

BAB II

STUDI PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Definisi Kosmetika

Istilah kosmetika, yang dalam bahasa Inggris “*cosmetics*” berasal dari kata “*kosmein*” (Yunani) yang artinya “berhias”. Bahan yang digunakan dalam usaha untuk mempercantik diri ini, dahulu diramu dari bahan-bahan alami yang terdapat pada lingkungan sekitar. Namun sekarang kosmetika dibuat manusia tidak hanya dari bahan alami tetapi juga bahan buatan dengan maksud untuk meningkatkan kecantikan (Wasitaatmadja, 1997).

Definisi kosmetika menurut Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 1175/MENKES/PER/VIII/2010, tentang Izin Produksi Kosmetika, kosmetika adalah bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir dan organ genital bagian luar) atau gigi dan membran mukosa mulut terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan dan atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik (Permenkes, 2010).

Jaman dahulu kosmetika mempunyai tujuan, melindungi tubuh dari alam (seperti panas, dingin, dan iritasi) dan mempunyai tujuan religius untuk mengusir makhluk halus dari bau kayu tertentu. Dalam perkembangannya pada era modern kini mempunyai tujuan utama untuk kebersihan pribadi, meningkatkan daya tarik melalui make up, meningkatkan rasa percaya diri, melindungi kulit dan rambut dari kerusakan sinar UV, polusi dan faktor lingkungan yang lain, mencegah penuaan dini dan secara umum membantu seseorang untuk lebih menghargai hidup (Tranggono, 2007).

2.1.1.1 Penggolongan Kosmetika

A. Menurut Peraturan Menteri Kesehatan RI, kosmetik dibagi menjadi 13 preparat yaitu :

1. Preparat yang digunakan untuk bayi, misalnya bedak bayi, minyak bayi, parfum bayi dan lain-lain.

2. Preparat yang digunakan untuk mandi, misalnya sabun mandi, *bath capsule* dan lain-lain.
 3. Preparat untuk mata, misalnya maskara, *eye-shayow*, pensil alis dan lain-lain.
 4. Preparat wangi-wangian, misalnya parfum, *toilet water* dan lain-lain.
 5. Preparat untuk rambut, misalnya *hair spray*, cat rambut dan lain-lain.
 6. Preparat pewarna rambut, misalnya cat rambut dan lain-lain.
 7. Preparat make up (kecuali mata), misalnya bedak, lipstik, blush on dan lain-lain.
 8. Preparat untuk menjaga kebersihan mulut, misalnya pasta gigi, mouth washes dan lain-lain.
 9. Prepaat pewarnaan kulit, misalnya pembersih, pelembab, dan lain-lain.
 10. Preparat untuk kuku, misalnya cat kuku, lotion kuku dan lain-lain.
 11. Preparat perawatan kulit, misalnya pembersih, pelembab, pelindung, cream dan lain-lain.
 12. Preparat cukur, misalnya sabun cukur dan lain-lain.
 13. Preparat untuk suntan dan suncreen, misalnya suncreen foundation, dan lain-lain.
- B. Penggolongan kosmetika menurut kegunaannya bagi kulit tubuh :
1. Kosmetika perawatan kulit (*skin care cosmetics*)
Kosmetika jenis ini diperlukan untuk merawat kebersihan dan kesehatan kulit. Termasuk di dalamnya :
 - a. Kosmetika untuk membersihkan kulit (*cleanser*) seperti sabun wajah, cleansing cream, cleansing milk, dan penyegar kulit (*fresh toner*).
 - b. Kosmetika untuk melembabkan kulit (*moisturizer*) seperti *moisturizer cream*, *night cream*, anti wrinkle cream.
 - c. Kosmetika untuk pelindung kulit seperti sunscreen cream, sunscreen foundation, dan sunblock lotion.

- d. Kosmetika untuk menipiskan kulit atau menghilangkan bekas jerawat (*peeling*) seperti *scrub cream* yang berisi butiran-butiran halus yang berfungsi sebagai pengamplas.

