentasi yang mempunyai tugas melakukan kegiatan publikasi dan dokumentasi.

SUMBER DAYA MANUSIA

Untuk mendukung pencapaian kinerja, Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat didukung oleh Sumber Daya Manusia (SDM) yang sampai akhir tahun 2016 berjumlah 59 (lima puluh sembilan) orang, terdiri atas 37 (tiga puluh tujuh) orang ASN, 5 (lima) orang CASN, dan 17 (tujuh belas) orang tenaga pramubakti. Pada tahun ini, jumlah SDM di Biro Hukum & Humas

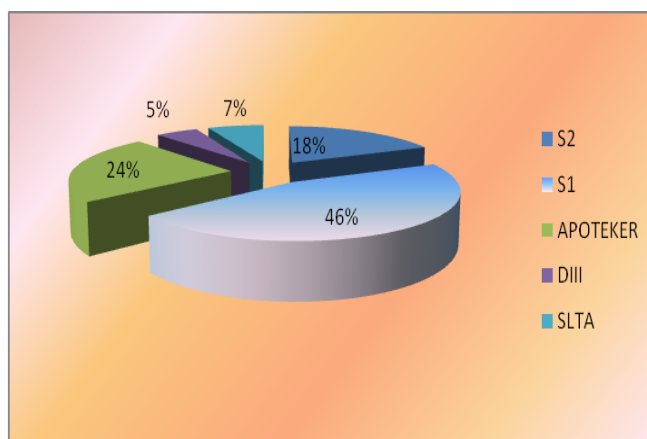
terjadi perubahan, yang sebelumnya 52 (lima puluh dua) orang bertambah menjadi 59 (lima puluh sembilan) orang dikarenakan mendapat tambahan 6 (enam) orang pramubakti *contact centre* dengan latar belakang pendidikan Apoteker dan Sarjana Farmasi yang mulai aktif bekerja pada 1 Januari 2016.

Komposisi SDM berdasarkan profil pendidikan sampai akhir 2016, seperti terlihat dalam grafik berikut:



Gambar I.2 Jumlah Pegawai Biro Hukum & Hubungan Masyarakat Tahun 2016 Berdasarkan Pendidikan

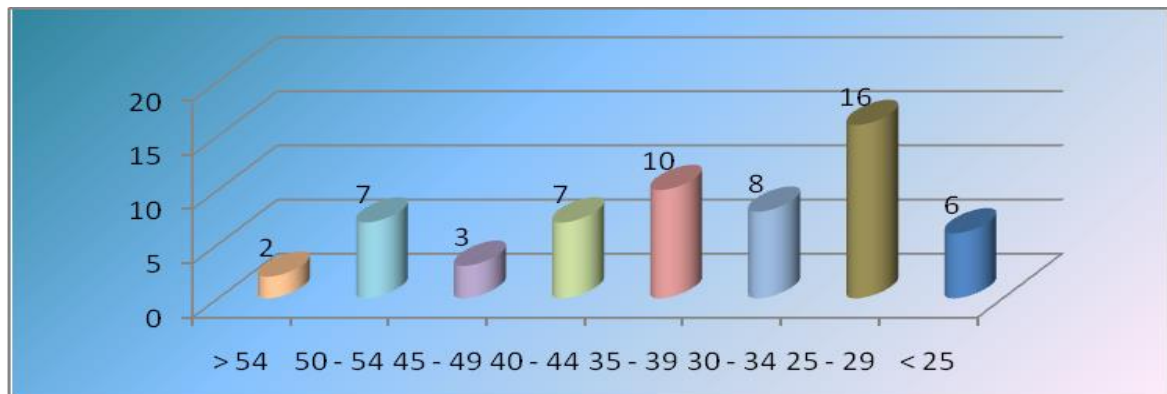
Sesuai grafik pada Gambar 1.3, dari keseluruhan SDM Biro Hukum dan Humas, yang berlatar belakang pendidikan S-2 hanya 11 orang (18%), lebih sedikit dibandingkan dengan S-1 sebanyak 27 (dua puluh tujuh) orang atau 46%. Pada tahun 2016 pegawai yang mengikuti tugas belajar telah menyelesaikan tugasnya yaitu 1 orang dari S1 menjadi S-2, dan 2 orang sedang mengikuti tugas belajar pendidikan S-2 Hukum dan S-2 Kesehatan Masyarakat.



Gambar I.3 Jumlah Pegawai Biro Hukum & Hubungan Masyarakat Tahun 2016 Berdasarkan Pendidikan

Dalam menghadapi tantangan yang semakin kompleks di era globalisasi ini, diharapkan ke depan lebih banyak lagi SDM yang dapat ditingkatkan pendidikannya baik dari beasiswa maupun pelatihan, sehingga dapat mendukung kinerja yang lebih optimal melalui kompetensi SDM yang lebih andal & profesional.

Komposisi SDM berdasarkan usia, seperti terlihat dalam grafik berikut:



Gambar I.4 Data Pegawai Biro Hukum & Hubungan Masyarakat Tahun 2016 Berdasarkan Usia

Dari grafik pada gambar I.4 di atas, terlihat bahwa sebagian besar pegawai berada pada usia produktif, dengan komposisi paling banyak usia 25 – 29 tahun yaitu sebanyak 16 orang, kemudian pegawai dengan usia 35 – 39 tahun sebanyak 10 orang. sehingga jika dijumlahkan, jumlah pegawai dengan usia produktif antara >25 - 39 tahun sebanyak 40 orang atau sebesar 67,80% dari keseluruhan pegawai di Biro Hukum dan Humas.

Potensi yang dimiliki oleh Biro Hukum dan Humas tersebut harus dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya, antara lain dengan peningkatan *skill* dan kualitas pegawai junior yang memadai, baik keterampilan maupun etos kerja dan kepribadian sesuai dengan kebutuhan di tempat kerjanya agar pada waktunya dapat siap menggantikan posisi-posisi strategis untuk kepemimpinan selanjutnya. Pegawai dengan usia > 50 tahun sebanyak 9 orang yang akan mendekati masa pensiun, sehingga perlu dipersiapkan penambahan SDM untuk menggantikan pengurangan jumlah SDM pada masa yang mendatang.

B. ASPEK STRATEGIS ORGANISASI

Dalam melakukan pengawasan *pre market* dan *post market* diperlukan landasan hukum peraturan dan perundang-undangan, standar dan pedoman agar profesional, transparan, akuntabel dan konsisten. Pengawasan obat dan makanan tidak hanya dilakukan oleh BPOM pusat atau di provinsi, namun juga dilakukan oleh Pemda/Dinas Kesehatan setempat, bahkan perlu koordinasi dengan POLRI, Kejaksaan Tinggi dalam kerangka *Criminal Justice System*. Masyarakat pun berperan dalam melakukan pengawasan obat dan makanan melalui pengaduan kepada BPOM. Masyarakat yang mempunyai pengetahuan, sikap dan perilaku yang baik dalam

memilih obat dan makanan yang memenuhi syarat dapat melindungi diri dari obat dan makanan yang berisiko terhadap kesehatan. Dengan demikian menekan *demand* sehingga dapat menekan *supply* obat dan makanan yang tidak memenuhi syarat ataupun ilegal. Peran strategis Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat dalam hal tersebut antara lain:

1. pengembangan peraturan perundang-undangan/regulasi pengawasan obat dan makanan,
2. memberi masukan dalam penyusunan undang-undang oleh Kementerian/Lembaga terkait,
3. mendukung upaya penegakan hukum,
4. peningkatan kerjasama pengawasan Obat dan Makanan,
5. memberikan komunikasi, informasi dan edukasi serta menindak lanjuti pengaduan masyarakat terkait obat dan makanan
6. mendukung peningkatan efektivitas jejaring komunikasi publik,

Selain itu Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat memberitakan hasil-hasil pengawasan, kebijakan BPOM kepada publik termasuk penyusunan dan penerbitan *public warning*, dan dituntut melakukan pembinaan dan pelayanan yang lebih baik dalam aspek hukum dan kehumasan sebagai unit pendukung yang sesuai dengan kebutuhan dan tugas BPOM sebagai lembaga pengawas Obat dan Makanan.

C. PERMASALAHAN UTAMA (*STRATEGIC ISSUED*)

Sejalan dengan dinamika lingkungan strategis, baik internal dan eksternal BPOM, permasalahan yang dihadapi Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat tidak terlepas dari potensi dan permasalahan secara kelembagaan BPOM yang semakin kompleks, yaitu:

i. **Meningkatnya ekspektasi masyarakat terhadap kinerja BPOM yang belum diikuti dengan meningkatnya pengetahuan masyarakat**

Maraknya isu kesehatan terkait keamanan obat dan makanan membuat ekspektasi masyarakat agar BPOM dapat melindungi masyarakat dari obat dan makanan yang berisiko terhadap kesehatan meningkat. Walaupun demikian, seringkali perlindungan yang diharapkan masyarakat tersebut salah alamat karena pada praktiknya, kewenangan BPOM dalam pengawasan terbatas pada komoditi obat, obat tradisional, suplemen makanan, kosmetik, dan pangan olahan dalam kemasan. Hal ini dikarenakan pengetahuan masyarakat mengenai kewenangan BPOM dalam pengawasan obat dan

makanan pada umumnya masih sangat terbatas. Tingkat pengetahuan masyarakat yang rendah ini dapat menyebabkan isu-isu yang tidak benar dipercaya oleh masyarakat sehingga menimbulkan keresahan dan menjadi polemik nasional. Selain itu, persepsi masyarakat yang keliru mengenai kewenangan BPOM pada akhirnya akan berdampak pada citra institusi yang dianggap tidak kompeten dalam menjalankan tugasnya.

Terkait hal tersebut dibutuhkan Strategi Kehumasan yang dapat menyosialisasikan kewenangan BPOM dengan tepat sehingga masyarakat dapat memberikan penilaian yang berimbang terhadap hasil kerja yang telah dilakukan BPOM.

ii. Masih Maraknya kasus pelanggaran di bidang obat dan makanan

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi tidak selalu berdampak positif bagi masyarakat. Perkembangan ilmu pengetahuan yang saat ini mengalami percepatan, seringkali disalahgunakan oleh pihak-pihak tertentu untuk keuntungan pribadi. Hal ini menyebabkan terjadinya pelanggaran di bidang obat dan makanan.

Kasus pelanggaran di bidang obat dan makanan akhir-akhir ini meningkat dengan nilai ekonomi mencapai trilyunan rupiah, sedangkan sanksi pada kasus pelanggaran tersebut tergolong rendah dan tidak menimbulkan efek jera.

Kerjasama lintas sektor untuk meningkatkan *punishment* terhadap pelanggaran seringkali terkendala secara internal oleh kemampuan tenaga BPOM untuk melakukan penyidikan dan pemahaman kasus secara hukum dan terkendala secara eksternal oleh lemahnya kerjasama lintas sektor dengan aparat penegak hukum.

iii. Dukungan Regulasi dalam rangka Peningkatan Efektifitas Pengawasan Obat dan Makanan serta Perkuatan Kelembagaan Badan Pengawas Obat dan Makanan

Pengawasan obat dan makanan di Indonesia merupakan bagian integral dari pembangunan kesehatan. Sejalan dengan dinamika lingkungan strategis terkait kesehatan, baik nasional maupun global, permasalahan dan tantangan dalam melakukan pengawasan obat dan makanan yang dihadapi semakin kompleks. Dalam mendukung upaya pengawasan tersebut telah ditetapkan berbagai peraturan perundang-undangan di bidang pengawasan obat, obat tradisional, kosmetik, suplemen kesehatan, dan makanan, yaitu Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1997 tentang Psikotropika, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor

35 Tahun 2009 tentang Narkotika, Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan, dan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan. Pemerintah bahkan secara khusus telah membentuk Badan Pengawas Obat dan Makanan yang merupakan Lembaga Pemerintah Non Kementerian, berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Presiden, untuk melakukan tugas pengawasan obat dan makanan berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 166 Tahun 2000 tentang Kedudukan, Tugas, Fungsi, Kewenangan, Susunan Organisasi, dan Tata Kerja Lembaga Pemerintah Non Departemen sebagaimana telah dicabut dengan Keputusan Presiden Nomor 103 Tahun 2001. Keputusan Presiden Nomor 103 Tahun 2001 telah diubah beberapa kali terakhir dengan Peraturan Presiden Nomor 145 Tahun 2015.

Peraturan perundang-undangan tersebut, dalam kenyataannya belum mampu menjadi legalitas yang kuat dalam pelaksanaan pengawasan obat, obat tradisional, kosmetik, suplemen kesehatan, dan makanan dikarenakan belum adanya sinkronisasi antara berbagai peraturan tersebut yang mendukung pada kewenangan Badan Pengawas Obat dan Makanan dalam pelaksanaan pengawasan. Kenyataan tersebut tergambar dari realita hasil pengawasan obat dan makanan dan pemberitaan di berbagai media.

Pengawasan obat dan makanan mempunyai lingkup yang luas dan kompleks, menyangkut kepentingan dan hajat hidup rakyat banyak dengan sensitifitas publik yang tinggi serta berimplikasi luas pada keselamatan dan kesehatan konsumen. Untuk itu pengawasan tidak dapat dilakukan secara parsial hanya pada produk akhir yang beredar di masyarakat, tetapi harus dilakukan secara komprehensif dan sistematis. Untuk menyelenggarakan pengawasan obat dan makanan tersebut diperlukan institusi dengan infrastruktur pengawasan yang kuat, memiliki integritas dan kredibilitas profesional yang tinggi serta memiliki kewenangan untuk melaksanakan penegakan hukum dengan dukungan regulasi dalam rangka peningkatan efektifitas pengawasan obat dan makanan serta perkuatan kelembagaan Badan Pengawas Obat dan Makanan.

iv. Masih banyaknya pemberitaan tentang peredaran Obat dan Makanan yang berbahaya

Pemberitaan yang menyatakan masih banyaknya peredaran Obat dan Makanan berbahaya di Indonesia menunjukkan bahwa kesadaran masyarakat Indonesia akan Obat dan Makanan yang aman, bermanfaat, dan bermutu masih relatif rendah. Dari sisi pelaku usaha, banyak hal yang berpengaruh, antara lain karena kekurangtahuan pelaku

usaha akan bahaya yang dapat timbul akibat konsumsi bahan berbahaya dalam Obat dan Makanan. Kemungkinan juga, meskipun pelaku usaha sudah mengerti namun karena ingin mengeruk keuntungan yang setinggi-tingginya maka melakukan usaha yang membahayakan konsumen tersebut. Dari sisi masyarakat selaku konsumen juga banyak hal yang berpengaruh, kemungkinan karena tidak mengetahui informasi tentang Obat dan Makanan yang aman, bermanfaat, dan bermutu, atau perilaku masyarakat yang sulit untuk berubah karena faktor harga, tampilan, maupun gaya hidup.

Hal ini menuntut BPOM termasuk Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat untuk lebih meningkatkan program Komunikasi, Informasi, dan Edukasi kepada masyarakat secara berkesinambungan dan lebih terarah. Melalui program KIE yang tepat diharapkan dapat lebih meningkatkan pengetahuan dan perilaku masyarakat dalam memilih Obat dan Makanan yang memenuhi syarat untuk digunakan, sehingga dapat membentengi dirinya sendiri terhadap penggunaan produk-produk yang tidak memenuhi syarat dan tidak dibutuhkan, sedangkan pada sisi lain akan mendorong produsen untuk lebih berhati-hati dalam menjaga kualitas produk Obat dan Makanan yang diproduksinya. Selain itu, BPOM membuka akses kepada masyarakat/konsumen untuk menyampaikan permintaan informasi dan pengaduan tentang obat dan makanan melalui Unit Layanan Pengaduan Konsumen dan *Contact Center* HALOBPOM 1500533.

v. Komunikasi, Informasi, dan Edukasi (KIE) obat dan makanan belum terkoordinasi dan terintegrasi dengan baik

Beberapa Unit kerja di Badan POM memiliki program KIE masing-masing sesuai komoditi yang menjadi tanggung jawab Kedeputan. Jika tiap program KIE tersebut terkoordinir dan terintegrasi dengan baik, maka akan memperkuat KIE BPOM dan memperluas partisipasi masyarakat. Namun saat ini berbagai kegiatan KIE yang dikelola dan dijalankan oleh Badan POM dan Balai Besar/ Balai POM di seluruh Indonesia terkesan masih berjalan masing-masing. Hal ini selain menjadi kendala, juga sekaligus merupakan tantangan perbaikan ke depan.



Bab II Perencanaan Kerja

A. RENCANA STRATEGIS 2015 -2019

Sebagai entitas yang melaksanakan SAKIP, Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat telah menetapkan Rencana Strategis (Renstra) periode 2015-2019 dengan Keputusan Kepala Biro Hukum dan Humas Nomor HK.04.23.05.15.0655 Tahun 2015. Sesuai tugas dan fungsi Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat sebagai unit pendukung yang berada di bawah Sekretariat Utama (Sektama) dalam menunjang tugas BPOM, maka Renstra Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat disusun dengan mengacu Renstra Sektama, dimana visi dan misi sesuai dengan visi dan misi Sektama dan BPOM. Selanjutnya dijabarkan dalam tujuan yang lebih terarah dan operasional berupa perumusan tujuan strategis (*strategic goals*) organisasi.

VISI dan MISI 2015-2019

VISI :

Obat dan Makanan aman
meningkatkan kesehatan masyarakat
dan daya saing bangsa

MISI:

1. Meningkatkan sistem pengawasan obat dan makanan berbasis risiko untuk melindungi masyarakat;
2. Mendorong kemandirian pelaku usaha dalam memberikan jaminan keamanan obat dan makanan serta memperkuat kemitraan dengan pemangku kepentingan;
3. Meningkatkan kapasitas kelembagaan BPOM.

TUJUAN :

1. Tersusunnya peraturan perundang-undangan yang efektif;
2. Terwujudnya layanan bantuan hukum, komunikasi, informasi, dan edukasi yang efektif, efisien, dan akuntabel.

Dalam rangka mencapai visi, misi dan tujuan telah dirumuskan sasaran strategis selama 5 (lima) tahun ke depan (2015-2019) yang mendukung langsung sasaran program Sekretariat Utama, seperti yang dijelaskan dan digambarkan pada *logical framework* di bawah ini :

SP 1**Meningkatnya kuantitas dan kualitas produk hukum dalam rangka memperkuat pengawasan Obat dan Makanan**

Sistem pengawasan Obat dan Makanan yang diselenggarakan oleh BPOM merupakan suatu proses yang komprehensif, mencakup pengawasan *pre-market* dan *post-market*, pemberantasan obat dan makanan ilegal, upaya penegakan hukum dan pemberdayaan masyarakat. Salah satu subsistem itu adalah standardisasi yang merupakan fungsi penyusunan standar, regulasi/peraturan perundang-undangan, dan kebijakan terkait pengawasan Obat dan Makanan.

Untuk mengukur capaian sasaran strategis tersebut adalah “**Jumlah Peraturan Kepala BPOM yang Diundangkan**”. Indikator ini meskipun berbunyi kuantitas tetapi Peraturan Kepala BPOM yang diundangkan telah bermakna kualitas. Hal ini mengingat dalam penyusunan Peraturan Kepala BPOM, Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat melakukan pengkajian, analisis untuk menjaga harmonisasi peraturan perundang-undangan terkait pengawasan Obat dan Makanan, tidak berbenturan dan duplikasi dengan peraturan lainnya atau dengan peraturan yang lebih tinggi. Penyusunan Peraturan Kepala BPOM juga melalui tahapan konsultasi publik yang melibatkan unit kerja terkait di lingkungan BPOM dan pemangku kepentingan dalam rangka memberikan masukan/tanggapan atas Rancangan Peraturan Kepala BPOM. Untuk memenuhi asas publisitas, Peraturan Kepala BPOM yang telah ditetapkan oleh Kepala BPOM diundangkan dalam Berita Negara Republik Indonesia. Sehingga setiap orang dianggap telah mengetahui adanya Peraturan Kepala BPOM tersebut.

Berikut target tahun 2016, dan cara mengukur indikator tersebut :

Jumlah Peraturan Kepala BPOM yang Diundangkan**25**

- Jumlah Peraturan Kepala BPOM dan yang diundangkan pada tahun berjalan
- Diundangkan maksudnya menempatkan Peraturan Kepala BPOM dalam Berita Negara Republik Indonesia

Untuk mendukung tercapainya Sasaran ini maka sasaran level Biro yaitu :

SK 1

Tersusunnya rancangan peraturan perundang-undangan terkait pengawasan obat dan makanan

dengan indikator, target 2016 dan cara pengukuran indikator adalah :

Jumlah Rancangan peraturan perundang-undangan yang disusun

200

Jumlah rancangan peraturan perundang-undangan yang disusun pada tahun berjalan

IKU

SP 2

Meningkatnya partisipasi masyarakat dan efektivitas kerja sama

Pilar ketiga Sistem Pengawasan Obat dan Makanan adalah pengawasan oleh masyarakat termasuk konsumen sebagai wujud partisipasi masyarakat melalui peningkatan pengetahuan dan kesadaran tentang Obat dan Makanan. Pengawasan oleh masyarakat sangat penting karena pada akhirnya masyarakat yang akan mengambil keputusan untuk membeli/mengonsumsi/menggunakan suatu produk. Selain masyarakat menjadi konsumen cerdas, maka diharapkan juga partisipasi masyarakat untuk menjadi perpanjangan tangan/duta/kader BPOM untuk menyebarkan informasi yang diperolehnya kepada keluarga, masyarakat sekitar, dan kelompok sosial lainnya.

