

**HUBUNGAN PENGETAHUAN DENGAN SIKAP MAHASISWA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA TERHADAP KEAMANAN DAN
KEHALALAN PRODUK KOSMETIK**



Oleh:

SHINTA ANTANUR CHOLIFAH

18613120

PROGRAM STUDI FARMASI

FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2023

Hubungan Pengetahuan Dengan Sikap Mahasiswa Universitas Islam
Terhadap Keamanan Dan Kealifan Produk Kosmetik

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Farmasi
(S. Farm)

Program Studi Farmasi Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam
Universitas Islam Indonesia



SHINTA ANTANUR CHOLIFAH
18613120

PROGRAM STUDI FARMASI
FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA

2023

SKRIPSI

**HUBUNGAN PENGETAHUAN DENGAN SIKAP
MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
TERHADAP KEAMANAN DAN KEHALALAN PRODUK
KOSMETIK**

Yang diajukan oleh:

SHINTA ANTANUR CHOLIFAH

18613120



Telah disetujui oleh:

Pembimbing utama,

apt. Novi Dwi Rugiarti, M.Sc.

Pembimbing pendamping,

apt. Yulianto, S.Farm., M.P.H

SKRIPSI
HUBUNGAN PENGETAHUAN DENGAN SIKAP
MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
TERHADAP KEAMANAN DAN KEHALALAN PRODUK
KOSMETIK



Telah lolos uji etik penelitian
dan dipertahankan di hadapan Panitia Penguji Skripsi
Program Studi Farmasi Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam
Universitas Islam Indonesia

Tanggal : 10 April 2023

Ketua Penguji : apt. Diesty Anita Nugraheni, S.Farm., M.Sc. ()

Anggota Penguji : 1. apt. Novi Dwi Rugiarti, M.Sc. (... )

2. apt. Yulianto, S.Farm., M.P.H. (... )

3. apt. Suci Hanifah, M.Si, Ph.D. (... )

Mengetahui,
Dekan Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam
Universitas Islam Indonesia




Prof. Riyanto, S.Pd., M.Si., Ph.D



HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan diterbitkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 16 Maret 2023
penulis,



Shinta Antanur Cholifah

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warohmatullahi Wabarkatuh

Alhamdulillah robbil'amin Puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT berkat limpahan rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Hubungan Pengetahuan Dengan Sikap Mahasiswa Universitas Islam Indonesia Terhadap keamanan dan kehalalan produk kosmetik**”. Sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Farmasi (S.Farm) pada Program Studi Farmasi Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Islam Indonesia. Keberhasilan yang didapatkan oleh penulis merupakan do'a serta dukungan dari berbagai pihak baik pihak dalam kampus maupun diluar kampus. Oleh karena itu penulis mengucapkan termakasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Allah SWT yang memberikan rahmat hidayah, rezeki, ilmu pengetahuan serta kekuatan untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu apt. Novi Dwi Rugiarti, M.Sc selaku dosen pembimbing utama dan apt. Yulianto, S.Farm., M.P.H selaku dosen pembimbing pendamping telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, memotivas, memberikan masukan dan saran kepada saya dalam melaksanakan penelitian dan menyusun skripsi ini.
3. Ibu apt. Diesty Anita Nugraheni, S.Farm., M.Sc. dan Ibu apt. Suci Hanifah, M.Si, Ph.D.selaku dosen penguji yang telah berkenan hadir dan menyempatkan waktunya, memberikan saran dan masukan kepada saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu apt. Suci Hanifa, Ph.D selaku dosen pembimbing akademik (DPA) yang telah memberikan bantuan dan saran serta bimbingan selama proses perkuliahan.
5. Bapak Prof. Riyanto, S.Pd., M.Si., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

6. Bapak apt. Muhammad Hatta Prabowo, S.Si., M.Si., Ph.D. selaku kepala Program Studi Farmasi Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
7. Dosen pengajar dan bagian akademik Program Studi Farmasi Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan begitu banyak bekal ilmu kepada penulis.
8. Kedua orang tua saya abah Muhammad Said dan ibu Suhartini yang selalu mendo'akan saya dan menyemangati, serta pengorbanan yang luar biasa selama menempuh proses perkuliahan ini.
9. Adik saya Putra, Bojes, Fazrie, yang memberikan saya semangat, do'a dan sebagai motivasi saya untuk menyelesaikan perkuliahan ini.
10. Kai saya H.Syachrin (alm) dan nenek Hj.Latifah Hanum yang telah memberikan semangat, do'a yang tiada hentinya kepada saya dan memotivasi saya agar selalu *Istiqomah*.
11. Orié Sohas yang sangat berkontribusi dalam pengerjaan skripsi ini, membantu saya dalam suka maupun duka dan senantiasa sabar menemani selama perkuliahan serta menyelesaikan skripsi.
12. Seluruh keluarga besar saya acil, paman, sepupu, dan keluarga bapak zakaria yang tidak bisa saya sebut satu persatu namanya, saya ucap terimakasih atas dukungan dan perhatian yang diberikan selama ini baik secara moril maupun material.
13. Sahabat saya yunira, naya, wulan, fencya, tasya, arivera, keluarga kecil rinnavia, teman-teman sejawat (OSADA), teman asrama (AMKU LS), dan kerabat saya Putri yang senantiasa memberikan semangat, motivasi, dan dukungan selama menempuh perkuliahan sampai menyelesaikan skripsi ini.
14. Suluruh teman-teman saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang ikut serta dalam membantu dan menyemangati selama menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap semoga Allah Swt berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu dan pengetahuan. *Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Yogyakarta, 17 maret 2023