2. Kosmetika riasan (sebagai dekoratif atau make up)

Kosmetika jenis ini di perlukan untuk merias dan menutupi cacat pada kulit sehingga penampilan menjadi lebih cantik dan menarik serta menimbulkan efek psikologis yang baik, seperti percaya diri.

Kosmetika dekoratif dikategorikan menjadi dua golongan, meliputi :

- a. Kosmetika dekoratif yang hanya memberikan efek pada permukaan dan pemakaian sebentar, seperti : lipstik, bedak, pemerah pipi (*blush on*), *eye-shadow* dan lain-lain.
- b. Kosmetika dekoratif yang memberikan efek mendalam dan biasanya membutuhkan waktu lama untuk luntur, seperti kosmetika pemutih kulit, cat rambut dan lain-lain (Tranggono, 2007)

2.1.1.2 Persyaratan Memproduksi dan Mengedarkan Kosmetika

Memproduksi dan mengedarkan kosmetika produsen harus memenuhi persyaratan sebagai berikut (BPOM, 2015):

1. Menggunakan bahan yang memenuhi standar dan persyaratan mutu serta persyaratan lain yang ditetapkan.
2. Diproduksi dengan menggunakan cara pembuatan kosmetika yang baik.
3. Terdaftar dan mendapat izin edar dari Badan Pengawas Obat dan Makanan

2.1.2 Kehalalan Kosmetika

Istilah Halal berasal dari bahasa Arab yang artinya melepaskan, tidak terikat atau dibolehkan. Secara etimologi halal berarti segala sesuatu yang boleh dan dapat digunakan karena bebas atau tidak terikat dengan ketentuan yang melarangnya (Girindra, 2005). Sedangkan dalam ensiklopedi hukum Islam merupakan segala sesuatu yang menyebabkan seseorang tidak dihukum jika menggunakannya, atau sesuatu yang boleh dikerjakan menurut syara' (Abdul, 1996).

Produk halal adalah suatu produk pangan, obat, kosmetika dan produk lain yang tidak mengandung unsur atau kandungan haram dalam proses pembuatannya serta dilarang untuk dikonsumsi umat Islam baik yang menyangkut bahan baku, bahan tambahan, dan iradiasi yang pengolahannya dilakukan sesuai dengan syari'at Islam serta memberikan manfaat yang lebih banyak dari pada madharat (efek) (PP, 1999).

Dalam Islam hukum mengenai kehalalan sesuatu tertulis dalam Al-Qur'an dan Hadits, sebagaimana dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 168 dijelaskan: *"Hai manusia, makanlah yang halal lagi baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan, karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu"*.

Adanya label halal dalam sebuah produk artinya produk tersebut telah bersertifikat halal, manfaat label halal bagi konsumen yaitu konsumen mendapatkan keamanan serta ketenangan batin dalam mengkonsumsi dan menggunakan produk tersebut. Selain itu adanya label halal juga membuat konsumen mendapat kepastian dan jaminan bahwa produk tersebut tidak mengandung sesuatu yang tidak halal dan juga diproduksi dengan cara yang halal (UUJPH, 2014). Label halal tidak hanya memberikan manfaat bagi konsumen muslim, tetapi juga bagi semua konsumen karena halal tidak saja berarti kandungannya halal namun juga diproses dengan cara beretika, tentunya sehat dan baik (Fatkhurohmah, 2015).

Adanya label halal juga melindungi pengusaha dari tuntutan konsumen serta juga melindungi konsumen dari keraguan dalam menggunakan produk. Selain itu dari segi penjualan label halal dapat meningkatkan kepuasan konsumen terhadap produk kosmetika serta meningkatkan image produk tersebut (Anggraeni, 2017).