Untuk mengukur keberhasilan pencapaian sasaran strategis di level Sekretariat Utama ini, maka indikator yang diukur oleh dengan Biro Hukum dan Humas adalah “Tingkat pengetahuan masyarakat terhadap Obat dan Makanan” dan “Persentase pengaduan konsumen yang ditindaklanjuti”. Dasar pertimbangan pemilihan indikator yaitu agar masyarakat berpartisipasi dalam pengawasan obat dan makanan maka perlu meningkatkan pengetahuan dan kesadaran tentang Obat dan Makanan. Untuk itu Biro Hukum dan Humas melakukan komunikasi, memberikan informasi, dan edukasi Obat dan Makanan serta menyediakan *Contact Center* HaloBPOM 1500533 untuk melayani permintaan informasi setiap saat dan menindaklanjuti pengaduan dari konsumen. Agar meningkatkan pengetahuan dan kesadaran konsumen/masyarakat tentang Obat dan Makanan, maka diperlukan peningkatan kualitas

layanan komunikasi, informasi, dan edukasi Obat dan Makanan dari BPOM serta menindaklanjuti seefektif mungkin pengaduan dari konsumen.

Untuk mendukung tercapainya Sasaran ini maka sasaran level Biro yaitu :

SK 2

Meningkatnya kualitas layanan komunikasi, informasi, dan edukasi

Sasaran tersebut diukur dengan 2 (dua) indikator yang merupakan Indikator Kinerja Utama IKU. Kedua indikator, target tahun 2016, dan cara pengukurannya adalah sebagai berikut:

1 Jumlah Informasi Obat dan Makanan yang Dipublikasikan

95

Jumlah informasi obat dan makanan yang dipublikasikan pada tahun berjalan

IKU

2 Jumlah Pengaduan dan Informasi Konsumen yang Ditindaklanjuti

14000

Jumlah pengaduan dan informasi konsumen yang ditindaklanjuti pada tahun berjalan

IKU

SP 3

Meningkatnya kualitas kapasitas kelembagaan BPOM

Pelaksanaan tugas BPOM baik pengawasan *pre market* maupun pengawasan *post market*, pemberantasan obat dan makanan ilegal dan upaya penindakan hukum bagi pelanggaran di bidang obat dan makanan dapat menimbulkan persoalan hukum, seperti diajukan praperadilan oleh pelaku usaha atau disomasi oleh masyarakat. Untuk itu diperlukan layanan bantuan hukum yang efektif dalam rangka penguatan integritas dan kredibilitas organisasi BPOM melalui pengambilan kebijakan hukum yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan dan juga kepatuhan peraturan perundang-undangan oleh pegawai Badan POM.

Untuk mendukung tercapainya Sasaran ini maka sasaran level Biro yaitu :

SK 3

Terselenggaranya layanan pertimbangan hukum, penyuluhan hukum dan bantuan hukum

Sasaran tersebut diukur dengan 1 (satu) indikator yang merupakan Indikator Kinerja Utama IKU dengan target tahun 2016, dan cara pengukurannya adalah sebagai berikut:

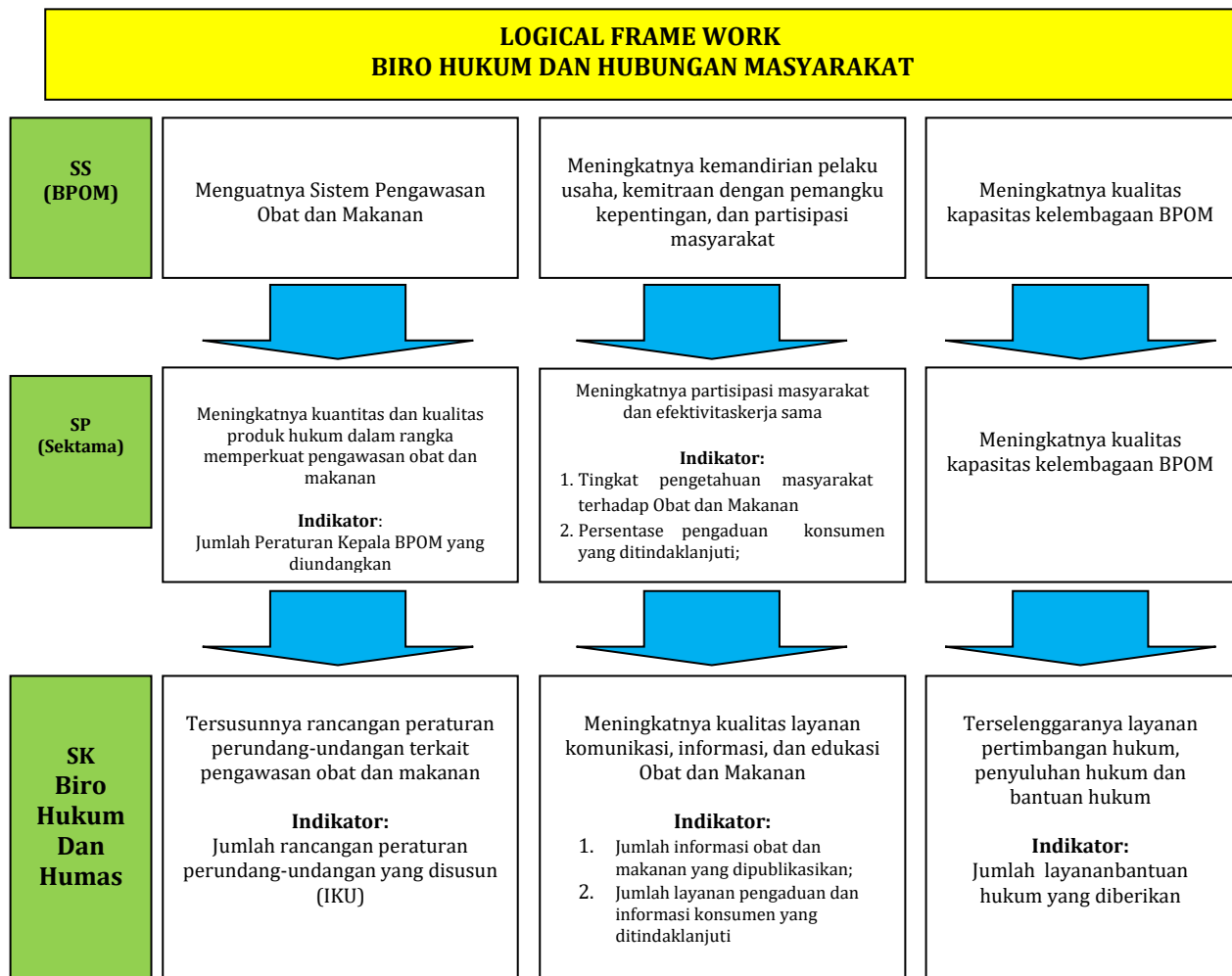
2

Jumlah Layanan Bantuan Hukum yang Diberikan

220

Jumlah layanan bantuan hukum yang diberikan pada tahun berjalan

IKU



Gambar II.1. Logframe Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat

Ikhtisar dokumen rencana strategis Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat pada Lampiran 1

Dari beberapa indikator di atas telah ditetapkan Indikator Kinerja Utama (IKU) Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat Tahun 2015 – 2019 berdasarkan Keputusan HK.04.23.11.15.1546 Tahun 2015 (Lampiran 2) yaitu:

SASARAN STRATEGIS/ KEGIATAN	INDIKATOR KINERJA UTAMA	TARGET						
		SATUAN	2015	2016	2017	2018	2019	2019 ^{K)}
Tersusunnya rancangan peraturan perundang-undangan terkait pengawasan obat dan makanan	Jumlah rancangan peraturan perundang-undangan yang disusun	Rancangan	150	160	170	180	190	850
Meningkatkan kualitas layanan komunikasi, informasi, dan edukasi Obat dan Makanan	Jumlah informasi obat dan makanan yang dipublikasikan	Informasi	91	95	99	103	107	495
	Jumlah layanan pengaduan dan informasi konsumen yang ditindaklanjuti	Layanan	9000	9000	10000	11000	12000	51000
Terselenggaranya layanan pertimbangan hukum, penyuluhan hukum dan bantuan hukum	Jumlah layanan bantuan hukum yang diberikan	Layanan	150	150	160	160	165	785

K) = Target Kumulatif

B. RENCANA KINERJA TAHUNAN

Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat telah menyusun Rencana Kinerja Tahunan (RKT) 2016 berdasarkan Renstra yang digunakan sebagai acuan untuk penyusunan kegiatan dan anggaran yang dibutuhkan. RKT 2016 dapat dilihat pada Lampiran 3.

C. PERJANJIAN KINERJA 2016

Perjanjian Kinerja (PK) Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat pada dasarnya adalah pernyataan komitmen Kepala Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat yang merepresentasikan tekad dan janji untuk mencapai kinerja yang jelas dan terukur dalam rentang waktu satu tahun tertentu dengan mempertimbangkan sumber daya yang dikelolanya. PK merupakan salah satu dari komponen perencanaan kinerja sebagai acuan pelaksanaan kegiatan oleh Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat agar manajemen kinerja terselenggara dengan baik. PK 2016 Biro

Hukum dan Hubungan Masyarakat disusun mengacu pada RKT 2016 dan DIPA Tahun Anggaran 2016, seperti Lampiran 4. Mengingat pada bulan April 2016 terdapat pergantian Kepala Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat, maka dilakukan penyusunan PK yang juga dilakukan penyesuaian target dari beberapa indikator, seperti Lampiran 5. Hal ini karena pada bulan April 2016 target indikator telah mencapai $\geq 50\%$ dan capaian tahun 2015 melebihi target. Namun perubahan target Renstra dilakukan menunggu review Renstra BPOM keseluruhan, karena target indikator tercantum dalam Renstra BPOM. Matrik PK tahun 2016 Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat sebagai berikut :

Tabel II.3. Perjanjian Kinerja Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat Tahun 2016

No	SASARAN STRATEGIS/PROGRAM/ KEGIATAN	INDIKATOR KINERJA	TARGET
1	Sasaran Strategis/Program: Meningkatnya kuantitas dan kualitas produk hukum dalam rangka memperkuat pengawasan obat dan makanan	Jumlah Peraturan Kepala BPOM yang diundangkan	25 peraturan
	Sasaran Kegiatan: Tersusunnya rancangan peraturan perundang-undangan terkait pengawasan obat dan makanan	Jumlah rancangan peraturan perundang-undangan yang disusun*	200 rancangan
2	Sasaran Program: Meningkatnya partisipasi masyarakat dan efektivitas kerja sama	1. Tingkat pengetahuan masyarakat terhadap Obat dan Makanan	Baik
		2. Persentase pengaduan konsumen yang ditindaklanjuti	74%
	Sasaran Kegiatan: Meningkatnya kualitas layanan komunikasi, informasi, dan edukasi obat dan makanan	1. Jumlah Informasi Obat dan Makanan yang dipublikasikan	95 informasi
		2. Jumlah Layanan Pengaduan dan Informasi konsumen yang ditindaklanjuti *	14000 layanan
3	Sasaran Program: Meningkatnya kualitas kapasitas kelembagaan BPOM	Jumlah Layanan Bantuan Hukum yang diberikan *	220 layanan
	Sasaran Kegiatan: Terselenggaranya layanan pertimbangan hukum, penyuluhan hukum dan bantuan hukum		

Dengan anggaran pada tahun 2016 sebesar Rp. 14.850.000.000,- (empat belas miliar delapan ratus lima puluh juta rupiah), dan yang dapat digunakan efektif setelah adanya kebijakan *self blocking* Rp. 13.517.641.000 (tiga belas miliar lima ratus tujuh belas juta enam ratus empat puluh satu ribu rupiah) Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat berjanji akan mewujudkan target kinerja dalam PK. Untuk mendukung pencapaian kinerja Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat telah disusun indikator Eselon 3 dan Eselon 4 yang tertuang dalam Sasaran Kinerja Pegawai (SKP) 2016.

D. KRITERIA PENCAPAIAN INDIKATOR

Untuk mengukur pencapaian sasaran telah ditetapkan 4 (empat) indikator kinerja. Pengukuran indikator kinerja dilakukan dengan cara menghitung realisasi setiap indikator dari setiap sasaran strategis sesuai definisi operasional indikator, yang ditetapkan pada saat perencanaan kinerja. Selanjutnya dihitung persentase capaian kinerja untuk masing-masing indikator, dengan cara membandingkan realisasi dan target yang telah ditetapkan pada perjanjian kinerja, dengan rumus di bawah ini:

Pengukuran **indikator positif** (semakin tinggi realisasinya, semakin baik kinerjanya) dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\% \text{ Capaian} = \frac{\text{Realisasi}}{\text{Target}} \times 100\%$$

Untuk sasaran strategis dengan lebih dari 1 (satu) indikator, nilai pencapaian sasaran dihitung berdasarkan capaian rata-rata indikator dari sasaran. Indikator kinerja utama (IKU) diberi bobot lebih tinggi (2 kali) karena mempunyai kontribusi yang lebih besar terhadap pencapaian sasaran.

Hasil dari pembobotan kemudian dituangkan dalam Nilai Pencapaian Sasaran (NPS) yang dihitung dengan rumus :

$$\text{NPS} = (\text{bobot} \times \% \text{ capaian indikator 1}) + (\text{bobot} \times \% \text{ capaian indikator 2}) \text{ dst}$$

Sedangkan untuk sasaran dengan 1 indikator pencapaian sasaran ditentukan dengan menghitung % pencapaian target.

Guna mempermudah interpretasi atas pencapaian sasaran strategis digunakan kriteria yang telah disepakati sebagai berikut:

Tabel II.4 Skala Nilai Peringkat Kinerja

Kriteria	Capaian Target Indikator
Memuaskan	$100\% < \chi \leq 125\%$
Baik	100%
Cukup	$75\% \leq \chi < 100\%$
Kurang	$\chi < 75\%$
Tidak dapat disimpulkan	$\chi > 125\%$



Bab III Akuntabilitas Kinerja

A. CAPAIAN KINERJA ORGANISASI

Capaian kinerja merupakan proses pengukuran kinerja dimaksudkan untuk menilai pencapaian setiap indikator kinerja guna memberikan gambaran tentang keberhasilan dan kegagalan pencapaian sasaran yang telah ditetapkan. Tahun 2016 merupakan tahun kedua pelaksanaan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2015-2019. Selama tahun 2016 Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat telah berupaya keras mendukung visi misi BPOM yang tercermin dalam pencapaian target kinerja. Capaian kinerja dipantau, dikendalikan dan dievaluasi berdasarkan uraian pada BAB II dan mengacu target pada rencana aksi perjanjian kinerja setiap triwulan melalui :

- Pertemuan monitoring dan evaluasi pelaksanaan program dan kegiatan yang difasilitasi oleh Biro Perencanaan dan Keuangan.
- Aplikasi *e-performance* BPOM sejak triwulan kedua tahun 2016,
- Aplikasi monitoring pelaksanaan rencana pembangunan (e-monev Bappenas) berdasarkan PP 39 Tahun 2006.
- Laporan Kinerja Triwulanan atau *Report to The Nation* (RTN) yang dikoordinasikan dengan Biro Perencanaan dan Keuangan sebagai masukan untuk melakukan pengukuran kinerja pada akhir tahun

A.1. Penghargaan yang Diperoleh

Bertepatan Peringatan Hari Ibu ke-88 tahun 2016 BPOM mendapatkan **Rekor MURI** untuk kategori "Edukasi Konsumsi Aman Bagi Kaum Ibu Secara Berkelanjutan Terlama" pada acara "Sahabat Ibu Indonesia Expo 2016". Penghargaan tersebut diserahkan oleh ketua MURI, Jaya Suprana

kepada Kepala BPOM, Penny K. Lukito. Ini merupakan rekor internasional karena sebelumnya belum pernah ada rekor seperti ini di Indonesia maupun di luar negeri. Acara Sahabat Ibu Indonesia Expo ini diselenggarakan oleh komunitas perempuan "Sahabat Ibu



Indonesia" yang bertujuan untuk mengedukasi para perempuan agar menjadi konsumen Obat dan Makanan yang cerdas. "Sahabat Ibu Indonesia" beranggotakan para ibu yang pernah mengikuti penyuluhan dari BPOM dalam format talkshow "Badan POM Sahabat Ibu" yang telah diselenggarakan Biro Hukum dan Humas bekerja sama dengan program CSR pelaku usaha sejak April 2012.

A.2. Capaian Sasaran Strategis dan Sasaran Kegiatan

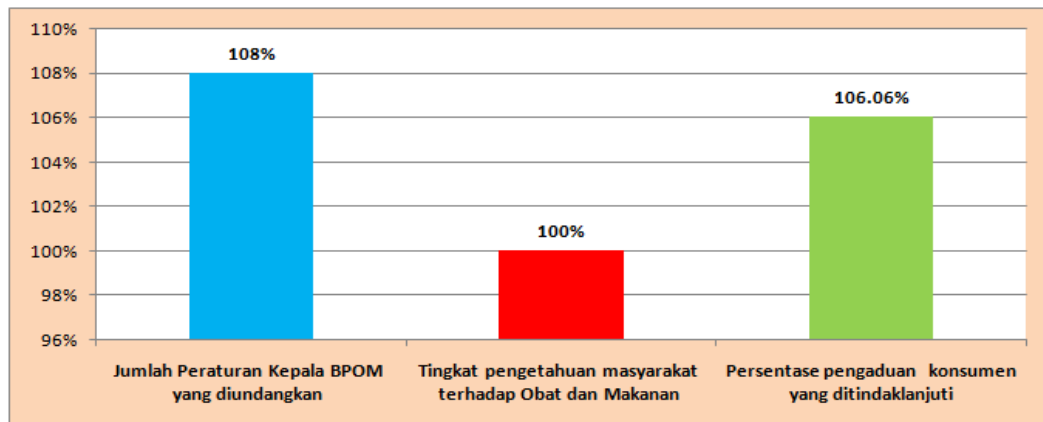
Sesuai uraian pada BAB II, dari 3 sasaran strategis Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat yang langsung merupakan sasaran program Sektama dan 3 sasaran kegiatan yang mendukungnya level Biro, semua sasaran berhasil dicapai dengan nilai capaian melebihi 100% dengan notifikasi seperti di bawah ini.

SASARAN STRATEGIS/PROGRAM	CAPAIAN
Meningkatnya kuantitas dan kualitas produk hukum dalam rangka memperkuat pengawasan obat dan makanan	Berhasil dicapai dengan kategori memuaskan (NPS 135,00%)
Meningkatnya partisipasi masyarakat dan efektivitas kerja sama	Berhasil dicapai dengan kategori cukup (NPS 95,53%)

SASARAN KEGIATAN	CAPAIAN
Tersusunnya rancangan peraturan perundang-undangan terkait pengawasan obat dan makanan	Berhasil dicapai dengan kategori memuaskan (NPS 112,00%)
Meningkatnya kualitas layanan komunikasi, informasi, dan edukasi obat dan makanan	Berhasil dicapai dengan kategori memuaskan (NPS 110,60%)
Terselenggaranya layanan pertimbangan hukum, penyuluhan hukum dan bantuan hukum	Berhasil dicapai dengan kategori memuaskan (NPS 125,00%)

A.3. Capaian Indikator Kinerja Utama

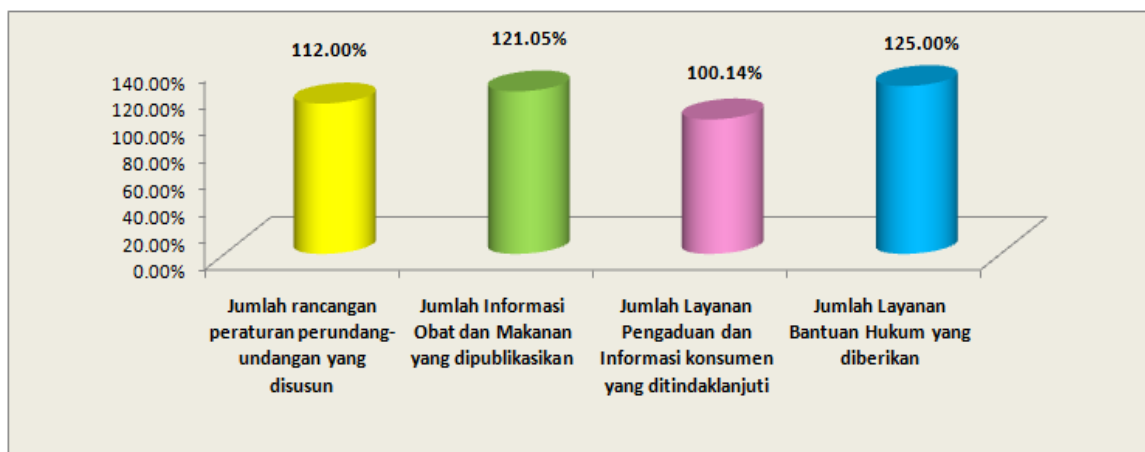
Pencapaian indikator kinerja utama dari sasaran strategis yang mendukung langsung sasaran program Sektama lebih dari 100%, dengan rincian sebagai berikut:



Gambar III.1. Pencapaian IKU Sasaran Strategis/ Program Sektama yang langsung dilakukan oleh Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat - Tahun 2016

Capaian keempat indikator kinerja Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat pada tahun 2016 melebihi target. Pada saat penyusunan target kinerja dalam Renstra Tahun 2015 – 2019, Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat telah menaikan target kinerjanya sesuai dengan analisis situasi lingkungan strategis pada 5 tahun ke depan, namun realisasinya masih melebihi target yang telah ditetapkan, secara umum hal ini disebabkan oleh beberapa faktor antara lain :

1. Efisiensi anggaran sehingga menghasilkan output yang melebihi target;
2. Adanya perubahan lingkungan strategis yang mempengaruhi kebijakan pimpinan sehingga dapat mempengaruhi target yang sudah direncanakan.



Gambar III.2. Pencapaian IKU Sasaran Kegiatan Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat Tahun 2016

A.4. Analisis Capaian Sasaran Strategis

Secara keseluruhan target kinerja Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat Tahun 2016 telah tercapai dengan capaian kinerja melebihi dari target yang telah ditetapkan, seperti tabel yang digambarkan pada tabel di bawah.