Penulis,

Shinta Antanur Cholifah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	vi
INTISARI.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Tujuan Penelitian.....	2
1.4. Manfaat Penelitian.....	3
1.5. Luaran Penelitian	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1 Kosmetik	4
2.1.1. Kosmetik Aman	5
2.1.2. Kosmetik Halal.....	6
2.2 Pengetahuan.....	7
2.3 Sikap.....	10
2.4 Kerangka Konsep	12
2.5 Hipotesis.....	12
BAB III METODE PENELITIAN.....	13
3.1. Rancangan penelitian.....	13
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian	13

3.2.1.	Tempat Penelitian.....	13
3.2.2.	Waktu Penelitian	13
3.3.	Populasi dan Sampel.....	13
3.3.1.	Populasi	13
3.3.2.	Sampel.....	13
3.4.	Definisi Operasional Variabel	15
3.5.	Pengumpulan data	16
3.6.	Pengolahan dan Analisis Data	17
3.7.	Skema Penelitian	18
4.1.	Gambaran Penelitian	19
4.2.	Analisi Karakteristik Responden.....	19
4.2.1.	Usia, Jenis kelamin, Jurusan	20
4.3.	Profil penggunaan kosmetik aman	21
4.3.1.	Penggunaan kosmetik yang telah memiliki izin edar.....	21
4.3.2.	Produk kosmetik yang sering digunakan	22
4.3.3.	Tempat membeli produk kosmetik	22
4.3.4.	Merek kosmetik yang sering digunakan	23
4.3.5.	Sumber informasi mendapatkan produk kosmetik.....	24
4.3.6.	Durasi pembelian kosmetik dalam satu bulan.....	25
4.3.7.	Iritasi akibat kosmetik yang digunakan.....	25
4.3.8.	Iritasi yang dirasakan	26
4.4.	Profil penggunaan kosmetik halal	26
4.4.1.	Penggunaan kosmetik berlabel halal	26
4.4.2.	Kosmetik berlabel halal yang dimiliki	27
4.4.3.	Sumber informasi yang menyatakan produk kosmetik halal.....	28
4.4.4.	Kesadaran akan kebutuhan menggunakan kosmetik berlabel halal	28
4.4.5.	Alasan memilih produk kosmetik berlabel halal.....	29
4.4.6.	Kepuasan menggunakan kosmetik berlabel halal	29
4.4.7.	Alasan merasa puas menggunakan kosmetik berlabel halal	30
4.4.8.	Mengganti kosmetik yang digunakan	30
4.4.9.	Alasan mengganti kosmetik yang sedang digunakan.....	31

4.5. Tingkat Pengetahuan Responden terhadap Keamanan dan Kehalalan Kosmetik	31
4.6. Tingkat Sikap Responden terhadap Keamanan dan Kehalalan Kosmetik	35
4.7. Hubungan pengetahuan dengan sikap terhadap keamanan dan kehalalan produk kosmetik pada responden	40
4.8. Keterbatasan penelitian	41
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	42
5.1. Kesimpulan	42
5.2. Saran	42
DAFTAR PUSTAKA	43
Lampiran 1	47
Lampiran 2	48
Lampiran 3 Distribusi Data Pengetahuan	55
Lampiran 4 Distribusi Data Sikap.....	58
Lampiran 5 Data Statistika.....	61