2.1.3 Keamanan Kosmetika

Kehadiran berbagai macam produk kosmetika sering kali ditemukan tidak mencantumkan bahan aktif yang digunakan. Selain itu banyak kosmetika beredar di pasaran tanpa nomor izin edar (TIE) atau menggunakan nomor izin edar fiktif (palsu). Tidak hanya itu kosmetika yang tidak terdaftar banyak ditemukan

mengandung bahan kimia berbahaya bagi kulit seperti : merkuri (Hg), pewarna sintetis (K10 dan K3), hidrokinon, dan asam retinoat (BPOM, 2008).

Bahan berbahaya tersebut telah dilarang untuk ditambahkan pada kosmetika sejak tahun 1998 dengan dikeluarkannya Peraturan Menteri Kesehatan RI No.445/Menkes/Per/V/1998. Penggunaan kosmetika yang mengandung bahan-bahan berbahaya dapat menyebabkan iritasi kulit seperti kulit terkelupas, kemerahan dan rasa terbakar, kerusakan otak permanen, gangguan fungsi ginjal, dan kanker (Ajose, 2005).

Seluruh kosmetika yang beredar luas di Indonesia harus memiliki izin edar dari Badan POM yang merupakan lembaga pemerintahan non kementerian yang bertugas menangani akan hal tersebut (Raini *et al.*, 2013).

Upaya terkait jaminan aspek keamanan, khasiat/kemanfaat dan mutu Obat dan Makanan yang beredar dimasyarakat meliputi (BPOM, 2015):

1. Pengawasan, melibatkan berbagai pemangku kepentingan yaitu pemerintah, pemerintah daerah, pelaku usaha dan masyarakat secara terpadu dan bertanggung jawab.
2. Pelaksanaan regulasi yang baik didukung dengan sumber daya yang memadai secara kualitas maupun kuantitas, sistem manajemen mutu, akses terhadap ahli dan referensi ilmiah, kerjasama internasional, laboratorium pengujian mutu yang kompeten, independen, dan transparan.
3. Pengembangan dan penyempurnaan kebijakan mengenai produk dan fasilitas produksi dan distribusi Obat dan Makanan sesuai dengan IPTEK dan standar internasional.
4. Pembinaan, pengawasan dan pengendalian impor, ekspor, produksi dan distribusi Obat dan Makanan. Upaya ini merupakan suatu kesatuan utuh, dilakukan melalui penilaian keamanan, khasiat/manfaat, dan mutu produk, inspeksi fasilitas produksi dan distribusi, pengambilan dan pengujian sampel, surveilans dan uji setelah pemasaran, serta pemantauan label atau penandaan, iklan dan promosi.
5. Penegakan hukum yang konsisten dengan efek jera yang tinggi untuk setiap pelanggaran, termasuk pemberantasan produk palsu dan ilegal.

6. Perlindungan masyarakat terhadap pencemaran sediaan farmasi dari bahan-bahan dilarang atau penggunaan bahan tambahan makanan yang tidak sesuai dengan persyaratan.

Beberapa hal yang dapat dilakukan oleh masyarakat untuk memastikan kosmetik yang digunakan tersebut aman, yang dapat disingkat dengan slogan KLIKK, yaitu (BPOM, 2015):

- a. Kemasan
Pastikan kemasan kosmetik dalam keadaan baik tidak rusak maupun cacat. Jangan memilih produk kosmetika yang kemasannya rusak (menggelembung/ penyok), bentuk dan warna stabil serta tidak ada bercak kotoran.
- b. Label
Pastikan memilih kosmetik yang memiliki label tercantum jelas serta lengkap. Setiap kosmetik wajib mencantumkan penandaan/label dengan benar.
- c. Izin Edar berupa Notifikasi
Pilih kosmetika yang telah memiliki izin edar berupa notifikasi dari BPOM. Nomor notifikasi dari Badan POM ditandai dengan kode N diikuti 1 huruf dan 11 digit angka, yaitu: (NX 1234567891011) X = A/B/C/D/E.
- d. Kegunaan dan Cara Penggunaan
Sebelum membeli produk kosmetik bacalah kegunaan dan cara penggunaan yang tercantum pada kemasan sebelum memakai kosmetika. Kecuali untuk produk yang sudah jelas cara penggunaannya seperti sabun mandi, sampo dan lipstik. Pilihlah kosmetika yang sesuai kebutuhan.
- e. Kedaluwarsa
Batas kedaluwarsa jangan sampai lewat, oleh karena itu telitilah tanggal kedaluwarsa kosmetik sebelum membeli. Tanggal kedaluwarsa ditulis dengan urutan tanggal bulan dan tahun atau bulan dan tahun. Contoh : exp. date: Februari 2015 atau ed. 02.2015.