Tabel III.1 Pencapaian Sasaran Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat Tahun 2016

No	SASARAN STRATEGIS/ PROGRAM/ KEGIATAN	INDIKATOR KINERJA	TARGET	REALISASI	CAPAIAN	KRITERIA
1	Sasaran Program: Meningkatnya kuantitas dan kualitas produk hukum dalam rangka memperkuat pengawasan obat dan makanan	Jumlah Peraturan Kepala BPOM yang diundangkan	25 peraturan	27 peraturan	108,00%	Memuaskan
	Sasaran Kegiatan: Tersusunnya rancangan peraturan perundang-undangan terkait pengawasan obat dan makanan	Jumlah rancangan peraturanperundang-undangan yang disusun (IKU)	200 rancangan	224 rancangan	112,00%	Memuaskan
2	Sasaran Program: Meningkatnya partisipasi masyarakat dan efektivitas kerja sama	1. Tingkat pengetahuan masyarakat terhadap Obat dan Makanan	Baik	Cukup	85%	Cukup
		2. Persentase pengaduan konsumen yang ditindaklanjuti	70%	74,24%	106,06%	
	Sasaran Kegiatan: Meningkatnya kualitas layanan komunikasi, informasi, dan edukasi obat dan makanan	1. Jumlah Informasi Obat dan Makanan yang dipublikasikan (IKU)	95 informasi	115 informasi	121,05 %	Memuaskan
		2. Jumlah Layanan Pengaduan dan Informasi konsumen yang ditindaklanjuti (IKU)	14000 layanan	14020 layanan	100,14%	
3	Sasaran Kegiatan: Terselenggaranya layanan pertimbangan hukum, penyuluhan hukum dan bantuan hukum	Jumlah Layanan Bantuan Hukum yang diberikan (IKU)	220 layanan	275 layanan	125,00%	Memuaskan

Rincian tingkat capaian kinerja masing-masing indikator kinerja tersebut dapat dilihat pada matriks pengukuran kinerja dan pengukuran kinerja kegiatan pada Lampiran 6 dan 7.

Berdasarkan tabel III.1 di atas, terlihat bahwa pada tahun kedua pelaksanaan Renstra 2015 – 2019 pencapaian sasaran strategis Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat yang langsung merupakan sasaran program Sektama dapat melebihi target sehingga capaian

kinerja memuaskan. Namun pada sasaran strategis meningkatnya kuantitas dan kualitas produk hukum dalam rangka memperkuat pengawasan obat dan makanan capaiannya sangat tinggi melebihi target sehingga tidak dapat disimpulkan dan perlu peninjauan kembali terhadap penetapan target tahun berikutnya.

Berdasarkan capaian tahun 2016 ini, maka untuk tahun anggaran selanjutnya, Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat sudah melakukan *review* terhadap target indikator kinerja dan sudah ditetapkan dalam perjanjian kinerja tahun 2017. Oleh karena itu target tahun 2017 dalam PK lebih tinggi dari target tahun 2017 dalam renstra 2015-2019.

Analisis capaian kinerja untuk setiap sasaran strategis/program dan sasaran kegiatan dijelaskan secara terperinci di bawah ini:

SP 1**Meningkatnya kuantitas dan kualitas produk hukum dalam rangka memperkuat pengawasan Obat dan Makanan**

Sasaran strategis ini merupakan sasaran program Sektama yang langsung dilakukan oleh Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat. Keberhasilan pencapaian sasaran ini diukur dengan indikator kinerja : Jumlah Peraturan Kepala BPOM yang diundangkan, dengan target 2016 sebanyak 25 peraturan dan terealisasi sebanyak 27 peraturan. Nilai Pencapaian Sasaran (NPS) sebesar 108,00% yang menunjukkan kinerja memuaskan. Hal ini karena tuntutan kebutuhan BPOM yang mendesak dalam rangka perkuatan regulasi di bidang pengawasan obat dan makanan. Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat telah berupaya seluruh draf peraturan yang diterima dari unit kerja dilakukan kajian/analisis dan pembahasan untuk finalisasi peraturan, serta disampaikan kepada kementerian Hukum dan HAM untuk diundangkan.

Jika dibandingkan dengan realisasi tahun 2015 (108.00%) maka realisasi pada tahun 2016 lebih tinggi. Hal ini karena tuntutan kebutuhan BPOM yang mendesak dalam rangka perkuatan regulasi di bidang pengawasan obat dan makanan, khususnya perkuatan regulasi terkait pangan olahan.

Jika dibandingkan dengan target kumulatif pada akhir periode Renstra 2015-2019 yaitu sebanyak 100 peraturan, capaian indikator sebesar 50%. Diharapkan pada pelaksanaan Renstra 2015-2019 di tahun berikutnya dapat terealisasi dengan baik sesuai dengan perencanaan.

Berikut daftar Peraturan Kepala Badan POM yang diundangkan pada tahun 2016:

Tabel III.4. Peraturan Kepala Badan POM yang Diundangkan Tahun 2016

NO	BENTUK PERATURAN	NOMOR PERATURAN		TENTANG
1	Peraturan KaBPOM	1	2016	Pedoman Teknis Pengawasan Kosmetika
2	Peraturan KaBPOM	2	2016	Pedoman Teknis Pengawasan Periklanan Pangan Olahan
3	Peraturan KaBPOM	3	2016	Pedoman Pelaksanaan Tindakan Pengamanan Setempat Dalam Pengawasan Peredaran Obat Dan Makanan Di Sarana Produksi, Penyaluran, Dan Pelayanan Obat Dan Makanan
4	Peraturan KaBPOM	4	2016	Ketentuan Teknis Pelaksanaan Pemberian Tunjangan Kinerja Pegawai Di Lingkungan Badan POM
5	Peraturan KaBPOM	5	2016	Penarikan Dan Pemusnahan Obat Tradisional Yang Tidak Memenuhi Persyaratan
6	Peraturan KaBPOM	6	2016	Pedoman Tata Naskah Dinas Di Lingkungan Badan POM
7	Peraturan KaBPOM	7	2016	Pedoman Pengelolaan Obat-Obat Tertentu Yang Disalah Gunakan
8	Peraturan KaBPOM	8	2016	Persyaratan Bahan Tambahan Pangan Campuran
9	Peraturan KaBPOM	9	2016	Acuan Label Gizi
10	Peraturan KaBPOM	10	2016	Penggunaan Bahan Penolong Golongan Enzim Dan Golongan Penjerap Enzim Dalam Pengolahan Pangan
11	Peraturan KaBPOM	11	2016	Pedoman Penerapan Higiene Sanitasi Dan Dokumentasi Pada Industri Kosmetika Golongan B
12	Peraturan KaBPOM	12	2016	Pendaftaran Pangan Olahan
13	Peraturan KaBPOM	13	2016	Pengawasan Kalim Pada Label Dan Iklan Pangan Olahan
14	Peraturan KaBPOM	14	2016	Standar Keamanan Dan Mutu Minuman Beralkohol
15	Peraturan KaBPOM	15	2016	Perubahan Atas Peraturan Kepala Badan POM Nomor 39 Tahun 2013 Tentang Pelayanan Publik
16	Peraturan KaBPOM	16	2016	Kriteria Mikrobiologi Dalam Pangan Olahan
17	Peraturan KaBPOM	17	2016	Perubahan Kedua Atas Perka BPOM Nomor Hk.03.1.23.10.11.08481 Tahun 2011 Tentang Kriteria Dan Tata Laksana Registrasi Obat
18	Peraturan KaBPOM	18	2016	Perubahan Atas Peraturan Kepala Badan POM Nomor 1 Tahun 2016 Tentang Pedoman Teknis Pengawasan Iklan Kosmetika
19	Peraturan KaBPOM	19	2016	Perubahan Atas Peraturan Kepala Badan POM Nomor Hk.03.1.23.003.12.1563 Tahun 2012 Tentang Pedoman Pengkajian Keamanan Pangan Prg

NO	BENTUK PERATURAN	NOMOR PERATURAN		TENTANG
20	Peraturan KaBPOM	20	2016	Perubahan Atas Peraturan Kepala Badan POM Nomor 32 Tahun 2013 Tentang AHP
21	Peraturan KaBPOM	21	2016	Kategori Pangan
22	Peraturan KaBPOM	22	2016	Persyaratan Penggunaan BTPPerisa
23	Peraturan KaBPOM	23	2016	Pencantuman Informasi Tanpa Bahan Tambahan Pangan Pada Label Dan Iklan Pangan
24	Peraturan KaBPOM	24	2016	Persyaratan Pangan Steril Komersial
25	Peraturan KaBPOM	25	2016	Perubahan Atas Perka Nomor 12 Tahun 2015 Tentang Pengawasan Pemasukan Obat Dan Makanan Ke Dalam Wilayah Indonesia
26	Peraturan KaBPOM	26	2016	Perubahan Atas Perka BPOM Nomor 13 Tahun 2015 Tentang Pengawasan Pemasukan Bahan Obat Dan Makanan Ke Dalam Wilayah Indonesia
27	Peraturan KaBPOM	27	2016	Tata Cara Dan Prosedur Perubahan Rekomendasi Untuk Mendapatkan Persetujuan Impor Obat, OT, Suplemen Kesehatan Dan/Atau Kosmetik Sebagai Barang Komplementer

Dengan tercapainya target indikator maka disimpulkan sasaran ini berhasil dicapai

Untuk mendukung pencapaian sasaran strategis/program pertama di atas, ditetapkan 1 (satu) sasaran kegiatan yang diukur dengan 1 (satu) indikator kinerja sebagai berikut:

SK 1

Tersusunnya rancangan peraturan perundang-undangan terkait pengawasan obat dan makanan

Badan Pengawas Obat dan Makanan sebagai Lembaga Pemerintah Nonkementerian (LPNK) mempunyai tugas pemerintahan di bidang pengawasan obat dan makanan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku sebagaimana diatur dalam Keputusan Presiden Nomor 103 Tahun 2001 tentang Kedudukan, Tugas, Fungsi, Kewenangan, Susunan Organisasi, dan Tata Kerja Lembaga Pemerintah Non Departemen sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Peraturan Presiden Nomor 145 Tahun 2015. Salah satu fungsi dalam pelaksanaan tugas sebagai pengawasan obat dan

makanan adalah melakukan pengkajian dan penyusunan kebijakan nasional dalam bentuk peraturan perundang-undangan di bidang obat dan makanan.

Pengawasan obat dan makanan mempunyai lingkup yang luas dan kompleks, menyangkut kepentingan dan hajat hidup rakyat banyak dengan sensitifitas publik yang tinggi serta berimplikasi luas pada keselamatan dan kesehatan konsumen. Untuk itu pengawasan tidak dapat dilakukan secara parsial hanya pada produk akhir yang beredar di masyarakat, tetapi harus dilakukan secara komprehensif dan sistematis, mulai dari kualitas bahan baku dan kemasan yang digunakan, cara pembuatan, distribusi, penyimpanan, produk tersebut siap dikonsumsi oleh masyarakat sampai produk akhir yang beredar di masyarakat. Sejalan dengan kebijakan pasar global, pengawasan harus dilakukan mulai dari produk masuk di *entry point* sampai beredar di pasar. Pada seluruh mata rantai tersebut harus ada sistem yang dapat mendeteksi kualitas produk sehingga secara dini dapat dilakukan pengamanan jika terjadi degradasi mutu, produk sub standar, kontaminasi dan hal-hal lain yang dapat membahayakan kesehatan masyarakat. Sehingga diperlukan adanya regulasi yang menunjang pengawasan obat dan makanan.

Target indikator jumlah rancangan peraturan perundang-undangan yang dibuat selama tahun 2016 sebanyak 200 rancangan, telah terealisasi sebanyak 224 rancangan, sehingga pencapaian telah melebihi target yang ditetapkan yaitu sebesar 112,00%. Hal ini karena telah diupayakan kerjasama yang baik dengan unit kerja di lingkungan BPOM dan instansi lain yang terkait. Jika diperinci capaian IKU per-triwulan, maka tren capaian IKU tahun 2016 meningkat sejak triwulan I sebagai berikut:

Tabel III.5 Profil Capaian Per-Triwulan IKU Jumlah Rancangan Peraturan Perundang-undangan yang Disusun Tahun 2016

Keterangan	Triwulan 1	s/d Triwulan 2	s/d Triwulan 3	s/d Triwulan 4
Target	40	80	120	200
Realisasi	80	172	199	224
Capaian	200%	215%	165,83%	112,00%

Jumlah peraturan perundang-undangan antara BPOM dengan instansi lain di bidang pengawasan obat dan makanan yang telah selesai dibahas bersama dengan unit teknis dan draft telah dikembalikan kepada unit teknis untuk ditindaklanjuti sebanyak 224 rancangan tersebut terdiri dari :

- a. Rancangan Peraturan Kepala BPOM : 27 rancangan; dan
- b. Rancangan Keputusan Kepala BPOM : 197 rancangan.

Selain melakukan penyusunan rancangan peraturan perundang-undangan sebagaimana dimaksud di atas, Biro Hukum dan Humas juga terlibat aktif dalam penyusunan Rancangan Undang-Undang, Rancangan Peraturan Pemerintah, Rancangan Peraturan Menteri Kesehatan yang melibatkan lintas sektor terkait, yaitu:

- a. Rancangan Undang-Undang : 8 rancangan;
- b. Rancangan Peraturan Pemerintah : 7 rancangan
- c. Rancangan Peraturan Menteri : 6 rancangan

Berikut adalah data profil target realisasi serta capaian jumlah rancangan peraturan perundang-undangan yang disusun selama periode 2015 – 2016.

**Tabel III.6 Perbandingan Capaian IKU
Jumlah Rancangan Peraturan Perundang-undangan yang Disusun
pada Periode 2015 – 2016**

Tahun	2016	2015
Target	200	150
Realisasi	224	274
Capaian	112,00%	182,67%

Capaian IKU Jumlah Rancangan Peraturan Perundang-undangan yang disusun pada tahun 2015 lebih banyak dari tahun 2016, namun telah melebihi target. Hal ini karena banyaknya Rancangan Peraturan Perundang-undangan pengawasan obat dan makanan yang disusun. Selain itu, dalam rangka penertiban Barang Milik Negara (BMN) perlu ditetapkan status penggunaan BMN untuk seluruh Satuan Kerja di lingkungan Badan Pengawas Obat dan Makanan, sehingga banyak produk hukum berupa Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan selaku pengguna barang yang disusun untuk menetapkan status penggunaan BMN tersebut.

Dalam melakukan penyusunan rancangan peraturan perundang-undangan di bidang pengawasan obat dan makanan, beberapa hal yang dilakukan oleh Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat, antara lain:

- a. kegiatan Pelatihan Jaringan Data dan Informasi Hukum Nasional merupakan pertemuan nasional Kementerian/Lembaga yang dikoordinasikan oleh Badan

Pembinaan Hukum Nasional Kementerian Hukum dan HAM dalam rangka jejaring Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum Nasional serta peningkatan kompetensi petugas JDIH BPOM dalam pengelolaan JDIH BPOM.

- b. kegiatan Sosialisasi Peraturan Perundang-undangan untuk mendukung penyebarluasan Peraturan. Kegiatan ini merupakan penyebarluasan Peraturan Kepala BPOM kepada unit kerja di lingkungan BPOM baik pusat maupun Unit Pelaksana Teknis di lingkungan BPOM (Balai Besar/Balai POM). Pada Tahun 2016, 27 (dua puluh tujuh) Peraturan Kepala BPOM disampaikan/dikirimkan ke seluruh unit kerja di lingkungan BPOM baik pusat maupun Unit Pelaksana Teknis di lingkungan BPOM (Balai Besar/Balai POM). Kegiatan ini direncanakan dilakukan sebanyak 5 (lima) kali. Namun dikarenakan pada tahun 2016, Peraturan Kepala BPOM banyak diterbitkan pada triwulan 3 dan triwulan 4, sehingga penyebarluasan dilakukan secara bersamaan (digabungkan pelaksanaannya).
- c. kegiatan Asistensi Penyusunan Peraturan/Produk Hukum ke Balai Besar/Balai POM dalam penyusunan Nota Kesepahaman/Perjanjian Kerja Sama;
- d. kegiatan Finalisasi Peraturan Perundang-undangan di Bidang Pengawasan Obat dan Makanan;
- e. kegiatan Penyelarasan dan Harmonisasi Peraturan Perundang-undangan dalam rangka mensosialisasikan rancangan peraturan perundang-undangan, guna menginventarisasi masukan dari Unit Kerja di Pusat dan Balai Besar/Balai POM terkait Rancangan Peraturan Pemerintah sebagai pelaksanaan dari Bab Keamanan Pangan dan Bab Label dan Iklan Pangan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan, Rancangan Peraturan Pemerintah tentang Pelaksanaan Urusan Pemerintahan Konkuren;
- f. kegiatan Pengembangan Aplikasi Jaringan Dokumentasi dan Informasi Peraturan Perundang-undangan dalam bentuk pengembangan subsite www.jdih.pom.go.id dalam versi bahasa Inggris dan juga penambahan abstraksi;
- g. kegiatan Pendokumentasian Peraturan Perundang-undangan yang merupakan salah satu cara mensosialisasikan peraturan perundang-undangan di bidang pengawasan obat dan dalam bentuk pencetakan buku Himpunan Peraturan Perundang-undangan dan juga DVD Peraturan Perundang-undangan di Bidang Pengawasan Obat dan Makanan;

- h. kegiatan Koordinasi Lintas Sektor di Bidang Peraturan Perundang-undangan untuk menunjang kegiatan penyusunan Rancangan Peraturan/Keputusan;
- i. kegiatan Kajian/Masukan Rancangan Peraturan Perundang-undangan di Bidang Pengawasan Obat dan Makanan antara lain kajian terhadap RUU, Rancangan Peraturan Pemerintah, Rancangan Peraturan Presiden, Rancangan Peraturan Menteri, dan Rancangan Peraturan/Keputusan;
- j. kegiatan perencanaan, pengendalian, dan evaluasi penyusunan peraturan. Kegiatan ini ditujukan untuk mendukung pelaksanaan Reformasi Birokrasi Kelompok Kerja Bidang Penataan Peraturan Perundang-undangan. Kegiatan ini antara lain perencanaan Peraturan Kepala BPOM yang akan disusun pada tahun 2016, pengendalian penyusunan peraturan perundang-undangan melalui kajian simplifikasi peraturan perundang-undangan di bidang pengawasan obat dan makanan, serta evaluasi pelaksanaan Reformasi Birokrasi Kelompok Kerja Bidang Penataan Peraturan Perundang-undangan pada tahun 2015.
- k. kegiatan Penerjemahan Peraturan Kepala BPOM yang diterbitkan pada tahun 2016 ke dalam bahasa Inggris. Pada tahun 2016, peraturan perundang-undangan yang diterjemahkan ke dalam bahasa Inggris, sebagai berikut:
 - 1) UU No 5 tahun 1997 tentang Psikotropika
 - 2) UU No 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian
 - 3) UU No 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan
 - 4) UU No 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal
 - 5) UU No 36 Tahun 2014 tentang Tenaga Kesehatan
 - 6) PP Nomor 44 Tahun 2010 tentang Prekursor
 - 7) PP Nomor 25 Tahun 2011 tentang Pelaksanaan Wajib Lapori Pecandu Narkotika
 - 8) PP Nomor 33 tahun 2012 tentang Pemberian Air Susu Ibu Eksklusif
 - 9) PP Nomor 109 Tahun 2012 tentang Pengamanan Bahan yang Mengandung Zat Adiktif Berupa Produk Tembakau bagi Kesehatan
 - 10) PP Nomor 40 Tahun 2013 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 35 Tahun 2009 tentang Narkotika
 - 11) PP Nomor 103 Tahun 2014 tentang Pelayanan Kesehatan Tradisional
 - 12) Permendag Nomor 70 Tahun 2015 tentang Angka Pengenal Importir

- 13) Permenkes Nomor 6 Tahun 2012 tentang Industri dan Usaha Obat Tradisional
- 14) Permenkes Nomor 7 Tahun 2012 tentang Registrasi Obat Tradisional
- 15) Permenkes Nomor 70 Tahun 2014 tentang Perusahaan Rumah Tangga Alat Kesehatan dan Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga
- 16) PerkaBPOM Nomor 6 Tahun 2015 tentang Perubahan atas Peraturan Kepala BPOM No 5 Tahun 2014 Tentang Pedoman Tata Cara Pengisian Jabatan Pimpinan Tinggi Madya Dan Pratama Di Lingkungan BPOM
- 17) PerKaBPOM Nomor 12 Tahun 2015 tentang Pengawasan Pemasukan Obat dan Makanan ke dalam Wilayah Indonesia
- 18) PerKaBPOM Nomor 13 Tahun 2015 tentang Pengawasan Pemasukan Bahan Obat dan Makanan ke dalam Wilayah Indonesia
- 19) PerKaBPOM Nomor 14 Tahun 2015 tentang Penerapan Program Manajemen Risiko Keamanan Pangan di Industri Formula Bayi, Formula Lanjutan, dan Formula Pertumbuhan
- 20) PerKaBPOM Nomor 15 Tahun 2015 tentang Tata Cara Pelaksanaan Bea Masuk Ditanggung Pemerintah atas Impor Barang dan Bahan Tertentu di Lingkungan Badan Pengawas Obat dan Makanan
- 21) PerKaBPOM Nomor 16 Tahun 2015 tentang Tata Laksana Dan Penilaian Obat Pengembangan Baru
- 22) PerKaBPOM Nomor 17 Tahun 2015 tentang Pedoman penilaian Produk Biosimilar
- 23) PerKaBPOM Nomor 19 Tahun 2015 tentang Persyaratan Teknis Kosmetika
- 24) PerKaBPOM Nomor 20 Tahun 2015 tentang Standar Sarana dan Prasarana Kantor Di Lingkungan BPOM
- 25) PerKaBPOM Nomor 21 tahun 2015 tentang Tata Laksana Persetujuan Uji Klinik
- 26) PerKaBPOM Nomor 22 Tahun 2015 tentang Unit Layanan Pengadaan Barang/Jasa Di Lingkungan Badan Pengawas Obat dan Makanan
- 27) PerKaBPOM Nomor 4 Tahun 2016 tentang Ketentuan Teknis Pelaksanaan Pemberian Tunjangan Kinerja Pegawai di Lingkungan BPOM
- 28) PerKaBPOM Nomor 13 Tahun 2016 tentang Klaim dan Label pada Iklan pada Pangan Olahan
- 29) KKBPM No. HK 04.1.31.01.15.0061 tentang Pembentukan Tim Ahli Uji Klinik

Dibandingkan dengan target kumulatif pada RPJMN 2015-2019 atau akhir periode Renstra 2015-2019 (850 rancangan), maka capaian kinerja tahun 2016 sebesar 26.35%, diharapkan dapat mempermudah pelaksanaan Renstra pada tahun berikutnya sampai akhir periode RPJMN atau Renstra 2015-2019.