DAFTAR TABEL

Table 4.1. Karakteristik Responden	19
Tabel 4.2. penggunaan Kosmetik Yang Telah Memiliki Izin Edar.....	21
Tabel 4.3. Produk Kosmetik Yang Digunakan	22
Tabel 4.4. Tempat Membeli Produk Kosmetik.....	22
Tabel 4.5. Merek Kosmetik Yang Digunakan	23
Tabel 4.6. Sumber Informasi.....	24
Tabel 4.7. Durasi Membeli Kosmetik.....	25
Tabel 4.8. Iritasi Akibat Kosmetik.....	25
Tabel 4.9. Jenis Iritasi	26
Tabel 4.10. Kosmetik Berlabel Halal.....	26
Tabel 4.11. Kosmetik Halal Yang Dimiliki	27
Tabel 4.12. Sumber Informasi.....	28
Tabel 4.13. Kesadaran Menggunakan Kosmetik	28
Tabel 4.14. Alasan Memilih Kosmetik Halal.....	29
Tabel 4.15. Puas Menggunakan Kosmetik.....	29
Tabel 4.16. Alasan Puas Menggunakan Kosmetik.....	30
Tabel 4.17. Mengganti Merek Kosmetik Halal.....	30
Tabel 4.18. Alasan Mengganti Kosmetik.....	31
Tabel 4.19. Data Distribusi Jawaban Pengetahuan Responden Terhadap Keamanan dan Kehalalan Kosmetik	31
Tabel 4.20. Kategori Tingkat Pengetahuan Responden Terhadap Keamanan dan Kehalalan Kosmetik	35
Tabel 4.21. Data Distribusi Jawaban Sikap Responden Terhadap Keamanan dan Kehalalan Kosmetik	35
Tabel 4.22. Kategori Tingkat Sikap Responden Terhadap Keamanan dan Kehalalan Kosmetik	39
Tabel 4.23. Hasil Uji Statistik Hubungan Pengetahuan Dengan Sikap Terhadap Kemanan Dan Kehalalan Kosmetik.....	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konsep	12
Gambar 3.1 Skema Penelitian	18

**HUBUNGAN PENGETAHUAN DENGAN SIKAP MAHASISWA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA TERHADAP KEAMANAN DAN
KEHALALAN PRODUK KOSMETIK**

Shinta Antanur Cholifah

Program Studi Farmasi

INTISARI

Latar Belakang: Kosmetik sangat diperlukan untuk manusia, industri kosmetik nasional memperoleh kenaikan pertumbuhan sebanyak 20% per tahun. Pengetahuan mengenai kosmetik aman dan halal dapat mempengaruhi sikap terhadap pemilihan dan penggunaan produk kosmetik.

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan pengetahuan dengan sikap mahasiswa UII terhadap keamanan dan kehalalan produk kosmetik.

Metode: Metode penelitian ini yaitu observasional melakukan survei analisis menggunakan kuesioner dengan sampel sebanyak 110 responden. Pada mahasiswa UII yang menggunakan kosmetik, dengan teknik *accidental sampling* pada bulan Januari-Februari 2023. Analisis data dilakukan secara kuantitatif dalam bentuk persentase dan menggunakan uji *rank spearman*.

Hasil: Hasil dari penelitian ini menunjukkan pengetahuan mahasiswa UII terhadap keamanan dan kehalalan produk kosmetik kategori baik sebanyak 74,55% responden, cukup 20,91%, dan pada tingkat pengetahuan kurang 4,55%. Sikap mahasiswa UII terhadap keamanan dan kehalalan produk kosmetik kategori positif sejumlah 98,18% responden dan negatif sejumlah 1,82%, selisih antara sikap positif dan negatif terbilang jauh. Hubungan antara pengetahuan dengan sikap mahasiswa UII terhadap keamanan dan kehalalan kosmetik diketahui nilai *sig (2-tailed)* $0,024 < 0,05$ dan korelasi antara variabel dari total X (Pengetahuan) dan total Y (Sikap) menunjukkan angka korelasi positif sebesar +0,216.

Kesimpulan: Dapat disimpulkan terdapat hubungan pengetahuan dengan sikap mahasiswa UII terhadap keamanan dan kehalalan kosmetik, dan memiliki tingkat kekuatan korelasi yang cukup.

Kata kunci: kosmetik, aman, halal, pengetahuan, sikap

**THE RELATIONSHIP OF KNOWLEDGE AND ATTITUDES OF
STUDENTS OF ISLAMIC UNIVERSITY OF INDONESIA ON
THE SAFETY AND HALAL OF COSMETIC PRODUCTS**

Shinta Antanur Cholifah
Pharmacy Study Program

ABSTRACT

Background: Cosmetics are needed by humans, the national cosmetic industry has a growth increase of 20% per year. Knowledge of safe and halal cosmetics can influence attitudes towards the selection and use of cosmetic products.

Purpose: This study aims to determine the relationship between knowledge and attitudes of UII students towards the safety and halalness of cosmetic products.

Method: This research method is observational conducting survey analysis using a questionnaire with a sample of 110 respondents. UII students who use cosmetics use accidental sampling techniques in January-February 2023. Data analysis was carried out quantitatively in the form of proportions and using the Spearman rank test.