Ketentuan lebih jelas mengenai peredaran kosmetika ini juga dimuat dalam Keputusan Kepala Badan POM Nomor HK.00.05.4.1745 tentang Kosmetika,

yang meliputi persyaratan, tata cara, penilaian, biaya, penilaian kembali, dan pembatalan (BPOM, 2008).

2.1.4 Pengetahuan

Pengetahuan (*knowledge*) merupakan hasil penginderaan manusia, atau hasil yang diketahui seseorang terhadap suatu objek melalui indera yang dimilikinya (mata, hidung, telinga, dan sebagainya). Pengetahuan terdiri dari sejumlah fakta dan teori yang memungkinkan seseorang dapat memahami sesuatu gejala dan memecahkan suatu masalah yang dihadapinya. Pengetahuan juga dapat diperoleh dari pengalaman orang lain seperti dari buku, teman, orang tua, guru, radio, televisi, poster, majalah dan surat kabar (Notoatmodjo, 2007).

Menurut (Notoadmodjo, 2007), tingkat pengetahuan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu :

1. Usia merupakan tolak ukur hidup dalam hitungan waktu (tahun).
2. Pendidikan merupakan proses belajar yang pernah ditempuh secara formal di dalam suatu lembaga.
3. Sumber informasi merupakan segala sesuatu yang menjadi perantara penyampaian informasi, merangsang pikiran dan kemampuan.
4. Pekerjaan adalah kebutuhan yang harus dilakukan terutama untuk menunjang kehidupannya dan kehidupan keluarganya.
5. Sosial ekonomi adalah kemampuan seseorang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen terkait dengan hal-hal yang dilarang atau diperbolehkan (halal dan haram) dalam syariat Islam berhasil mempengaruhi sikap terhadap produk kosmetika halal. Variabel pengetahuan memiliki pengaruh yang positif terhadap sikap dapat diartikan sebagai berikut, semakin besar pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen terkait dengan permasalahan halal dan haram maka akan semakin besar pula sikapnya terhadap produk kosmetik yang halal (Ajeng *et al.*, 2018).

Kurangnya pengetahuan masyarakat dan ketidaktahuan bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan suatu produk kosmetik dijadikan sebagai salah satu peluang bagi pemalsu untuk memasarkan produk palsu dengan bebas (Handayani,

2011). Selain itu pengetahuan yang kurang dapat mempengaruhi pemahaman masyarakat akan produk halal, realita yang terjadi masyarakat hampir tidak peduli, menganggap enteng, bahkan cenderung meremehkan kehalalan makanan yang dikonsumsi. Kondisi ini disebabkan terutama karena kurangnya pengetahuan dan pemahaman, yang menyebabkan kurangnya kesadaran dan ketidakpedulian dari sebagian besar masyarakat Muslim Indonesia.

2.1.5 Sikap

Sikap (*attitude*) merupakan suatu kecenderungan untuk mereaksi suatu hal, orang atau benda dengan suka, tidak suka atau acuh tak acuh (Sabri, 2010). Sikap terhadap suatu objek dapat mempengaruhi pengolahan informasi terkait, penilaian maupun perilaku yang dihasilkan. Sikap yang negatif dapat menimbulkan dampak yang besar atau lebih lama dibandingkan sikap positif atau netral (Krosnick, 2014). Berkaitan dengan produk halal, pada penelitian yang telah dilakukan oleh (Mukhtar, 2012) di Pakistan menunjukkan bahwa muslim di Pakistan memiliki kesadaran dan sikap yang sangat positif terhadap produk yang halal yang mana berpengaruh positif pada intensi mereka untuk membeli produk halal.