Dengan tercapainya target indikator maka disimpulkan sasaran ini berhasil dicapai

SP 2**Meningkatnya partisipasi masyarakat dan efektivitas kerja sama**

Untuk mencapai sasaran strategis/program Sektama yang langsung dilakukan oleh Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat tersebut diukur dengan 2 (dua) indikator kinerja :

- a. Tingkat pengetahuan masyarakat terhadap obat dan makanan;
- b. Persentase pengaduan konsumen yang ditindaklanjuti.

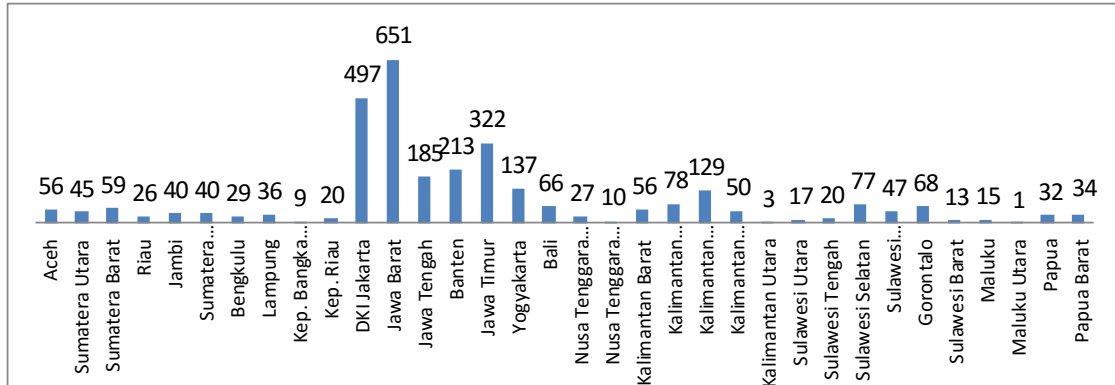
Nilai Pencapaian Sasaran (NPS) sebesar 95,53% yang menunjukkan kinerja cukup

Pengukuran indikator tingkat pengetahuan masyarakat terhadap obat dan makanan dilakukan melalui survei *online* untuk mendapatkan gambaran *channel* komunikasi yang tepat dan tingkat pengetahuan masyarakat mengenai BPOM. Berdasarkan gambaran yang didapat, diharapkan dapat menjadi masukan dalam penyusunan strategi komunikasi dan penentuan *channel* komunikasi yang tepat sesuai dengan target audiens dalam menyebarkan informasi terkait Badan POM. Metode *online* dipilih karena bisa menjangkau target responden yang lebih terarah serta menjangkau cakupan responden yang lebih luas.

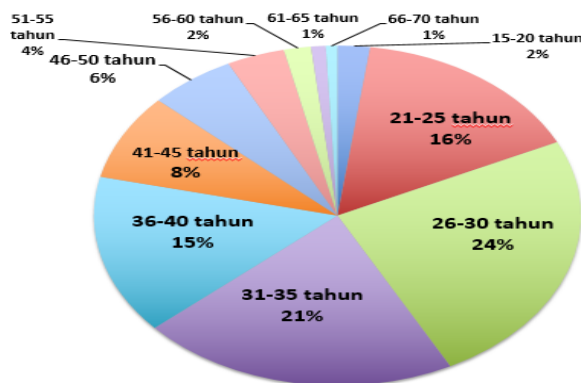
Dalam survei ini target responden adalah warga negara Indonesia berumur 15-55 tahun, yang berasal dari seluruh propinsi di Indonesia karena berdasarkan data, pada tahun 2017, pengguna internet aktif di Indonesia diperkirakan mencapai 100 juta orang dengan rentang umur pengguna aktif berada pada umur 15-55 tahun (Data *Broadcasting Board of Governous* dan *Gallup "Media Use in Indonesia", 2012*).

Dalam tampilan survei, Logo BPOM ditampilkan dan bila di klik, maka *landing* di *website* BPOM untuk meningkatkan *trafficwebsite* BPOM. Hasilnya adalah sebagai berikut:

1. Sebanyak 4.045 responden, 65% wanita dan 35% pria, berumur antara 20-45 tahun dengan tingkat pendidikan 60% lulusan sarjana. Kondisi sosial ekonomi responden sebanyak 44% pengeluarannya di atas upah minimum regional. Responden terbanyak berasal dari Jawa Barat, DKI Jakarta, dan Jawa Timur.



Gambar III.3. Sebaran Responden Setiap Propinsi



USIA	JUMLAH
15 - 20 tahun	67
20 - 25 tahun	490
25 - 30 tahun	761
30 - 35 tahun	659
35 - 40 tahun	472
40 - 45 tahun	255
45 - 50 tahun	179
50 - 55 tahun	120
55 - 60 tahun	56
60 - 65 tahun	30
65 - 70 tahun	24

Grafik III.4 Profil Responden Berdasarkan Usia

2. Media komunikasi yang paling sering diakses oleh responden untuk mendapatkan informasi mengenai BPOM adalah melalui media *online* (27%) Media sosial (23%) dan televisi (21%). Yang menarik adalah bahwa dari semua saluran komunikasi (televisi, radio, koran, majalah dan *website*), sebagian besar informasi didapatkan responden melalui berita dan hanya sebagian kecil yang mendapatkan informasi melalui iklan. Untuk media *out of home* (OOH), tidak ada satupun responden yang mengetahui informasi tentang BPOM melalui billboard. Sementara itu media OOH yang lain belum termasuk dalam survei dan mungkin perlu diukur tersendiri, mengingat kegiatan tersebut sebagian besar dilakukan di Jakarta (ILM melalui

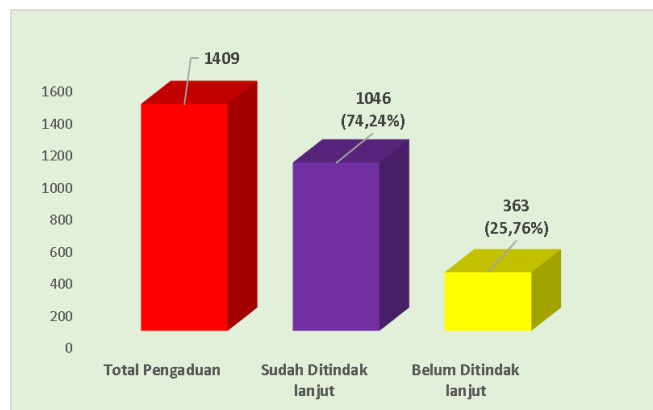
Commuterline, Tans Jakarta, dll), sedangkan paparan informasi melalui media sosial diperoleh responden terbanyak melalui *Facebook*.

3. Dalam survei ini sebanyak 98% responden mengetahui tentang BPOM, meskipun pengetahuan responden terkait BPOM belum terukur. Untuk itu perlu dilakukan pengukuran yang lebih komprehensif guna mengidentifikasi pengetahuan masyarakat mengenai BPOM. Bila disandingkan dengan survei Indeks Kesadaran Masyarakat yang dilakukan Pusat Riset Obat dan Makanan, diketahui bahwa masyarakat mengenal BPOM, tetapi persepsi mereka mengenai tugas BPOM masih rancu, karena menganggap bahwa segala yang berhubungan dengan Obat dan Makanan dalam ranah pengawasan BPOM. Terkait hal itu, dengan menggabungkan 2 data di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan masyarakat mengenai Badan POM sudah cukup baik, namun diperlukan sosialisasi berkesinambungan agar tidak terjadi salah persepsi di masyarakat mengenai kewenangan dan tupoksi BPOM.
4. Dari sisi komoditas produk yang diawasi BPOM, sebanyak 60% responden paling sering mendapatkan informasi mengenai produk pangan, 27% mengenai obat tradisional dan kosmetik, dan 13% paling sering terpapar informasi tentang obat. Terkait hal ini dapat diambil langkah-langkah dan pemantapan strategi komunikasi agar semua komoditi yang diawasi BPOM mendapatkan pemberitaan yang proporsional mengingat semua komoditi sama pentingnya menyangkut kesehatan masyarakat.
5. Frekuensi responden mendapatkan informasi mengenai BPOM yaitu 48% responden mendapatkan informasi mengenai BPOM kurang dari 4 kali dalam sebulan, 27% mendapatkan informasi minimal seminggu sekali, dan 9% mendapatkan informasi mengenai BPOM setiap hari. Sementara itu ada 15% responden yang mengatakan bahwa mereka mendapatkan informasi tentang BPOM hanya 1-2 kali setahun dan 1% mengatakan bahwa mereka tidak pernah mendapatkan informasi tentang BPOM. Data ini menunjukkan bahwa frekuensi paparan informasi mengenai BPOM masih sangat kurang. Idealnya masyarakat terpapar informasi tentang BPOM setiap hari agar didapat *awareness* masyarakat tentang KIE yang disampaikan oleh BPOM. Selanjutnya diharapkan pengetahuan masyarakat meningkat dan akan terjadi perubahan sikap dan perilaku dari masyarakat.
6. Sebanyak 84% responden menganggap bahwa informasi tentang BPOM sangat menarik dan menarik, sementara sisanya menganggap bahwa informasi tentang BPOM biasa saja, tidak memperhatikan dan tidak peduli

7. *Trend* informasi tentang BPOM menunjukkan sebanyak 57% responden merasa informasi tentang BPOM baik dan sangat baik, 39% menganggap informasi tentang BPOM biasa saja, dan sisanya menganggap informasi tentang BPOM tidak baik.
8. Responden menilai informasi terkait BPOM bermanfaat (81%), 17% menganggap informasi BPOM biasa saja, dan 2% menganggap informasi BPOM tidak bermanfaat.
9. Sebanyak 67% responden menyatakan bahwa informasi yang dipublikasi sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Sisanya menganggap informasi yang dipublikasikan biasa saja dan tidak sesuai.
10. Sebesar 52% responden menyatakan puas dengan informasi tentang BPOM, 33% biasa saja dan 15% menyatakan tidak puas.

Dari beberapa indikator di atas, dapat diketahui bahwa tingkat pengetahuan masyarakat terhadap keamanan obat dan makanan yang dilakukan melalui survei sebesar 59% atau CUKUP. Nilai tersebut lebih rendah dari target yang ditetapkan, yang menunjukkan bahwa diperlukan pemantapan strategi penyebaran informasi Obat dan Makanan yang efektif, efisien, dan tepat sasaran, agar lebih banyak masyarakat yang terpapar tentang Obat dan Makanan. Dengan demikian semakin meningkat pula pengetahuannya.

Untuk target indikator persentase pengaduan konsumen yang ditindaklanjuti Tahun 2016 melalui ULPK BPOM (Pusat) dan *Contact Center* HALOBPOM1500533 sebesar 70%, dengan pencapaian sebesar 106,06% berkriteria memuaskan. Dari 1.409 layanan yang masuk berupa pengaduan



Gambar III.5 GrafikJumlah Pengaduan Konsumen yang Ditindaklanjuti - Tahun 2016

tentang obat dan makanan, sebanyak 1.046 pengaduan (74.24%) telah ditindak lanjut, dengan menjawab langsung berdasarkan referensi/prosedur atau merujuk/meneruskan ke unit kerja terkait sampai ada hasil tindak lanjut dari unit kerja tersebut. Sedangkan sebanyak 363 pengaduan (25,76%) belum mendapatkan informasi hasil tindak lanjut dari unit kerja terkait.

Pengaduan yang banyak disampaikan melalui ULPK BPOM (Pusat) dan *Contact Center* HALOBPOM1500533 diantaranya mengenai penjualan produk Obat dan Makanan

ilegal/tidak memenuhi syarat/tidak memenuhi ketentuan, pengaduan mengenai Obat dan Makanan yang sudah masuk ke dalam *Public Warning* BPOM namun masih banyak beredar di pasaran, ketidakpuasan atas layanan publik BPOM seperti layanan registrasi/notifikasi dan sertifikasi yang dirasa tidak sesuai dengan *timeline* yang dijanjikan, serta ketidakpuasan atas petugas BPOM dalam memberikan pelayanan. Tindak lanjut yang telah disampaikan yaitu Unit Teknis telah berkoordinasi dengan Balai Besar/Balai POM setempat untuk melakukan penelusuran terhadap sarana penjual produk ilegal/tidak memenuhi syarat/tidak memenuhi ketentuan, berkoordinasi dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika untuk penutupan sarana *online*/media sosial yang menjual produk ilegal/tidak memenuhi syarat/tidak memenuhi ketentuan juga mengirimkan surat peringatan kepada perusahaan produk yang dilaporkan, dan telah dilakukan evaluasi terhadap layanan publik yang diberikan dan petugas pemberi layanan.

Pencapaian kinerja melebihi target yang telah ditetapkan tersebut dikarenakan adanya dorongan dari pimpinan dan komitmen unit kerja terkait untuk segera menindaklanjuti pengaduan konsumen yang masuk dan koordinasi oleh ULPK BPOM baik melalui rapat tim koordinasi secara rutin, monitoring tindak lanjut secara langsung dengan menghubungi *contact person* di unit kerja terkait, serta pemanfaatan aplikasi Sistem Pelaporan Layanan Pengaduan Konsumen (SIMPEL LPK) untuk mempercepat jalur birokrasi.

Jika dibandingkan dengan tahun 2015 realisasi target indikator persentase pengaduan konsumen yang ditindaklanjuti adalah sebagai berikut:

Tabel III.7 Perbandingan Capaian IKU Jumlah Persentase Pengaduan Konsumen yang Ditindaklanjuti pada Periode 2015 - 2016

2015			2016		
Target	Realisasi	Capaian	Target	Realisasi	Capaian
70%	77,24%	110,34%	70%	74,24%	106,06%

Realisasi target indikator persentase pengaduan konsumen yang ditindaklanjuti pada tahun 2016 mengalami penurunan sebesar 3,00% dibandingkan dengan tahun 2015. Hal ini disebabkan karena adanya peningkatan jumlah layanan pengaduan sebesar 17,61% di tahun 2016, yaitu sebanyak 1.409 layanan pengaduan jika dibandingkan dengan tahun 2015, yaitu sebanyak 1.198 layanan pengaduan, sehingga semakin banyak juga layanan pengaduan yang membutuhkan tindak lanjut lapangan oleh Unit Teknis terkait. Masih kurangnya koordinasi antara ULPK dengan Unit Teknis terkait dan belum semua Unit Teknis memiliki Instruksi Kerja (IK) penanganan rujukan pengaduan yang datang dari

ULPK juga menjadi kendala karena tidak semua hasil tindak lanjut yang telah dilakukan oleh unit teknis disampaikan segera ke ULPK.

Target akhir Renstra 2015-2019	Realisasi Tahun 2016	Capaian
85%	74,24%	87,34%

Jika dibandingkan dengan target akhir renstra 2015-2019 yaitu 85% pengaduan konsumen yang

ditindaklanjuti, maka sampai tahun 2016 telah tercapai sebanyak 87,34%. Diharapkan pada tahun berikutnya, pengaduan konsumen yang ditindaklanjuti dapat lebih meningkat seiring tuntutan masyarakat terhadap BPOM untuk semakin meningkatkan pelayanan dan pengawasan obat dan makanan, sehingga di akhir tahun pelaksanaan renstra, target kinerja tersebut dapat tercapai. Upaya yang dilakukan antara lain :

- meningkatkan akses masyarakat terhadap layanan pengaduan dan informasi
- mempercepat respon dan koordinasi dengan unit terkait dalam tindak lanjut pengaduan.
- ULPK Pusat memperbaharui standar jawaban/informasi pada sistem *knowledge based*

Untuk mendukung pencapaian sasaran strategis/program kedua ini, ditetapkan 1 (satu) sasaran kegiatan yang diukur dengan 2 (dua) indikator kinerja sebagai berikut:

SK 2

Meningkatnya kualitas layanan komunikasi, informasi, dan edukasi

- Indikator :**
- a. Jumlah informasi obat dan makanan yang dipublikasikan;
 - b. Jumlah layanan pengaduan dan informasi yang ditindaklanjuti

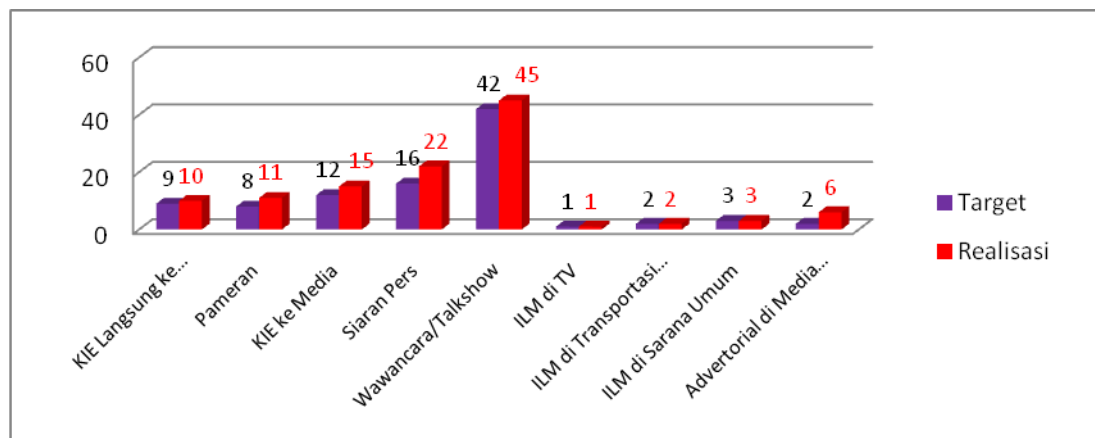
dengan prestasi kinerja sebagaimana uraian berikut:

a. Jumlah Informasi Obat dan Makanan yang Dipublikasikan (IKU)

Target informasi Obat dan Makanan yang dipublikasikan oleh Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat, baik melalui media maupun langsung kepada masyarakat pada tahun 2016 adalah 95 informasi. Realisasinya selama tahun 2016, Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat telah

menerbitkan/mempublikasikan sebanyak 115 informasi, sehingga capaiannya 121,05%, dengan rincian di bawah ini :

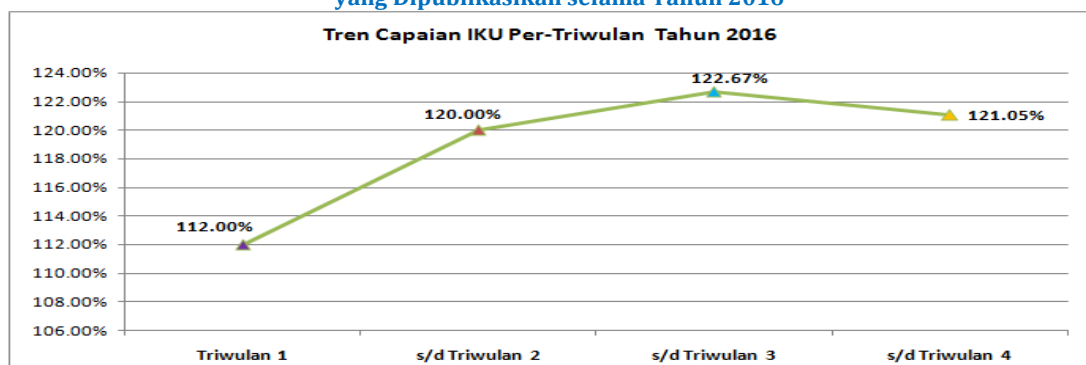
No	Kegiatan	Target	Realisasi
1.	Penyuluhan langsung ke masyarakat	9	10
2.	Pameran	8	11
3.	Media (konferensi pers, media visit, <i>media gathering</i>)	12	15
4.	Siaran Pers	16	22
5.	Wawancara/ <i>talkshow</i> di media elektronik	42	45
6.	Iklan layanan masyarakat (ILM) di televisi	1	1
7.	ILM di sarana transportasi umum (bis dan angkutan kota)	2	2
8.	ILM di sarana umum (<i>billboard</i> , <i>videotron</i> , pusat perbelanjaan)	3	3
9.	Advertorial di media massa (cetak, <i>online</i>)	2	6



Gambar III.6 Profil Capaian Jumlah Informasi yang Dipublikasikan Selama Tahun 2016

Jika dirinci capaian IKU per triwulan, maka tren capaian IKU tahun 2016 meningkat sejak triwulan I sebagai berikut:

Tabel III.8. Tren Capaian IKU Per-Triwulan untuk Jumlah Informasi yang Dipublikasikan selama Tahun 2016



Tabel III.9 Profil Tren Capaian per Triwulan Jumlah Informasi Obat dan Makanan yang Dipublikasikan selama Tahun 2016

	Triwulan 1	s/d Triwulan 2	s/d Triwulan 3	s/d Triwulan 4
Target	25	50	75	95
Realisasi	28	60	92	115
Capaian	112,00%	120,00%	122,67%	121,05%

Capaian IKU di triwulan pertama didominasi oleh kegiatan wawancara dan *talkshow* dengan media massa, yaitu sebanyak 15 kali. Topik yang paling banyak diajukan adalah terkait keamanan pangan, terlebih dengan adanya isu mengenai dugaan coklat mengandung plastik serta dugaan produk kosmetika yang dapat menyebabkan kanker yang sempat beredar di tengah masyarakat pada bulan Februari 2016. Capaian IKU di triwulan kedua wawancara dan *talkshow* masih menjadi kegiatan yang mendominasi dengan jumlah pelaksanaan wawancara dan *talkshow* sebanyak 14 kali.



Kontribusi terbesar capaian IKU pada triwulan ketiga adalah wawancara dan *talkshow* dengan media yang terlaksana sebanyak 9 kali. Selama triwulan ketiga, banyak beredar isu terkait Obat dan Makanan yang cukup menyedot perhatian masyarakat. Isu yang sempat hangat diberitakan pada triwulan ini dan menjadi topik permohonan wawancara/*talkshow* dari media adalah isu temuan obat dan vaksin palsu, diikuti dengan isu terkait temuan produk makanan ringan “Bihun Kekinian (Bikini)” yang mengandung unsur pornografi, serta temuan produk Makanan Pendamping ASI (MPASI) ilegal.

Selanjutnya pada triwulan ke-empat, sekalipun tren capaian IKU menunjukkan penurunan, namun jumlah capaian sudah melebihi total target IKU. Kegiatan yang mendominasi pada periode ini adalah wawancara dengan media dan KIE langsung ke masyarakat. Pada bulan November 2016, Bagian Humas juga banyak melaksanakan KIE langsung ke masyarakat dengan tema “Peduli Obat dan Pangan Aman”, diantaranya melalui kegiatan Gerakan Nasional Peduli Obat dan Pangan Aman (GN-POPA) dengan melibatkan tokoh masyarakat ke berbagai daerah yaitu Palembang, Bekasi, dan Bogor, serta pelaksanaan edukasi masyarakat pengunjung area *Car Free Day* Jakarta.

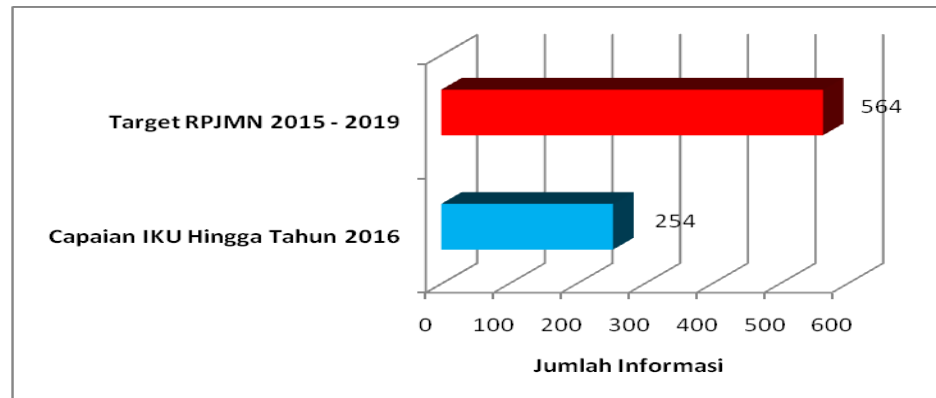


Edukasi Masyarakat di Area *Car Free Day* – Bundaran HITahun 2016



KIE dengan Tokoh Masyarakat di Palembang, Bogor, dan Bekasi Tahun 2016

Jika dibandingkan dengan target akhir renstra 2015-2019 adalah sebanyak 564 informasi, maka hingga tahun 2016 telah terpenuhi 254 penyebaran informasi atau 51,31%.



Gambar III.9. Perbandingan Capaian IKU pada Tahun 2016 dengan Target akhir Renstra

Selama tahun 2016, telah diterbitkan 22 siaran pers dari 16 yang ditargetkan atau dengan capaian sebesar 137,50%. Hal ini karena seperti banyak isu terkait Obat dan Makanan yang beredar di masyarakat dan memerlukan penjelasan lebih lanjut melalui siaran pers atau penjelasan/klarifikasi berita yang diterbitkan BPOM untuk meluruskan isu tersebut. Tidak hanya itu, BPOM saat ini semakin aktif melakukan pengawasan *post-market*, baik yang bersifat rutin maupun intensifikasi pengawasan, sehingga informasi yang harus disampaikan kepada publik melalui media menjadi lebih banyak.

Untuk kegiatan wawancara dan *talkshow* di media elektronik capaian pelaksanaannya melebihi target IKU tahun 2016 yang ditetapkan atau sebesar 107,14%. Banyaknya permohonan wawancara dan *talkshow* berkaitan dengan banyaknya isu seputar Obat dan Makanan yang berkembang di masyarakat.

Demikian pula dengan penayangan ILM melalui TV, *billboard*, *videotron*, tayangan di minimarket (Alfamart), angkutan kota (mikrolet), dan bis jemputan pada tahun 2016 dapat tercapai 100% dari target IKU. Capaian advertorial di media cetak dan media *online* tahun 2016 sebanyak 6 kali, melebihi target IKU sebanyak 2 kali. Penayangan ILM dan advertorial melalui berbagai saluran media dilakukan dengan mempertimbangkan efektivitas penayangan yang

cukup baik dalam menyebarkan produk informasi BPOM kepada seluruh lapisan masyarakat.

Pada pertengahan tahun 2016, maraknya isu peredaran obat palsu dan ilegal direspons cepat oleh BPOM dengan mengkampanyekan Aksi Nasional Peduli Obat Legal dalam wadah Gerakan Nasional Peduli Obat dan Pangan Aman melalui media elektronik, media sosial, media *online*, serta media luar ruang. Sejumlah pendekatan komunikasi publik tersebut dikedepankan untuk mengedukasi dan meningkatkan *awareness* masyarakat luas terkait pentingnya penggunaan Obat dan Makanan yang aman.

Selain melalui ILM, dilakukan pula Komunikasi, Informasi, dan Edukasi (KIE) langsung kepada masyarakat dengan target 9 kali pelaksanaan. Dalam realisasinya, penyebaran informasi langsung kepada masyarakat selama tahun 2016 terlaksana sebanyak 10 kali atau sebesar 111,11%. Edukasi langsung ke masyarakat dilakukan dalam format kegiatan talkshow dan penyuluhan langsung kepada pengunjung area *car free day*.



Talkshow Badan POM Sahabat Ibu Tahun 2016

Bagian Hubungan Masyarakat terus bermitra dengan media karena media memegang peran penting dalam penyebaran informasi kepada masyarakat. Oleh karena itu hubungan dengan media termasuk dalam indikator utama pencapaian kinerja. Pada tahun 2016 ditargetkan 12 kali KIE kepada media, terlaksana sebanyak 15 kali, atau sebesar 125,00%, terdiri atas konferensi pers, *media gathering*, dan *media visit*. Pelaksanaan konferensi pers yang cukup banyak dikarenakan banyak isu terkait Obat dan Makanan yang beredar selama tahun 2016 dan memerlukan klarifikasi dari BPOM kepada masyarakat. Selain juga sebagai media perkenalan dan komunikasi antara Kepala BPOM yang baru

dengan pihak media massa, setelah pada bulan Juli 2016 terjadi pergantian puncak kepemimpinan BPOM.



Konferensi Pers Hasil Pengawasan Obat dan Makanan Tahun 2016

Dalam menyebarkan informasi Obat dan Makanan, salah satu kegiatan yang dapat menjangkau *audience* lebih besar adalah melalui pameran. Selama tahun 2016 ditargetkan sebanyak 8 kali pameran, dan dapat dilaksanakan sebanyak 11 kali atau 137,50%. Bagian Hubungan Masyarakat mengikuti sejumlah pameran baik yang diselenggarakan oleh instansi pemerintah maupun swasta. Tema pameran tersebut beragam mulai dari yang spesifik tentang obat, obat tradisional, kosmetik, pangan, maupun secara umum terkait kesehatan, serta industri dan UMKM (terutama di bidang produk pangan). Edukasi melalui pameran dinilai efektif karena pengunjung pameran terdiri dari masyarakat umum maupun kalangan profesi tertentu seperti tenaga kesehatan.



Dicaminasi Informasi melalui Pameran Tahun 2016

Selain kegiatan-kegiatan yang merupakan indikator kinerja utama, dilakukan beberapa kegiatan untuk mendukung pencapaian IKU tersebut, yaitu:

- i. Pelatihan penunjang kegiatan kehumasan yang terdiri atas 2 kegiatan. Pelatihan pertama adalah pelatihan penyebaran informasi melalui media sosial atau *Workshop Virtual Ecosystem* pada tanggal 23-25 Agustus 2016 yang diikuti oleh 140 peserta dari unit teknis pusat di Badan POM dan Balai Besar/Balai POM di seluruh Indonesia. Pelatihan kedua adalah *Public Speaking and Media Training* pada tanggal 2-4 Desember 2016 yang diikuti oleh seluruh pejabat dan staf bagian Humas dan unit kerja lainnya di BPOM.



Workshop Virtual Ecosystem di Jakarta Tahun 2016

- ii. Peliputan kegiatan BPOM terlaksana 79 kali peliputan, terdiri dari 41 kali peliputan dalam kota dan 38 kali peliputan di luar kota. Kegiatan peliputan bertujuan untuk mendokumentasikan kegiatan BPOM dan mempublikasikannya kembali dalam bentuk berita aktual yang dimuat di *website* BPOM. Dokumentasi hasil peliputan dapat digunakan untuk pembuatan produk informasi yang diterbitkan oleh seluruh unit di BPOM.
- iii. Pemantauan Kinerja Badan POM melalui Media dilakukan melalui monitoring berita secara elektronik di 219 media, terdiri dari 16 koran nasional, 57 koran regional, 115 media *online*, 4 majalah, 21 TV, 1 tabloid, dan 5 Radio. Dari monitoring berita, maka dilakukan analisis berita. Monitoring berita tersebut dilakukan oleh pihak ke-3 secara rutin setiap hari termasuk hari Sabtu dan Minggu. Selain itu, juga dilakukan monitoring khusus yang dilakukan oleh Biro Hukmas terkait penyelenggaraan kegiatan kehumasan seperti konferensi pers. Monitoring berita ini berguna sebagai *early warning system* terkait isu-isu keamanan obat dan makanan yang beredar di masyarakat, sehingga pimpinan mempunyai *guidance* saat diminta

informasi oleh media maupun instansi terkait lainnya. Selain itu, hasil media monitoring ini dapat digunakan sebagai panduan dalam pengambilan kebijakan terkait isu-isu tertentu.

- iv. Kegiatan *Public Awareness Campaign* Melalui Media Sosial merupakan salah satu bentuk kegiatan penyebaran informasi Obat dan Makanan yang dilakukan BPOM melalui media sosial, yaitu Twitter, Facebook, dan Instagram. Informasi yang disebarkan melalui media sosial tersebut bersumber dari *website* BPOM, bersifat rutin maupun khusus. Informasi rutin adalah informasi Obat dan makanan yang bersifat umum dan disebarkan secara rutin melalui media sosial sesuai *agenda setting*. Informasi khusus adalah informasi penting terkait pengawasan *post-market* BPOM yang harus segera diketahui masyarakat, agar masyarakat terhindar dari Obat dan Makanan yang berisiko terhadap kesehatan. Diharapkan melalui media sosial informasi yang disampaikan dapat menjadi viral sehingga cakupan sebaran informasi makin luas.
- v. Selama tahun 2016, Biro Hukmas menerbitkan 6 edisi buletin "Warta POM". Buletin tersebut memuat aktivitas pengawasan Obat dan Makanan yang dilakukan selama periode penerbitan. "Warta POM" diterbitkan setiap 2 bulan sekali dan kemudian didistribusikan ke pihak internal, yaitu seluruh unit kerja dan Balai Besar/Balai POM seluruh Indonesia, dan pihak eksternal BPOM. Pihak eksternal meliputi lintas sektor, pengunjung pameran, dan peserta penyuluhan pada kegiatan KIE langsung ke masyarakat.
- vi. Koordinasi Kehumasan selalu dilaksanakan oleh Biro Hukmas sebagai anggota Bakohumas. Tujuannya untuk menggalang kemitraan dengan bidang kehumasan seluruh instansi pemerintah. Sepanjang Tahun 2016, BPOM mengikuti sebanyak 18 kegiatan kehumasan, baik dengan Bakohumas, Iprahumas, Badan Koordinasi PPID, maupun kehumasan K/L.
- vii. Penyusunan dan pencetakan kegiatan BPOM selama tahun 2015, dalam bentuk kaleidoskop. Penerbitan kaleidoskop bertujuan menginformasikan kegiatan dan kinerja pengawasan Obat dan Makanan yang dilakukan BPOM selama tahun 2015.

Capaian kinerja jumlah informasi obat dan makanan yang dipublikasikan pada tahun 2016 ini tidak dapat dibandingkan dengan tahun sebelumnya karena definisi operasional indikator kinerja tersebut berbeda.

Dengan tercapainya target indikator maka disimpulkan sasaran ini berhasil dicapai

b. Jumlah Layanan Pengaduan dan Informasi Konsumen yang Ditindaklanjuti

Dalam upaya meningkatkan perlindungan kesehatan masyarakat dari risiko produk obat dan makanan yang tidak memenuhi persyaratan keamanan, khasiat/manfaat, dan mutu, BPOM berupaya memperkuat Sistem Pengawasan Obat dan Makanan (SisPOM) yang komprehensif. Salah satu konsep dasar SisPOM adalah pengawasan oleh masyarakat/konsumen, melalui peningkatan kesadaran dan peningkatan pengetahuan mengenai kualitas produk yang digunakan dan cara-cara penggunaan produk yang rasional. Pengawasan oleh masyarakat sendiri sangat penting dilakukan karena pada akhirnya masyarakatlah yang mengambil keputusan untuk membeli dan menggunakan suatu produk. Dalam hal ini pelayanan komunikasi, informasi, edukasi (KIE) mempunyai arti penting untuk pemberdayaan masyarakat/konsumen.



Komunikasi BPOM dengan publik, terdiri dari instansi pemerintah lain, pelaku usaha, konsumen, LSM, asosiasi, pihak akademis, dan pemangku kepentingan lainnya dapat terlaksana melalui suatu wadah komunikasi dua arah, dengan adanya unit yang secara struktural berada di Bagian Pengaduan Konsumen, Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat yang lebih dikenal dengan nama Unit Layanan Pengaduan Konsumen (ULPK). Sebagai organisasi yang terbuka (*open-organization*) dan sebagai perwujudan tanggung jawabnya kepada publik (*public accountable*), BPOM membuka akses kepada masyarakat/konsumen untuk menyampaikan saran, pertanyaan, informasi dan pengaduan melalui ULPK BPOM, sehingga ULPK menjadi lini terdepan dan sebagai *image maker* BPOM dalam menciptakan, membina, dan memelihara citra organisasi. Sejak 5 Februari 2014 layanan pengaduan dan informasi konsumen telah terintegrasi melalui *Contact Center* [HALOBPOM1500533](https://www.bpom.go.id/1500533) sehingga dapat meningkatkan akses

masyarakat untuk memperoleh informasi dan menyampaikan pengaduan tentang obat dan makanan.

Sejak September 2014, layanan pengaduan dan informasi konsumen dilakukan juga melalui media sosial twitter [@HaloBPOM1500533](https://twitter.com/HaloBPOM1500533).



Proses komunikasi publik BPOM dalam memberikan informasi dan menindaklanjuti pengaduan obat dan makanan didasarkan pada peraturan perundang-undangan yang berlaku dan bukti-bukti ilmiah (*scientific based*). Informasi dan masukan dari masyarakat merupakan sistem peringatan dini (*early warning system*) yang berfungsi sebagai petunjuk awal dalam pelaksanaan sampling pengawasan obat dan makanan. Keberadaan ULPK dan *Contact Center* harus disosialisasikan secara berkesinambungan, untuk semakin meningkatkan cakupan pelayanan terhadap masyarakat sekaligus dalam rangka pemberdayaan masyarakat.

Target indikator jumlah layanan pengaduan dan informasi yang ditindaklanjuti tahun 2016 melalui ULPK BPOM (Pusat) dan *Contact Center* [HALOBPOM1500533](https://twitter.com/HaloBPOM1500533) sebesar 14.000 layanan dan terealisasi sebesar 14.020 layanan. Hal ini menunjukkan bahwa pencapaian terhadap indikator kinerja tersebut telah melebihi target yaitu terealisasi sebesar 100,14%.

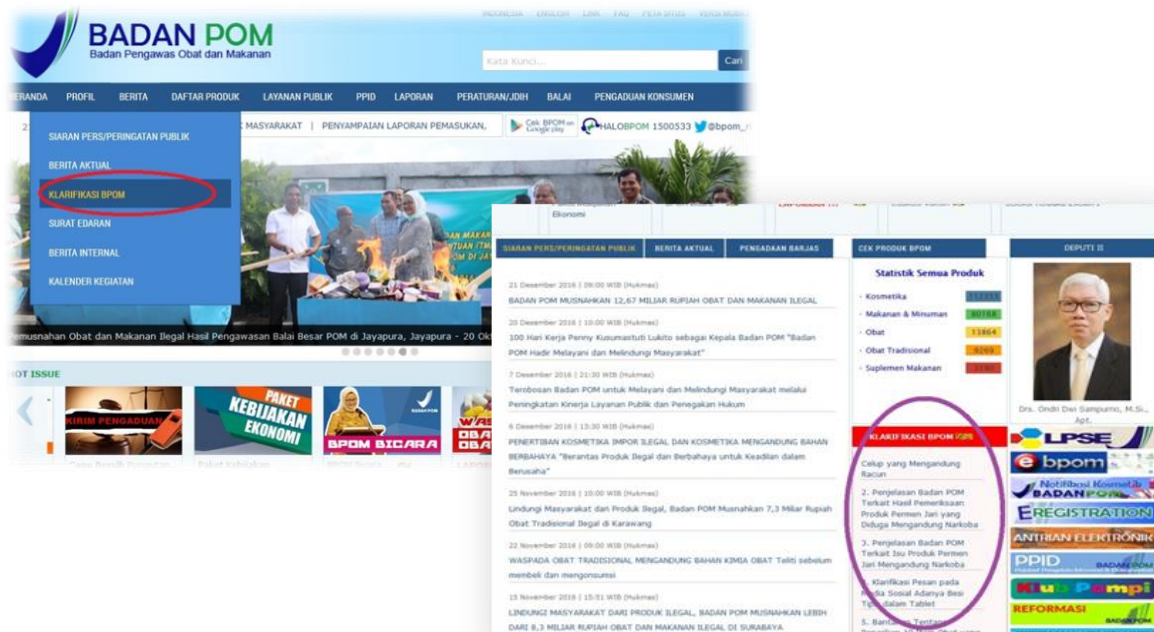
Dari 14.020 layanan tersebut, layanan pengaduan/permintaan informasi terbanyak berdasarkan jenis komoditi adalah mengenai Pangan/Makanan Minuman, yaitu sebanyak 5.132 layanan (36,60%), kemudian berturut-turut tentang Kosmetika sebanyak 2.956 layanan (21,08%); Informasi Umum sebanyak 1.686 layanan (12,02%); Obat sebanyak 1.566 layanan (11,17%). Obat Tradisional sebanyak 1.330 layanan (9,49%); dan hal lain yang disampaikan/ditanyakan oleh konsumen adalah seputar komoditi Suplemen Kesehatan, Bahan Berbahaya, Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga (PKRT), Narkotika, Psikotropika, dan Zat Adiktif (NAPZA), dan Alkes.

Komoditi pangan banyak ditanyakan seiring semakin banyaknya ragam pangan yang dapat dikonsumsi, sehingga semakin mendorong konsumen untuk menggunakan produk tersebut dan menanyakan legalitas dan keamanannya ke

ULPK BPOM. Adanya pemberitaan di berbagai media terutama di media sosial seperti:

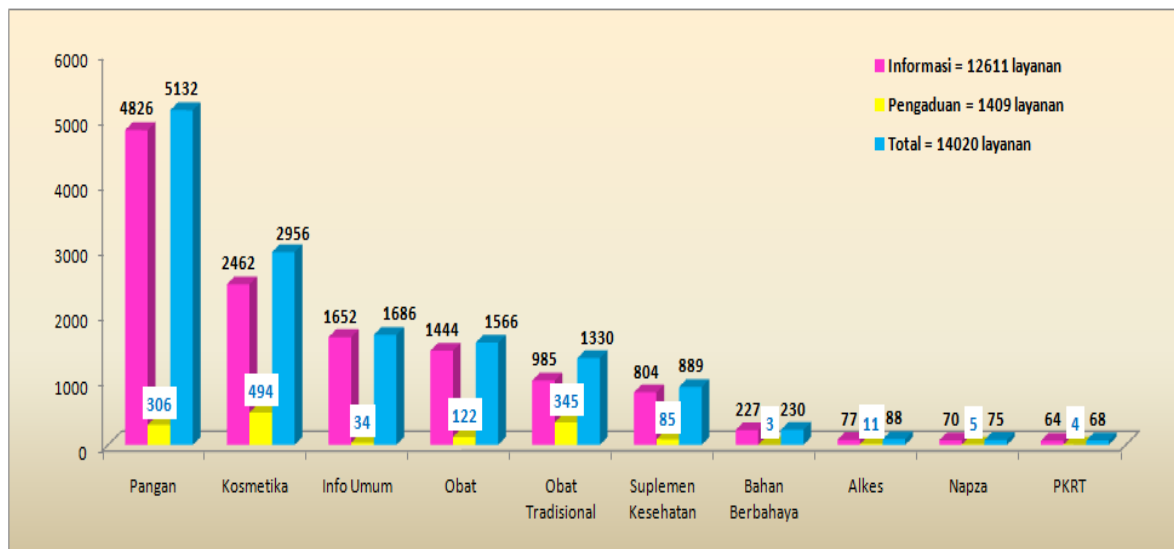
- i. isu makanan/minuman kaleng yang berasal dari China dengan sengaja dikontaminasi darah pekerja yang terinfeksi HIV/AIDS;
- ii. produk pangan ilegal dengan merek Bihun Kekinian (BIKINI) yang kemasannya mengandung unsur pornografi;
- iii. makanan Pendamping ASI (MP-ASI) ilegal dengan merek "Bebiluck";
- iv. isu coklat yang tercemar plastik,
- v. isu produk pangan *Crispy Crackers* yang mengandung lilin karena dapat menyala jika terbakar;
- vi. isu permen Jari yang diduga mengandung narkoba;
- vii. isu kode pangan E470 dan E471 yang disebutkan mengandung bahan yang berasal dari babi seperti Luwak *White Koffie*;

mendorong konsumen untuk lebih berhati-hati dengan terlebih dahulu mencari informasi ke ULPK BPOM mengenai kebenaran pemberitaan-pemberitaan tersebut. Terhadap pemberitaan tersebut, BPOM merespon cepat dengan mengeluarkan klarifikasi dan siaran pers yang dimuat di website BPOM, www.pom.go.id.