A. Faktor-faktor yang mempengaruhi sikap

Menurut (Azwar, 2007), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi sikap meliputi:

1. Pengalaman pribadi

Menurut (Middlebrook, 1974) dalam (Azwar, 2007) mengemukakan bahwa tanggapan merupakan salah satu dasar terbentuknya sikap. Untuk dapat mempunyai tanggapan seseorang harus mempunyai pengalaman yang berkaitan dengan suatu objek psikologis. Tidak adanya pengalaman yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek psikologis cenderung akan terbentuk sikap negatif terhadap objek tersebut. Sikap akan lebih mudah terbentuk jika yang dialami seseorang melibatkan faktor emosional. Emosi dapat menghasilkan pengalaman yang lebih mendalam dan lebih membekas.

2. Pengaruh Kebudayaan

Kebudayaan dimana tempat kita hidup dan dilahirkan mempunyai pengaruh besar terhadap pembentukan sikap. Kebudayaan dalam suatu masyarakat memberikan corak pengalaman bagi individu. Kebudayaan telah menanamkan garis pengaruh sikap individu terhadap berbagai masalah.

3. Pengaruh Orang Lain yang Dianggap Penting

Pada umumnya, individu cenderung memiliki sikap konformis atau sejalan dengan sikap seseorang yang dianggapnya penting.

4. Media Massa

Media massa seperti televisi, radio, majalah, surat kabar, dan lainnya memiliki pengaruh yang besar dalam pembentukan opini dan kepercayaan individu. Media massa memberikan pesan-pesan sugestif yang mengarah ke opini seseorang, jika pesan-pesan yang disampaikan kuat akan memberi dasar afektif dalam menilai sesuatu hal sehingga terbentuklah arah sikap tertentu.

5. Lembaga Pendidikan dan Lembaga Agama

Lembaga pendidikan serta lembaga agama sebagai sistem mempunyai pengaruh dalam pembentukan sikap karena keduanya menanamkan dasar pengertian dan konsep moral dalam diri individu. Pemahaman terhadap hal baik dan buruk, garis pemisah antara yang boleh dan tidak boleh dilakukan, diperoleh dari pendidikan dan pusat keagamaan serta ajaran-ajarannya.

6. Pengaruh Faktor Emosional

Suatu bentuk sikap merupakan pernyataan yang didasari oleh emosi, yang berfungsi sebagai semacam penyaluran frustrasi atau pengalihan bentuk mekanisme pertahanan ego. Sikap yang seperti ini dapat merupakan sikap yang sementara dan segera berlalu apabila frustrasi telah hilang akan tetapi dapat pula merupakan sikap yang lebih persisten dan bertahan lama.

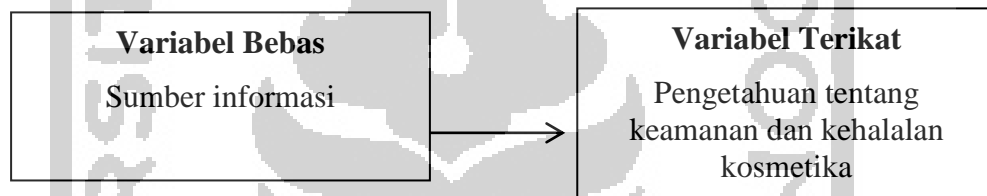
2.2 Landasan Teori

Berdasarkan penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh (Hendrono, 2017) berpendapat bahwa sumber informasi memiliki pengaruh positif dengan pengetahuan masyarakat mengenai dampak berbahaya penggunaan kosmetik pemutih kulit.

2.3 Hipotesis

Terdapat hubungan antara sumber informasi responden dengan pengetahuan tentang kehalalan dan keamanan kosmetika.

2.4 Kerangka Konsep



Gambar 2.4 Kerangka Konsep Penelitian