Tampilan Klarifikasi BPOM di website BPOM, www.pom.go.id

Selain itu, para pelaku usaha di bidang pangan juga banyak yang menanyakan informasi mengenai prosedur pendaftaran, status permohonan berkas pendaftaran, dan permohonan Surat Keterangan Impor (SKI) di samping pengaduan mengenai pelayanan publik yaitu proses pendaftaran produk/sertifikasi yang mengalami kendala. Berikut grafik yang menggambarkan Profil Layanan Pengaduan dan Informasi Konsumen ULPK BPOM (Pusat) dan *Contact Center* HALOBPOM1500533 berdasarkan jenis komoditi periode tahun 2016:



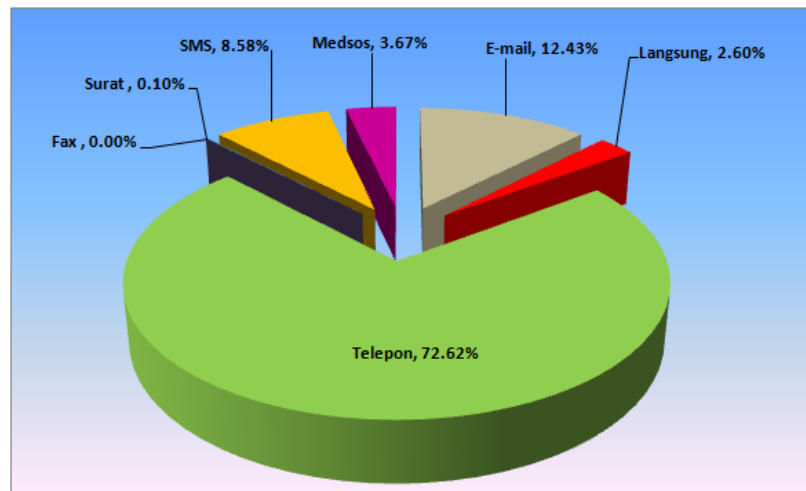
Gambar III.10 Profil Layanan Pengaduan dan Informasi Konsumen yang Ditindaklanjuti berdasarkan Jenis Komoditi Periode Tahun 2016

Berdasarkan sarana yang digunakan untuk menghubungi ULPK BPOM (Pusat dan *Contact Center* HaloBPOM), sarana komunikasi terbanyak melalui telepon sebanyak 10.181 (72,60%), kemudian menggunakan e-mail sebanyak 1.742 (12,42%), SMS (*Short Message Service*) sebanyak 1.203 (8,58%) dan media sosial (twitter) sebanyak 515 (3,67%). Sarana komunikasi lainnya yang digunakan oleh konsumen adalah datang langsung dan melalui surat.

Saat ini penggunaan internet sebagai media komunikasi semakin meluas dan semakin mempermudah komunikasi, yaitu melalui email dan media sosial sehingga media luar ruang ini semakin diminati oleh masyarakat. Biaya penggunaan internet yang lebih murah juga membuat masyarakat lebih memilih media ini untuk berkomunikasi dibandingkan dengan telepon. Dengan diluncurkannya *Contact Center* HALOBPOM1500533 sejak bulan Februari 2014,

konsumen yang semula menghubungi ULPK BPOM melalui nomor 021-4263333 mulai dialihkan untuk menelepon ke sarana tersebut. Penggunaan sarana telepon, SMS, email, dan media social lebih banyak digunakan karena kemudahan mengakses layanan baik dari jarak jauh maupun dekat. Selain itu, kedua sarana ini juga dapat menghemat waktu dan biaya dibandingkan dengan datang langsung ke kantor ULPK Pusat BPOM.

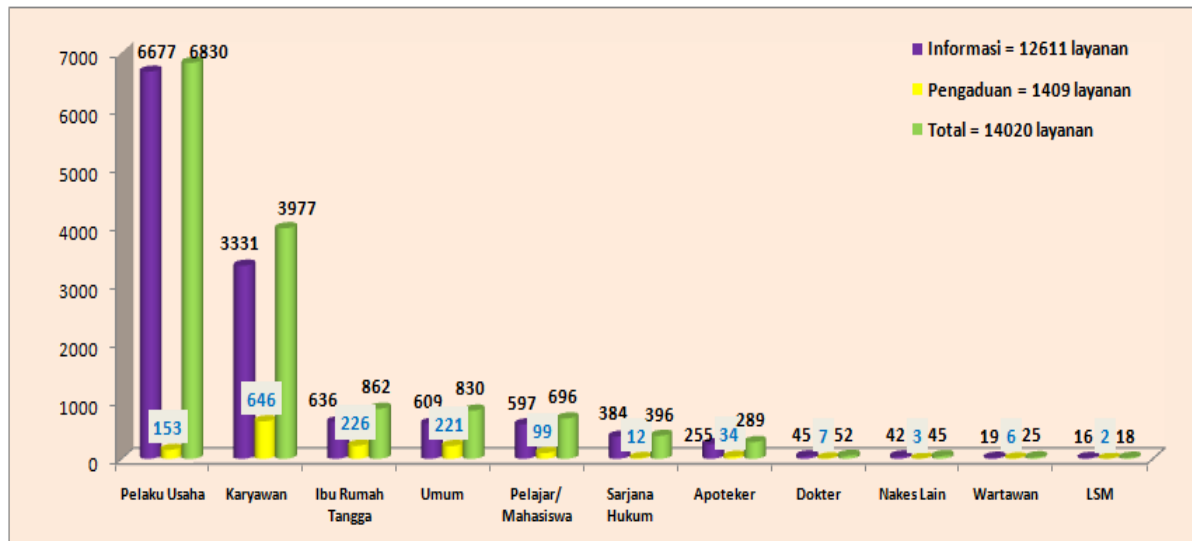
Berikut grafik layanan pengaduan dan informasi konsumen berdasarkan sarana yang digunakan untuk menghubungi ULPK:



Gambar III.11 Profil Layanan Pengaduan dan Informasi yang Ditindaklanjuti berdasarkan Jenis Sarana yang Digunakan Periode Tahun 2016

Ditinjau dari konsumen yang menghubungi ULPK BPOM (Pusat dan *Contact Center HALOBPOM*), sebagian besar konsumen berasal dari kalangan yang berprofesi sebagai pelaku usaha sebanyak 6.830 (48,72%), karyawan yaitu sebanyak 3.977 (28,37%), kemudian dari kalangan ibu rumah tangga sebanyak 862 (6,15%), masyarakat umum sebanyak 830 (5,92%), pelajar/mahasiswa sebanyak 696 (4,96%), dan sarjana hukum sebanyak 396 (2,82%). Konsumen lain yang menghubungi ULPK BPOM (Pusat) dan *Contact Center HaloBPOM* berasal dari kalangan apoteker, dokter, tenaga kesehatan lain, LSM, dan wartawan

Profil Pengaduan dan informasi konsumen BPOM Berdasarkan Jenis Profesi Konsumen Tahun 2016 dapat dilihat pada grafik berikut:



Gambar III.12 Profil Layanan Pengaduan dan Informasi yang berdasarkan Jenis Profesi Konsumen Periode Tahun 2016

Kenaikan jumlah layanan pengaduan dan informasi konsumen yang ditindaklanjuti yaitu 14.020 layanan dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain :

- i. Jumlah layanan pengaduan dan informasi sangat dipengaruhi oleh isu-isu tentang obat dan makanan yang berkembang di masyarakat. Meningkatnya peredaran obat dan makanan ilegal atau tidak memenuhi ketentuan termasuk yang dijual secara online; meningkatnya importasi obat dan makanan termasuk untuk keperluan pribadi; meningkatnya promosi obat dan makanan yang berlebihan/*overclaim*; dan berkembangnya kasus-kasus tentang obat dan makanan (seperti kasus vaksin palsu; obat keras, psikotropika, dan obat bius yang dijual online; peredaran obat tradisional, kosmetika, suplemen kesehatan, dan makanan ilegal; isu-isu makanan yang mengandung bahan berbahaya, dll) mendorong masyarakat untuk menghubungi BPOM dalam rangka menyampaikan pengaduan dan menanyakan informasi yang akurat mengenai keamanan, mutu dan khasiat produk tersebut;
- ii. Semakin meningkatnya kepedulian masyarakat akan peredaran dan penggunaan obat dan makanan yang aman, bermutu dan berkhasiat salah

satunya melalui program-program peningkatan peran serta masyarakat seperti Gerakan Nasional Peduli Obat dan Makanan Aman (GN POPA), Gerakan Nasional Waspada Obat dan Makanan Ilegal (GN WOMI), Aksi Nasional Pangan Jajanan Anak Sekolah (SN PJAS), dan Gerakan Keamanan Pangan Desa (GKPD). Dalam program-program tersebut disosialisasikan juga media bagi masyarakat untuk menyampaikan pengaduan dan permintaan informasi yaitu *Contact Center* [HALOBPOM1500533](tel:1500533).

Kepercayaan masyarakat terhadap pelayanan dan informasi yang disampaikan oleh ULPK BPOM masih cukup tinggi. Hal ini sesuai dengan hasil evaluasi kepuasan konsumen tahun 2016, diperoleh *Net Promoter Score* (NPS) yang positif, ini berarti pelanggan akan bersedia merekomendasikan ULPK BPOM RI kepada kerabat/rekan mereka untuk mencari informasi tentang obat dan makanan.

NPS menggambarkan sejauh mana pelanggan akan turut serta merekomendasikan ULPK BPOM kepada kerabat mereka untuk mendapatkan informasi seputar obat dan makanan atau sebagaimana penyebaran informasi tentang layanan pengaduan BPOM dapat menyebar luas dengan bantuan pelanggan. Hal ini juga dapat menggambarkan sebagaimana pelanggan percaya terhadap kinerja ULPK BPOM RI. NPS didapat dengan mengurangi % *promoter* dengan % *detractor*.

Dari 115 responden yang pernah menghubungi ULPK Pusat, diperoleh NPS +13%

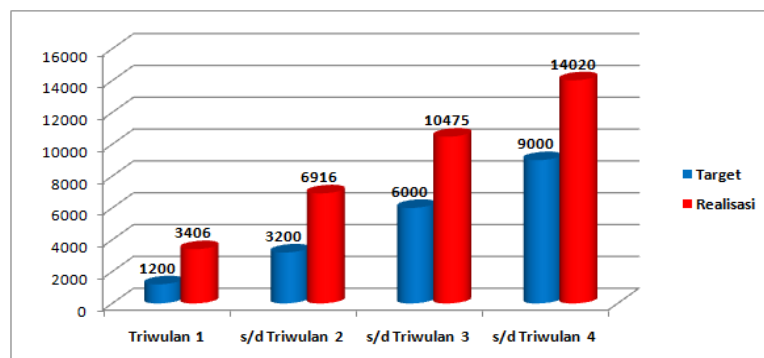
	Score	% Score
Promoter	32	27.8%
Passive	66	57.4%
Detractor	17	14.8%
NPS		+13%

Dan dari 151 responden yang pernah menghubungi *Contact Center* [HALOBPOM1500533](tel:1500533), diperoleh NPS 29%

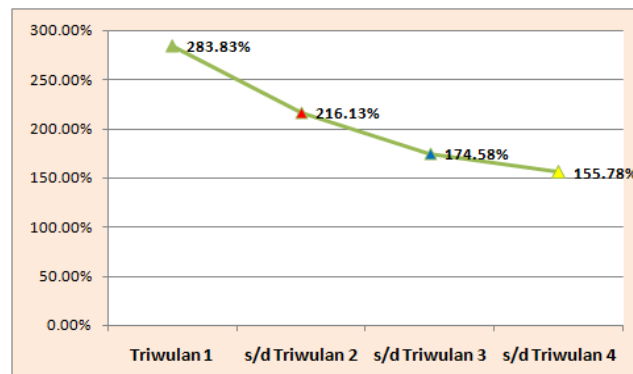
	Score	% Score
Promoter	59	39.1%
Passive	77	51.0%
Detractor	15	9.9%
NPS		29%

- iii. Jumlah layanan tersebut juga sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi informasi saat ini. Dengan mulai diluncurkannya Contact Center [HALOBPOM1500533](#) dan dibukanya akses melalui media sosial berupa twitter @bpom_ri, @[HALOBPOM1500533](#) dan facebook Bpom RI serta Halo BPOM, semakin mempermudah akses masyarakat untuk menyampaikan pengaduan dan menanyakan informasi tentang obat dan makanan;
- iv. Kegiatan sosialisasi/promosi ULPK dan *Contact Center* [HALOBPOM1500533](#) dalam rangka KIE pada tahun 2016 yang dilaksanakan di 11 lokasi di wilayah **Jakarta Pusat** (Area Car Free Day Jl. Sudirman – Thamrin Jakarta Pusat, SMAN 7, dan Yayasan Pendidikan Ksatria Cempaka Putih), **Jakarta Timur** (SDN CBS 07 dan UHAMKA), **Jakarta Selatan** (MTSN 23 dan Fakultas Farmasi Universitas Pancasila), **Jakarta Utara** (Kelurahan Sungai Bambu Tanjung Priuk). Dalam hal ini termasuk KIE bersama tokoh masyarakat, yaitu di **Tangerang Banten** bersama Bapak Drs.H. Irgan. Chairul Mahfiz M.Si, di **Garut, Jawa Barat** bersama Ibu Siti Mufattahah, Psi., dan di **Ciracas Jakarta Timur** bersama Bapak Ahmad Zainuddin, Lc. Kegiatan KIE ini dapat memperluas cakupan wilayah masyarakat yang menghubungi ULPK dan *Contact Center* [HALOBPOM1500533](#).

Jika diperinci capaian IKU per-triwulan, maka tren capaian IKU tahun 2016 selalu melebihi target, terutama di triwulan 1 dan s/d triwulan 2. Hal ini menunjukkan kinerja yang baik dalam mewujudkan pelayanan prima yang dilakukan oleh Biro Hukum dan Humas dan mendukung pencapaian IKU jumlah layanan pengaduan dan informasi yang ditindaklanjuti.



Gambar III.13 Profil Realisasi Per-Triwulan
IKU Jumlah Layanan Pengaduan dan Informasi yang Ditindaklanjuti Tahun 2016



**Gambar III.14 Profil Capaian Per-Triwulan
IKU Jumlah Layanan Pengaduan dan Informasi yang Ditindaklanjuti Tahun 2016**

Jika dibandingkan dengan tahun 2015 maka realisasi realisasi dan capaian tahun 2016 tidak dikatakan menurun karena seluruh pengaduan dan permintaan informasi yang masuk telah ditindaklanjuti oleh ULPK dan contact center. Selain itu realisasi tahun 2015 yang tinggi telah dimanfaatkan untuk perbaikan target tahun 2016.

Jika dibandingkan dengan target akhir Renstra 2015-2019 yaitu sebanyak 51.000 layanan, maka sampai tahun 2016 telah tercapai 55,48%. Diharapkan pada pelaksanaan Renstra di tahun berikutnya, jumlah layanan pengaduan dan informasi konsumen yang ditindaklanjuti dapat tercapai sesuai target, sehingga di akhir tahun pelaksanaan Renstra, target kinerja tersebut dapat tercapai dengan baik. Data dapat dilihat pada tabel di bawah.

Tabel III.10 Perbandingan Capaian IKU Jumlah Layanan Pengaduan dan Informasi yang Ditindaklanjuti Tahun 2016 vs Tahun 2015 dan Tahun 2019

Keterangan	Tahun 2015	Tahun 2016	Tahun 2019 *)
Target	9000	14000	51000 ^{K)}
Realisasi	14275	14020	28295 ^{K)}
Capaian	158.61%	100,14%	55,48% ^{K)}

K) = Kumulatif

Beberapa upaya yang dilakukan untuk mendukung pencapaian kinerja jumlah layanan pengaduan dan informasi konsumen yang ditindaklanjuti antara lain:

- i. **Peningkatan Kompetensi di Bidang Layanan Konsumen**, dilakukan secara berkesinambungan dengan tujuan meningkatkan keterampilan dan kemampuan petugas layanan pengaduan konsumen dan *Agent Contact Center* sehingga dapat memberikan pelayanan prima dalam menangani pengaduan dan permintaan informasi konsumen;
- ii. **Review dan Kustomisasi Data untuk Referensi Standar Jawaban Pengaduan Konsumen**, sebagai acuan standar jawaban dalam melayani pengaduan dan informasi konsumen dengan cepat melalui proses pencarian dari referensi yang *up to date*;
- iii. **Pelaksanaan operasional layanan pengaduan dan informasi konsumen ULPK dan *Contact Center***, yaitu pelaksanaan operasional layanan pengaduan dan informasi konsumen melalui berbagai sarana (telepon, pesan singkat/SMS, email, media sosial berupa twitter, fax, surat, dan datang langsung/*walk in*). Operasional layanan pengaduan konsumen juga didukung oleh Tim Operasional dan Koordinasi Pengaduan dan Informasi Konsumen dan *Contact Center* yang terdiri dari *contact person* dari unit kerja terkait di Kedeputan 1, 2, 3 BPOM.
- iv. **Pengembangan dan Pemeliharaan Aplikasi Sistem Pelaporan Layanan Pengaduan Konsumen (SIMPEL LPK)**. Pada tahun 2012 Bagian Pengaduan Konsumen telah membuat aplikasi Pelaporan Layanan Pengaduan Konsumen (SIMPEL LPK) untuk mendukung pelaporan data layanan pengaduan dan informasi yang dilaksanakan secara cepat, tepat, dan efisien. Hingga tahun 2016, terdapat pengembangan beberapa fitur dalam aplikasi SIMPEL LPK berdasarkan masukan dari beberapa Balai dan kebutuhan terkini dalam pelaporan. Dengan diluncurkannya *Contact Center* [HALOBPOM1500533](#) telah dilakukan juga integrasi aplikasi *Contact Center* dengan aplikasi SIMPEL LPK, sehingga akan semakin mendukung



peningkatan kualitas dan kecepatan pelaporan data layanan pengaduan dan informasi konsumen;

- v. **Promosi Layanan Pengaduan dan Informasi Konsumen Obat dan Makanan**, berupa pembuatan bahan promosi/produk informasi sebagai media promosi ULPK dan *Contact Center* [HALOBPOM1500533](tel:1500533) sehingga dapat lebih dikenal luas oleh masyarakat;

- vi. **Edukasi Konsumen Tentang Obat dan Makanan dalam rangka Pemberdayaan Masyarakat.**

Kegiatan ini sangat menunjang promosi keberadaan ULPK sebagai wadah bagi masyarakat dalam menyampaikan keluhan atau permintaan informasi tentang obat dan makanan.



Selama tahun 2016 telah dilaksanakan 13 kali di beberapa lokasi di wilayah **Jakarta Pusat** (Area *Car Free Day* Jl. Sudirman – Thamrin Jakarta Pusat sebanyak 3 kali dalam rangka HUT BPOM, Kampanye Waspada Obat Ilegal, dan Hari Kesehatan Nasional, SMAN 7, dan Yayasan Pendidikan Ksatria Cempaka Putih), **Jakarta Timur** (SDN CBS 07 dan UHAMKA), **Jakarta Selatan** (MTS N 23 dan Fakultas Farmasi Universitas Pancasila), **Jakarta Utara** (Kelurahan Sungai Bambu Tanjung Priuk). Dalam hal ini termasuk KIE bersama tokoh masyarakat, yaitu di **Tangerang Banten** bersama Bapak Drs.H. Irgan. Chairul Mahfiz M.Si, di **Garut Jawa Barat** bersama Ibu Siti

Mufattahah, Psi., dan di Ciracas Jakarta Timur bersama Bapak Ahmad Zainuddin, Lc.



Kegiatan KIE dengan target peserta komunitas ibu-ibu PKK dan majelis ta'lim, pelajar SMU, mahasiswa, dan masyarakat umum ini dapat memperluas cakupan wilayah masyarakat yang menghubungi ULPK dan *Contact Center* [HALOBPOM1500533](tel:1500533);

- vii. **Koordinasi dan Diseminasi Bidang Hukum dan Kehumasan Pusat dan Balai Besar/Balai POM** dilakukan dalam rangka peningkatan kompetensi petugas layanan pengaduan dan informasi konsumen di Pusat dan Daerah (Balai Besar/Balai POM seluruh Indonesia) serta untuk meningkatkan koordinasi antar petugas ULPK di seluruh Indonesia dengan peserta sebanyak 127 orang terdiri atas petugas ULPK Pusat dan Balai Besar/Balai POM di seluruh Indonesia, serta beberapa anggota Tim Koordinasi ULPK dari unit terkait.
- viii. **Koordinasi Kegiatan Pengaduan dan Informasi Konsumen di Daerah.** Selama periode Januari – Desember 2016 telah dilaksanakan kegiatan koordinasi kegiatan pengaduan konsumen ke 8 Balai Besar/Balai POM, yaitu

BBPOM di Mataram, BBPOM di Pontianak, BBPOM di Samarinda, BBPOM di



Makassar, BBPOM di Pekanbaru, BBPOM di Medan, BBPOM di Padang, dan Balai POM di Batam. Kegiatan ini dilakukan juga dalam rangka observasi lapangan untuk mengevaluasi implementasi Standar Pelayanan Minimum (SPM) ULPK seluruh Indonesia yang telah ditetapkan pada tahun 2016;



- ix. **Penyelenggaraan Analisis Data** dalam rangka mengevaluasi implementasi/penerapan SPM ULPK BPOM di seluruh Indonesia untuk menjamin mutu pelayanan kepada masyarakat yang sama diseluruh ULPK Pusat dan daerah;
- x. **Pembahasan Program Dan Evaluasi Kegiatan Layanan Pengaduan Konsumen.** Kegiatan ini diupayakan untuk dilaksanakan secara berkesinambungan sehingga kegiatan di Bagian Pengaduan Konsumen dapat lebih inovatif dan terlaksana sesuai target/output; dapat menyusun langkah-langkah yang sistematis dalam upaya untuk mengatasi berbagai permasalahan pelaksanaan layanan pengaduan konsumen serta peningkatan mutu layanan.

Dalam rangka meningkatkan pelayanan pengaduan dan informasi konsumen dan sesuai Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi, Nomor 16 tahun 2014 tentang Pedoman Survei Kepuasan Masyarakat Terhadap Penyelenggaraan Pelayanan Publik bahwa penyelenggara pelayanan publik wajib melakukan survei kepuasan masyarakat secara berkala minimal 1 (satu) kali setahun, maka pada tahun 2016 dilakukan **evaluasi kepuasan terhadap konsumen** yang telah mendapatkan pelayanan pengaduan dan informasi oleh ULPK dan *Contact Center* HALOBPOM1500533. Evaluasi dilakukan dengan metode kuantitatif (telesurvey dan pengisian kuesioner langsung) menggunakan data bulan September 2015 – Agustus 2016. Ruang lingkup Evaluasi kepuasan konsumen dilakukan terhadap konsumen ULPK BPOM Pusat dan *Contact Center* HALOBPOM 1500533 yang mengakses layanan pada periode September 2015 - Agustus 2016. Adapun pengukuran dilakukan terhadap 3 (tiga) dimensi yaitu :

- *Accessibilty* (kemudahan akses, sarana yang beragam)
- *Delivery* (kesopanan dan keramahan petugas, kejelasan/kepastian, kedisiplinan petugas, tanggung jawab petugas, kecepatan respon petugas, kompetensi petugas, penampilan petugas, keadilan pelayanan dan kondisi ruangan).
- *Information* (akurasi, kejelasan dan kecukupan informasi)

Hasil evaluasi menunjukkan, bahwa Indeks kepuasan konsumen ULPK Badan POM sebesar 4,63 (Skala Likert 1-6) atau 77,18 (Skala 0-100) yang menunjukkan bahwa konsumen telah merasa puas terhadap layanan ULPK. Adapun hasil penilaian evaluasi kepuasan konsumen ULPK Badan POM untuk setiap dimensi sebagai berikut:

Tabel III.10 Indeks Kepuasan Konsumen ULPK Pusat Per-Parameter Tahun 2016

VARIABEL KEPUASAN	INDEKS Skala 1-6	INDEKS Skala 0 -100
<u>Accessibility</u>		
1. Kemudahan akses	4,43	73,91
2. Sarana akses yang beragam	4,50	75,00
<i>Accessibility Index</i>	4,47	74,46
<u>Delivery</u>		
3. Kesopanan & Keramahan petugas	4,77	79,57
4. Kejelasan & kepastian petugas	4,66	77,68
5. Kedisiplinan petugas	4,58	76,40
6. Tanggung jawab petugas	4,68	77,97
7. Kecepatan petugas	4,59	76,52
8. Kompetensi petugas	4,57	76,11
9. Penampilan petugas	5,18	86,27
10. Keadilan dalam pelayanan	4,65	77,56
11. Kondisi ruangan	4,48	74,73
<i>Delivery Index</i>	4,69	78,09
<u>Information</u>		
12. Akurasi informasi	4,55	75,84
13. Kejelasan informasi	4,61	76,81
14. Kecukupan informasi	4,57	76,11
<i>Information Index</i>	4,58	76,25
Total Indeks Kepuasan Konsumen	4,63	77,18

Terdapat beberapa aspek penilaian yang dinilai rendah bila dibandingkan dengan aspek lainnya, yaitu kemudahan akses dengan indeks 4,43 (Skala Likert 1-6) atau 73,91 (Skala 0-100), kondisi ruangan dengan indeks 4,48 (Skala Likert 1-6) atau 74,73 (Skala 0-100) serta keragaman sarana akses dengan indeks 4,50 (Skala Likert 1-6) atau 75,00 (Skala 0-100). Aspek yang dinilai rendah tersebut merupakan aspek yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan diharapkan untuk ditingkatkan kualitasnya.

Sedangkan Indeks kepuasan konsumen *Contact Center HALOBPOM* 4,60 (Skala Likert 1-6) atau 76,60 (Skala 0-100) yang menunjukkan bahwa konsumen telah merasa puas terhadap layanan *Contact Center HALOBPOM*. Hasil penilaian

evaluasi kepuasan konsumen *Contact Center HALO BPOM 1500533* untuk setiap dimensi sebagai berikut:

Tabel III.11 Indeks Kepuasan Konsumen *Contact Center HALO BPOM* Per-Parameter Tahun 2016

VARIABEL KEPUASAN	INDEKS 6	INDEKS 100
<u>Accessibility</u>		
1. Kemudahan akses	4.46	74.39
2. Sarana akses yang beragam	4.57	76.26
<i>Accessibility Index</i>	4.52	75.31
<u>Delivery</u>		
3. Kesopanan & Keramahan petugas	4.95	82.56
4. Kejelasan & kepastian petugas	4.53	75.56
5. Kedisiplinan petugas	4.63	77.08
6. Tanggung jawab petugas	4.57	76.22
7. Kecepatan petugas	4.46	74.39
8. Kompetensi petugas	4.66	77.66
9. Keadilan dalam pelayanan	4.66	75.33
<i>Delivery Index</i>	4.62	77.06
<u>Information</u>		
11. Akurasi informasi	4.58	76.27
12. Kejelasan informasi	4.58	76.27
13. Kecukupan informasi	4.57	76.12
<i>Information Index</i>	4.57	76.22
Total Indeks Kepuasan Konsumen	4.60	76.60

Terdapat beberapa aspek penilaian yang dinilai rendah bila dibandingkan dengan aspek lainnya, yaitu kemudahan akses 4,46 (Skala Likert 1-6) atau 74,39 (Skala 0-100) dan kecepatan petugas 4,46 (Skala Likert 1-6) atau 74,39 (Skala 0-100). Aspek yang dinilai rendah tersebut merupakan aspek yang berpengaruh menurunkan indeks kepuasan konsumen, oleh karena itu diharapkan untuk dilakukan peningkatan kemudahan akses dan kecepatan petugas dalam memberikan pelayanan.

Dengan tercapainya target indikator maka disimpulkan sasaran ini berhasil dicapai

SP 3

Meningkatnya kualitas kapasitas kelembagaan BPOM

Untuk mendukung pencapaian sasaran strategis/program di atas, ditetapkan 1 (satu) sasaran kegiatan yang diukur dengan 1 (satu) indikator kinerja sebagai berikut:

SK 3

Terselenggaranya layanan pertimbangan hukum, penyuluhan hukum dan bantuan hukum

Indikator :

Indikator Jumlah Layanan Bantuan Hukum yang Diberikan

dengan prestasi kinerjanya sebagaimana uraian berikut:

Perkembangan arus informasi yang cepat terjadi melalui media massa maupun elektronik, tingkat pendidikan masyarakat yang semakin baik dan kepedulian masyarakat terhadap masalah-masalah tertentu membuat masyarakat semakin kritis terhadap kebijakan-kebijakan publik yang dikeluarkan oleh pemerintah. Pemerintah dituntut untuk membenahi birokrasi dan mewujudkan *good government governance*.

Berbagai macam tuntutan yang diajukan oleh masyarakat mengarah kepada perbaikan kondisi pemerintahan yang terbebas dari praktek-praktek korupsi, kolusi dan nepotisme (KKN) dan ketidakcermatan aparat dalam pelaksanaan tugas pokok dan fungsinya. Salah satu cara dalam melakukan koreksi terhadap kinerja pemerintah secara formal adalah melalui tuntutan hukum, baik somasi, gugatan perdata/niaga, gugatan tata usaha negara, praperadilan maupun laporan pidana.

Maraknya tuntutan hukum terhadap aparat pemerintah tentu saja harus diantisipasi dengan penguatan peran pada bagian legal/hukum di tiap instansi pemerintahan. Satuan kerja yang membidangi urusan hukum ini dituntut untuk meningkatkan peran dan kemampuannya dalam menangani kritik dan koreksi masyarakat melalui pemberian bantuan hukum berupa pelaksanaan pertimbangan hukum, pelaksanaan penanganan perkara hukum, pelaksanaan pendampingan hukum kepada saksi/ahli, dan pelaksanaan penyuluhan hukum.

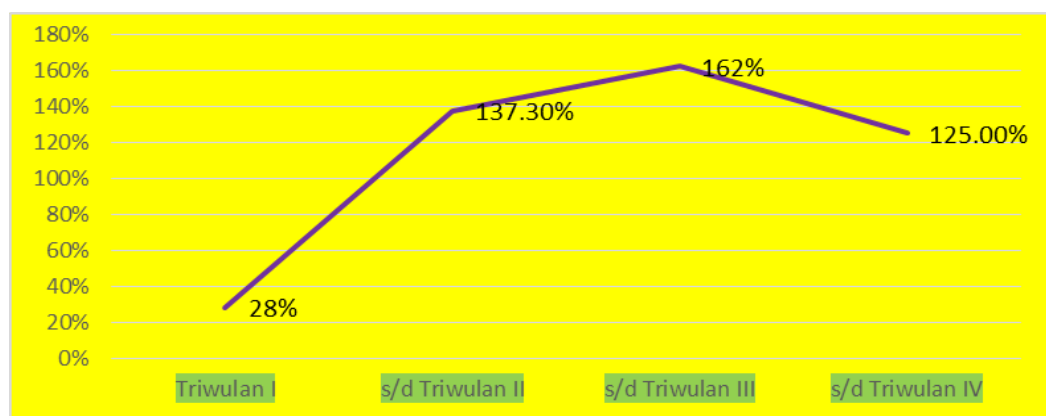
Berdasarkan hal tersebut di atas, Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat c.q. Bagian Bantuan Hukum yang merupakan unit kerja yang mendukung pelaksanaan tugas pokok BPOM dalam aspek legal, melaksanakan kegiatan yang mendukung upaya penguatan peran bagian legal/hukum pada unit-unit kerja dan unit pelaksana teknis di Lingkungan BPOM. Kegiatan dimaksud adalah Layanan Bantuan Hukum yang berdasarkan Pasal 51 dan Pasal 52 Keputusan Kepala BPOM Nomor 02001/SK/KBPOM Tahun 2001 tentang Organisasi dan Tata Kerja Badan Pengawas Obat dan Makanan, menjadi tugas pokok dan fungsi dari Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat terdiri dari:

- a. Pertimbangan Hukum;
- b. Layanan Bantuan Hukum;
- c. Penyuluhan Hukum.

Selama tahun 2016, target jumlah layanan bantuan hukum yang diberikan sebesar 220 layanan, terealisasi sebesar 275 layanan. Rincian capaian IKU per-triwulan adalah sebagai berikut.

Tabel III.11 Capaian IKU per-Triwulan Jumlah Layanan Bantuan Hukum yang Diberikan Tahun 2016

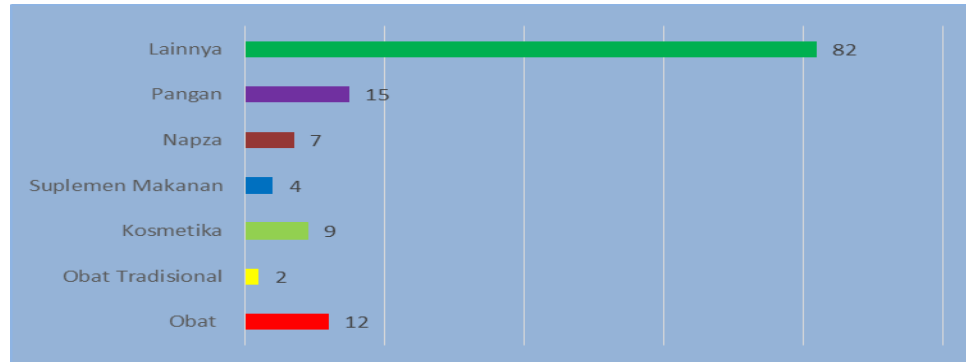
	Triwulan 1	s/d Triwulan 2	s/d Triwulan 3	s/d Triwulan 4
Target	20	50	90	220
Realisasi	42	206	243	275
Capaian	28%	173,3%	162%	125,00%



Gambar III.16 Profil Capaian per-Triwulan IKU Jumlah Layanan Bantuan Hukum yang Diberikan Tahun 2016

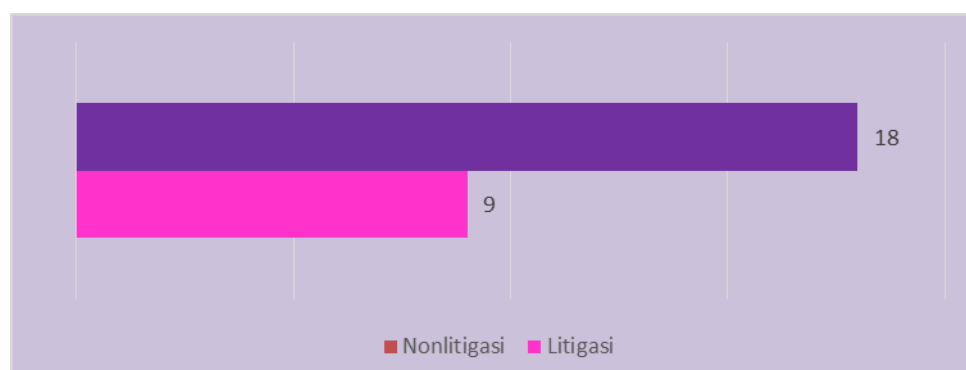
Kegiatan yang dilakukan antara lain adalah pertimbangan hukum yaitu pemberian pendapat hukum (*legal opinion*) terhadap permasalahan di bidang pengawasan obat dan

makanan serta permasalahan lain di lingkungan BPOM. Pertimbangan hukum yang telah diberikan selama tahun 2016 adalah sebesar 131 layanan, dengan rincian berdasarkan jenis komoditi adalah sebagai berikut : obat sebesar 12 layanan, obat tradisional sebesar 2 layanan, pangan sebesar 15 layanan, suplemen makanan sebesar 4 layanan, Napza sebesar 7 layanan, dan kosmetika sebesar 9 layanan. Pertimbangan hukum terbanyak yang diberikan adalah jenis lain-lain yang mencakup kepegawaian, merek, pengadaan barang/jasa dan Barang Milik Negara sebesar 82 layanan.



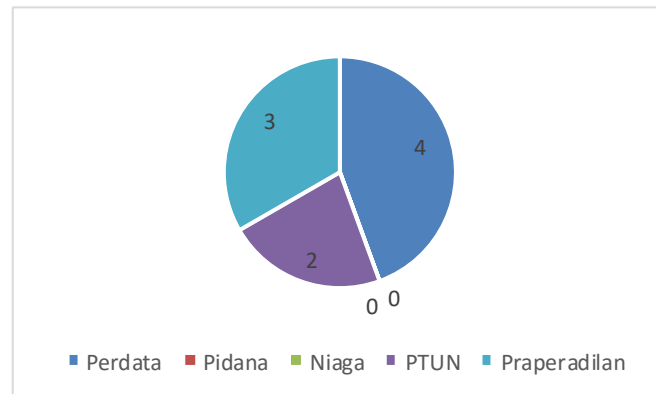
Gambar III.17 Profil Pertimbangan Hukum selama Tahun 2016 berdasarkan Jenis Komoditi

Layanan Bantuan Hukum yang diberikan berupa penanganan perkara hukum baik litigasi maupun non litigasi di bidang hukum perdata, tata usaha negara, niaga, praperadilan, dan pidana, serta fasilitator dan pemberian advokasi/pendampingan terhadap pemanggilan saksi atau permintaan bantuan ahli. Pada tahun 2016, jumlah layanan yang diberikan sebanyak 92 layanan yang terdiri dari penanganan perkara hukum sebanyak 27 layanan terdiri dari Penanganan Perkara Litigasi dan Non Litigasi dan permintaan bantuan keterangan saksi/ahli dan pendampingan saksi/ahli sebanyak 65 layanan.



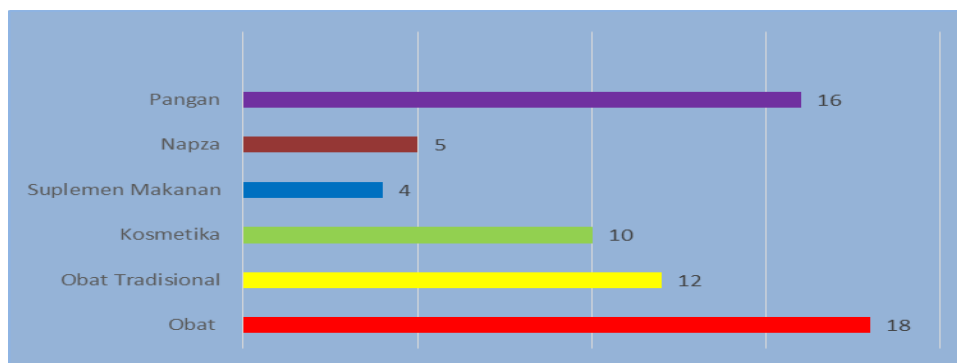
Gambar III.18 Profil Penanganan Perkara selama Tahun 2016 berdasarkan Jenis Perkara Litigasi dan Non Litigasi

Penanganan Perkara Hukum Litigasi pada tahun 2016 berjumlah 9 perkara yang terdiri dari perkara di bidang hukum perdata yaitu sebesar 4 layanan, perkara di bidang hukum pidana sebesar 0 layanan, penanganan perkara di bidang hukum niaga sebesar 0 layanan, penanganan perkara di bidang tata usaha negara sebesar 2 layanan, penanganan perkara di bidang praperadilan 3 layanan. Penanganan Perkara Hukum Non-Litigasi (penanganan perkara hukum di luar pengadilan) pada tahun 2016 berjumlah



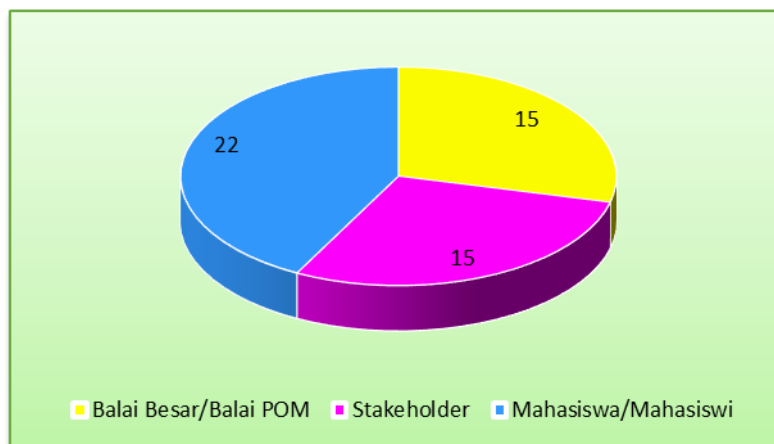
Gambar III. 19 Profil Penanganan Perkara selama Tahun 2016 berdasarkan Jenis Perkara

Koordinasi dalam rangka memfasilitasi pemanggilan saksi dan/atau permintaan bantuan keterangan ahli serta pendampingan saksi/ahli yang banyak dilakukan adalah di bidang Obat 18 layanan, Obat Tradisional sebesar 3 layanan, kemudian di bidang pangan sebesar 12 layanan, dan suplemen kesehatan 0 layanan, kosmetika sebesar 12 layanan, Napza 1 layanan, dan 2 layanan lainnya terkait saksi.



Gambar III.20 Profil Permintaan Keterangan dan Pendampingan Saksi/Ahli berdasarkan Komoditi Tahun 2016

Penyuluhan hukum adalah pemberian informasi mengenai peraturan perundang-undangan di bidang pengawasan obat dan makanan serta peraturan lain yang terkait kepada unit teknis dan unit pelaksana teknis. Selama tahun 2016, penyuluhan hukum yang dilakukan sebanyak 52 layanan. Sasaran penyuluhan hukum dilakukan terhadap Balai Besar/Balai POM, *stakeholder* (Pengacara dan LSM), Perguruan Tinggi/Mahasiswa, panitia pengadaan barang/jasa dan unit teknis di pusat. Data penyuluhan hukum yang dilakukan terhadap sasaran-sasaran pada tahun 2016 dijelaskan sebagai berikut: penyuluhan hukum terhadap Balai Besar/Balai POM sebesar 15 Layanan, *stakeholder* (Pengacara dan LSM) sebesar 22 Layanan penyuluhan hukum terhadap Perguruan Tinggi/Mahasiswa sebesar 15 Layanan.



Gambar III.21 Profil Sasaran Kegiatan Penyuluhan Hukum Tahun 2016

Berikut adalah data profil target realisasi serta capaian jumlah layanan bantuan hukum yang diberikan selama periode 2015-2016 :

Tabel III.12 Perbandingan Target, Realisasi dan Capaian IKU Jumlah Layanan Bantuan Hukum yang Diberikan pada Periode 2015-2016

TAHUN	2015	2016
TARGET	150	220
REALISASI	380	275
CAPAIAN	253,33%	125%

Berdasarkan Tabel III.12 tersebut di atas, terlihat bahwa capaian kinerja IKU Jumlah Layanan Bantuan Hukum yang Diberikan pada tahun 2015 capaianya jauh melebihi target yang telah ditetapkan, sehingga pada periode awal Renstra 2015 telah dilakukan *review* dengan

menaikkan target kinerja. Namun pada tahun kedua periode Renstra 2015-2019, capaian kinerja tahun 2016 juga melebihi target. Hal ini terjadi karena hal-hal sebagai berikut :

- a. Semakin meningkatnya permintaan pertimbangan hukum guna mendapatkan masukan maupun solusi dari suatu permasalahan hukum di bidang pengawasan obat dan makanan, Pengadaan Barang dan Jasa, kepegawaian, Barang Milik Negara (BMN), dan kasus hukum lainnya di lingkungan BPOM yang sesuai dengan dasar-dasar hukum yang berlaku;
- b. Kecenderungan meningkatnya permintaan bantuan ahli BPOM bidang obat dan makanan yang ditangani penyidik POLRI;
- c. Banyaknya perkara kasus hukum di bidang obat dan makanan yang masuk ke dalam ranah *projustitai*;
- d. Semakin meningkatnya kesadaran pegawai BPOM untuk mendapatkan layanan bantuan hukum agar dalam pelaksanaan kebijakan dan tugasnya berdasarkan peraturan perundang-undangan;
- e. Optimalisasi identifikasi masalah yang membutuhkan layanan bantuan hukum.

Realisasi kinerja sampai dengan tahun ini dibandingkan dengan target pada RPJMN 2015-2019 atau akhir periode Renstra 2015-2019, capaiannya sebesar 83,44%. Diharapkan pencapaian target kinerja pada pelaksanaan Renstra tahun berikutnya sampai akhir periode RPJMN 2015-2019 dapat dilakukan dengan baik.

Tabel III.13 Perbandingan Capaian IKU Jumlah Layanan Bantuan Hukum yang Diberikan Tahun 2016 dengan Target RPJMN 2015-2019

Target RPJMN 2015-2019	Realisasi Tahun 2015	Realisasi Tahun 2016	Realisasi s/d Tahun 2016*)	Capaian s/d 2016**)
785	380	275	655	83,44%

*) = Kumulatif realisasi Tahun 2015 ditambah realisasi Tahun 2016

**) = Persentase realisasi s/d Tahun 2016 terhadap Target RPJMN 2015-2019

Dengan tercapainya target indikator maka disimpulkan sasaran ini berhasil dicapai

B. REALISASI ANGGARAN

Sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2003 Tentang Keuangan Negara dan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2011 Tentang Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara Tahun Anggaran 2012, Menteri/Pimpinan Lembaga sebagai Pengguna Anggaran/Barang mempunyai tugas antara lain menyusun dan menyampaikan Laporan Keuangan Kementerian Negara/Lembaga yang dipimpinnya termasuk Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat yang merupakan salah satu unit pendukung BPOM. Pada tahun 2016, Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat memperoleh anggaran bersumber dari DIPABPOM Nomor : 063.01.1.432731/2015 Tanggal 7 Desember 2015 yang semula Rp14.850.000.000,-. Namun pada akhir tahun 2016 telah dilakukan *safeblocking* menjadi sebesar Rp13.517.641.000,-. Realisasi anggaran selama tahun 2016 mencapai Rp13.065.016.336,- atau sebesar 96,65% dari total pagu yang tersedia setelah *safeblocking*, dengan komposisi sebagai berikut:

**Tabel III.12 Pagu dan Realisasi Anggaran Berdasarkan Sasaran Kegiatan
Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat Tahun 2016**

No	Sasaran Kegiatan	PAGU (Rp)		Realisasi (Rp)	Prosentase Capaian (Setelah Blokir)
		Sebelum Blokir	Setelah blokir		
1	Tersusunnya rancangan peraturan perundang-undangan terkait pengawasan obat dan makanan	3.925.370.000	3.651.361.000	3.439.716.252	93.65%
2	Meningkatnya kualitas layanan komunikasi, informasi, dan edukasi obat dan makanan	8.719.290.000	7.999.475.000	7.922.600.099	99.31%
3	Terselenggaranya layanan pertimbangan hukum, penyuluhan hukum, dan bantuan hukum	2.025.485.000	1.866.825.000	1.813.004.646	97.12%
4	Sarana Pendukung Kinerja Biro Hukum	179.855.000	0	0	0
TOTAL		14.850.000.000	13.517.641.000	13.175.320.997	97,47%

Tabel III.13 Realisasi Anggaran Kegiatan Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat Tahun 2016

No	Indikator	PAGU		Realisasi	Prosentase Capaian (Setelah Blokir)
		Tanpa Blokir	Dengan blokir		
1	Jumlah Informasi obat dan makanan yang dipublikasikan	6.755.770.000	6.306.885.000	6.253.432.200	99,15 %
2	Jumlah Layanan bantuan hukum yang diberikan	2.025.485.000	1.866.825.000	1.813.004.646	97,12%
3	Jumlah Rancangan peraturan perundang-undangan yang dibuat	3.925.370.000	3.651.361.000	3.439.716.252	93,65%
4	Jumlah Layanan pengaduan dan informasi yang ditindaklanjuti	1.963.520.000	1.692.590.000	1.669.167.899	98,23%
5	Sarana Pendukung Kinerja Biro Hukum	179.855.000	0	0	0
TOTAL		14.850.000.000	13.517.641.000	13.175.320.997	97,47%

Realisasi anggaran Biro Hukum dan Humas pada tahun 2016 tidak mencapai 100%. Hal ini dikarenakan harga penawaran pengadaan barang dan jasa lebih rendah dari HPS yang telah ditetapkan, jumlah peserta yang hadir dalam kegiatan konsinyering lebih sedikit dari rencana.

Beberapa penghematan yang dilakukan Biro Hukum dan Humas pada tahun 2016 antara lain:

1. Sosialisasi ke Media dengan capaian anggaran sebesar 56,43%. Penghematan dilakukan karena kegiatan kunjungan ke media oleh Kepala BPOM dan Pimpinan BPOM lainnya dilakukan hanya 1 (satu) kali. Hal ini karena sulitnya sinkronisasi waktu antara pimpinan BPOM dengan pimpinan media, sehingga tidak dapat dipertanggungjawabkan. Capaian kinerja sebesar 62,5%.
2. Pembahasan dan evaluasi program kegiatan layanan pengaduan dan informasi konsumen dengan capaian anggaran sebesar 78,30 %. Penghematan dilakukan pada biaya *Fullday Meeting* di luar kantor sesuai dengan Surat Edaran Kementrian PANRB. Capaian kinerja sebesar 100%.

3. Koordinasi Internal dan Eksternal Bidang Hukum dan Humas dengan capaian anggaran sebesar 78,54%. Penghematan dilakukan pada belanja bahan. Capaian kinerja sebesar 80,58%.
4. Penyusunan dan Pembahasan Program dan Kegiatan Biro Hukum dan Humas dengan capaian anggaran sebesar 52,51%, dimana Penghematan dilakukan pada belanja bahan. Capaian kinerja 52,04%.
5. Implementasi ISO 9001:2008 Biro Hukum dan HUmas capaian anggaran sebesar 49,58%, dimana Penghematan dilakukan pada honor output kegiatan. Capaian kinerja 83,46%.
6. Pelatihan Legal Drafting/ Pengadaan Barang dan Jasa capaian anggaran sebesar 74,74%, dimana Penghematan dilakukan pada paket kegiatan. Capaian kinerja 57,76%.
7. Koordinasi Lintas Sektor (Eksternal dan Internal) capaian anggaran sebesar 77,08%, dimana Penghematan dilakukan pada belanja bahan dan transport kegiatan. Capaian kinerja 67,60%.

Adanya efisiensi/penghematan anggaran tersebut di atas tidak mengurangi capaian kinerja Biro Hukum dan Humas pada tahun 2016.

Jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya, realisasi anggaran Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat dapat digambarkan sebagai berikut:

Tabel III.13. Profil Realisasi Anggaran Kegiatan Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat Periode 2015-2016

Keterangan	Tahun 2015	Tahun 2016
Anggaran	Rp18,444,089,000	Rp14.850.000.000
Blokir Anggaran	0	Rp13.517.641.000
Realisasi	Rp17,827,934,254	Rp13.175.320.997
Capaian	96.66%	97,47%

Pada tahun 2016 terlihat realisasi anggaran Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat tidak jauh berbeda dari tahun sebelumnya dikarenakan hal-hal sebagai berikut :

- a. Kegiatan dilaksanakan sesuai dengan perencanaan;
- b. Pencairan Anggaran dilaksanakan tepat waktu sesuai dengan *Plant Of Action* yang dibuat pada awal tahun anggaran; dan
- c. Optimalisasi pengadaan dalam rangka penyebaran informasi.

EFISIENSI KEGIATAN

Fokus pengukuran efisiensi adalah indikator *input* dan *output* dari satu kegiatan, diukur dari kemampuan suatu kegiatan menggunakan *input* yang lebih sedikit dalam menghasilkan *output* yang sama/lebih besar, atau presentase capaian *output* sama/lebih tinggi dari pada presentase capaian *input*. Efisiensi suatu kegiatan diukur dengan membandingkan indeks efisiensi (IE) terhadap standar efisiensi (SE).

Indeks efisiensi diperoleh dengan membagi persen capaian *output* terhadap persen capaian *input*, sesuai rumus berikut:

$$IE = \frac{\% \text{ Capaian Output}}{\% \text{ Capaian Input}}$$

Sedangkan standar efisiensi (SE) merupakan angka pembanding yang akan dijadikan standar dalam menilai efisiensi. Dalam hal ini, SE yang digunakan adalah indeks efisiensi sesuai rencana capaian, yaitu 1 (satu), yang diperoleh dengan menggunakan rumus:

$$\begin{aligned} SE &= \frac{\% \text{ Rencana Capaian Output}}{\% \text{ Rencana Capaian Input}} \\ &= \frac{100\%}{100\%} \\ &= 1 \end{aligned}$$

Selanjutnya, efisiensi suatu kegiatan ditentukan dengan membandingkan IE terhadap SE, mengikuti formula logika berikut:

Jika $IE \geq SE$, maka kegiatan dianggap efisien
Jika $IE < SE$, maka kegiatan dianggap tidak efisien

Kemudian, terhadap kegiatan yang efisien atau tidak efisien tersebut diukur tingkat efisiensi (TE), yang menggambarkan seberapa besar efisiensi/ketidakefisienan yang terjadi pada masing-masing kegiatan, dengan menggunakan rumus berikut:

$$TE = \frac{IE - SE}{SE}$$

Secara keseluruhan kegiatan yang dilaksanakan oleh Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat selama tahun 2016 efisien karena $IE \geq SE$ dengan Tingkat Efisiensi (TE) sebesar 0,18. Hanya 1 kegiatan yang tidak efisien yaitu Sosialisasi Peraturan Perundang-Undangan dengan TE -0,40. Kegiatan ini merupakan kegiatan penyebarluasan Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan yang diterbitkan pada tahun 2016, melalui penyampaian/pengiriman Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan kepada seluruh unit teknis baik di pusat maupun Unit Pelaksana Teknis (Balai Besar/Balai Pengawas Obat dan Makanan). Semula kegiatan ini akan direncanakan 5 (lima) kali. Namun dikarenakan pada tahun 2016, Peraturan Kepala BPOM banyak diterbitkan pada triwulan 3 dan triwulan 4, sehingga penyebarluasan dilakukan secara bersamaan (digabungkan pelaksanaannya).

Secara lengkap pengukuran efisiensi kegiatan dapat dilihat dalam Lampiran 7 buku ini.

PERMASALAHAN DAN USULAN PENYELESAIAN

Dalam melaksanakan kegiatan untuk mendukung pencapaian sasaran strategis BPOM dan indikator kinerja yang telah ditetapkan Biro Hukmas, beberapa permasalahan yang dialami, antara lain:

1. Beberapa kegiatan di Bagian Hubungan Masyarakat bersifat dinamis, utamanya terkait isu aktual Obat dan Makanan yang berkembang di masyarakat, sehingga membutuhkan respon cepat seperti penerbitan siaran pers/ klarifikasi atau penjelasan berita, penyelenggaraan konferensi pers, pelayanan permohonan wawancara/*talkshow*, dll. Banyaknya kegiatan yang bersifat dinamis tersebut menjadi salah satu penyebab beberapa *timeline* kegiatan lain tertunda, seperti penerbitan buletin dan kaleidoskop. Untuk itu, ke depan perlu perkuatan strategi manajemen isu sebagai langkah antisipasi terhadap isu aktual terkait Obat dan Makanan di masyarakat.
2. Secara struktur organisasi, Biro Hukmas tidak memiliki seksi/subbagian tata operasional atau tata usaha. Tidak adanya personel yang secara khusus mengelola tata operasional/tata usaha di lingkungan Biro Hukum dan Humas, termasuk penatausahaan pencairan anggaran dan kepegawaian, hal tersebut menyebabkan bertambahnya beban kerja di tiap Bagian. Dengan demikian, personel Biro Hukum dan Humas belum dapat secara maksimal melakukan pekerjaan teknis sesuai dengan tugas

utamanya dikarenakan harus terbebani dengan pengelolaan penatausahaan di lingkungan Biro Hukum dan Humas.

3. Ruang kerja Bagian Humas, Pengaduan Konsumen dan Peraturan Perundang-undangan yang sangat sempit menyebabkan kekurangnyamanan dalam bekerja, sehingga *output* menjadi kurang optimal. Fasilitas ruang wartawan juga belum bisa dimanfaatkan secara optimal karena masih digunakan untuk aktivitas kegiatan lain. Ruang wartawan perlu dipersiapkan secara khusus untuk mengakomodir keperluan media saat berada di BPOM dan memerlukan ruang untuk mengolah berita setelah meliput kegiatan BPOM. Selain untuk memberikan pelayanan yang baik kepada media massasebagai salah satu konsumen BPOM, dengan mengadakan ruang wartawan khusus ini akan menunjukkan penghargaan dan apresiasi BPOM sangat besar terhadap media massa sebagai mitra kerja dalam penyebaran informasi mengenai Obat dan Makanan kepada masyarakat.
4. Sarana alat pengolah data masih belum memadai di Bagian Pengaduan Konsumen, antara lain spesifikasi beberapa PC (Komputer) sudah tidak sesuai dengan kebutuhan sehingga perlu diganti sesuai dengan *operating system* terbaru.
5. Keterbatasan jumlah SDM menyebabkan personel Biro Hukum dan Humas harus melebihi jam kerja dan kinerja menjadi kurang optimal. Terkait hal tersebut, dengan analisis beban kerja yang dilakukan, maka Biro Hukum dan Humas berharap bisa mendapatkan tambahan SDM sesuai dengan kompetensinya, agar capaian kinerja dapat lebih optimal. Latar belakang pendidikan tidak hanya apoteker, tetapi Biro Hukum dan Humas juga membutuhkan sarjana hukum, akuntansi, manajemendankomputer.Selain itu, untuk mengatasi hal tersebut, telah direkrut tenaga pramubakti sesuai dengan alokasi anggaran yang tersedia.
6. Dalam proses penyusunan peraturan perundang-undangan yang diselenggarakan internal BPOM (Biro Hukum dan Humas dan unit teknis) belum melakukan koordinasi optimal.
7. Masih perlunya intensifikasi koordinasi dengan unit teknis terkait tindak lanjut rujukan atas pengaduan dan permintaan informasi ke ULPK. Hal ini karena masih kurangnya komitmen unit kerja untuk memenuhi *timeline respon* rujukan yang telah

disepakati. Belum semua unit teknis memiliki Instruksi Kerja (IK) penanganan rujukan atas pengaduan dan permintaan informasi dari ULPK yang sejalan dengan IK penanganan rujukan di ULPK.

8. Penegakan hukum di bidang obat dan makanan masih belum menimbulkan efek jera. Dalam upaya penegakan hukum terkait tindak pidana obat dan makanan, BPOM tidak dapat berperan sebagai *single player* akan tetapi perlu dukungan dan jaringan kerja sama yang baik dengan semua pemangku kepentingan termasuk para penegak hukum dalam rangkaian sistem peradilan pidana terpadu (*Integrated Criminal Justice System*). Selama ini penegakan hukum yang dijatuhkan kepada para pelanggar tindak pidana bidang obat dan makanan tidak efektif. Putusan hukum yang dijatuhkan tidak efektif dan tidak ada efek jera dan tidak sebanding dengan insentif ekonomi serta keuntungan finansial yang didapatkan oleh para pelanggar hukum. Hal ini mengakibatkan pelanggaran berulang .
9. Tindak lanjut penunjukkan ahli yang terlalu lama dari unit teknis terkait permintaan bantuan ahli dan sinkronisasi waktu yang belum optimal antara Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat dengan unit teknis sehingga pelaksanaan pendampingan pemberian keterangan saksi/ahli memakan waktu yang lama.



Bab IV Penutup

A. KESIMPULAN

Penyusunan Laporan Kinerja (LAPKIN) ini merupakan bentuk penjabaran prinsip-prinsip transparansi dan akuntabilitas serta pertanggungjawaban kinerja Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat kepada para pemangku kepentingan, disamping sebagai sarana evaluasi atas pencapaian kinerja dan upaya untuk memperbaiki kinerja di masa mendatang.

Secara garis besar, pencapaian kinerja Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat pada tahun 2016 adalah sebagai berikut:

1. Sasaran strategis/ program meningkatnya kuantitas dan kualitas produk hukum dalam rangka memperkuat pengawasan obat dan makanan berhasil dicapai. Nilai Pencapaian Sasaran ini sebesar 108,00% dengan kategori memuaskan;
2. Sasaran strategis/ program meningkatnya partisipasi masyarakat dan efektivitas kerja sama berhasil dicapai. Pencapaian Sasaran ini sebesar 95,53% dengan kategori memuaskan;

Pencapaian sasaran kegiatan Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat yang diukur melalui 4 (empat) indikator kinerja utama dalam 3 sasaran kegiatan dengan hasil sebagai berikut:

1. Sasaran kegiatan tersusunnya rancangan peraturan perundang-undangan terkait pengawasan obat dan makanan, diukur dengan indikator kinerja Jumlah rancangan peraturan perundang-undangan yang disusun, berhasil dicapai. Nilai Pencapaian Sasaran ini sebesar 112,00% dengan kategori memuaskan ;
2. Sasaran kegiatan meningkatnya kualitas layanan komunikasi, informasi, dan edukasi obat dan makanan yang diukur dengan indikator kinerja jumlah informasi Obat dan Makanan yang dipublikasikan dan jumlah layanan pengaduan dan informasi konsumen yang ditindaklanjuti, berhasil dicapai. Nilai pencapaian sasaran ini sebesar 100,14% dengan kategori memuaskan;
3. Sasaran kegiatan terselenggaranya layanan pertimbangan hukum, penyuluhan hukum dan bantuan hukum diukur dengan indikator kinerja Jumlah Layanan

Bantuan Hukum yang diberikan, berhasil dicapai. Nilai Pencapaian Sasaran ini sebesar 125,00% dengan kategori memuaskan.

Secara keseluruhan kegiatan yang dilaksanakan oleh Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat selama tahun 2016 efisien dengan Tingkat Efisiensi (TE) sebesar 0,18

B. SARAN

Tahun 2016 merupakan tahun kedua pelaksanaan Renstra BPOM 2015-2019. Terkait rencana strategi 2015-2019 Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat terus melakukan upaya perbaikan secara berkesinambungan guna meningkatkan kinerja pada masa mendatang. Beberapa rencana tindak lanjut yang akan dilakukan Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat, antara lain:

1. Dalam perencanaan kinerja pada RPJMN 2015 – 2019 yang dituangkan dalam dokumen Renstra 2015-2019, target pencapaian perlu lebih dipertajam dengan analisis dan data dukung yang memadai, sehingga capaiannya dapat lebih optimal sesuai dengan perencanaan. Untuk tahun anggaran selanjutnya, Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat sudah melakukan review terhadap target indikator kinerja dan sudah ditetapkan dalam perjanjian kinerja tahun 2017;
2. Pemantapan strategi kehumasan untuk mewujudkan misi BPOM memberdayakan masyarakat agar mampu melindungi diri dari Obat dan Makanan yang berisiko terhadap kesehatan sekaligus meningkatkan citra BPOM di masyarakat;
3. Perlu melakukan evaluasi efektifitas penerapan peraturan perundang-undangan dalam mendukung pengawasan obat dan makanan;
4. Peningkatan sarana dan prasarana serta infrastruktur pendukung untuk menunjang kinerja;
5. Peningkatan kapasitas dan kompetensi SDM melalui pelatihan diklat fungsional/teknis;
6. Peningkatan koordinasi dalam pelaksanaan kegiatan penyusunan rancangan peraturan perundang-undangan, bantuan hukum, layanan pengaduan konsumen dan hubungan masyarakat.