Results: The results of this study showed that UII students' knowledge of the safety and halalness of cosmetic products was in the good category, 74.55% of respondents, 20.91% sufficient, and at a less knowledge level of 4.55%. Attitudes of UII students towards the safety and halalness of cosmetic products are positive in the category of 98.18% of respondents and negative in the amount of 1.82%, the difference between positive and negative attitudes is quite far. The relationship between knowledge and attitudes of UII students towards the safety and halalness of cosmetics is known to have a sig (2-tailed) value of $0.024 < 0.05$ and the correlation between the variables of total X (Knowledge) and total Y (Attitude) shows a positive correlation number of +0.216.

Conclusion: It can be interpreted that there is a relationship between knowledge and attitudes of UII students towards cosmetic safety and halalness, and has a sufficient level of correlation strength.

Keywords: cosmetic, safe, halal, knowledge, attitude

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Produk kosmetik sangat diperlukan untuk manusia terutama bagi wanita, kosmetik pada umumnya merupakan senyawa kimia dan bahan alami serta bahan sintesis. Kosmetik adalah bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia seperti epidermis, rambut, kuku, bibir, organ genital bagian luar, atau gigi dan membran mukosa mulut terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan, dan atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik (BPOM, 2019). Industri kosmetik nasional memperoleh kenaikan pertumbuhan sebanyak 20% per tahun. Dari informasi tersebut dapat disimpulkan bahwa Indonesia merupakan pasar yang potensial bagi para pengusaha kecantikan baik dari luar maupun dalam negeri (Kemenprin, 2018).

Tingkat pengetahuan dan sikap mahasiswa FPSB UII terhadap keamanan dan kehalalan kosmetik baik sejumlah 51,42% dan tingkat pengetahuan buruk sebesar 48,57%. Hubungan karakteristik responden dengan pengetahuan terdapat hubungan antara sikap dengan pengetahuan. Namun tidak terdapat hubungan antara pengetahuan terhadap keamanan dan kehalalan kosmetik. Menyatakan bahwa responden mengetahui dampak negatif saat menggunakan kosmetik, namun responden tetap menggunakannya karena memiliki efek instan walaupun telah mengetahui bahwa kosmetik tersebut dapat menyebabkan ketergantungan dan kanker (Pramesti W, 2019).

Pengetahuan dalam memilih kosmetik menentukan sikap pada keputusan untuk menggunakan kosmetik. Pengetahuan kosmetik pada mahasiswa jurusan tata rias dan kecantikan Universitas Negeri Padang berada pada persentasi 82% dengan kategori tinggi, sikap dalam memilih kosmetik perawatan kulit wajah mahasiswa jurusan tata rias dan kecantikan Universitas Negeri Padang pada persentase 64% dengan kategori sikap yang buruk, hal ini menyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara pengetahuan kosmetik dengan sikap dalam

memilih kosmetik perawatan kulit, mahasiswa jurusan tata rias dan kecantikan Universitas Negeri Padang diterima dengan taraf signifikan 95%. Hal ini membuktikan bahwa tingkat pengetahuan mengenai kosmetik aman dan halal sangat erat kaitannya pada sikap pemilihan dan penggunaan produk kosmetik (Khairuzzaman, 2016)

Berdasarkan hal ini, peneliti merasa perlu untuk dilakukannya penelitian mengenai hubungan pengetahuan dengan sikap mahasiswa Universitas Islam Indonesia terhadap keamanan dan kehalalan produk kosmetik. Berdasarkan pada pengetahuan dengan sikap dalam penggunaan produk kosmetik, penelitian ini ditujukan pada seluruh mahasiswa yang teregistrasi aktif di UII dalam taraf mahasiswa yang menggunakan kosmetik. Hal ini bertujuan agar mahasiswa UII dapat memiliki pengetahuan dengan sikap yang baik dalam menentukan pilihan untuk menggunakan kosmetik yang aman dan halal.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengetahuan mahasiswa Universitas Islam Indonesia terhadap keamanan dan kehalalan produk kosmetik?
2. Bagaimana sikap mahasiswa Universitas Islam Indonesia terhadap keamanan dan kehalalan produk kosmetik?
3. Apakah ada hubungan antara pengetahuan dengan sikap mahasiswa Universitas Islam Indonesia terhadap keamanan dan kehalalan produk kosmetik?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengetahuan mahasiswa Universitas Islam Indonesia terhadap keamanan dan kehalalan produk kosmetik.
2. Untuk mengetahui sikap mahasiswa Universitas Islam Indonesia terhadap keamanan dan kehalalan dalam penggunaan produk kosmetik.
3. Untuk mengetahui hubungan antara pengetahuan dengan sikap mahasiswa Universitas Islam Indonesia terhadap keamanan dan kehalalan produk kosmetik.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini, yaitu:

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambahkan pengetahuan dan pengalaman dalam menerapkan teori-teori yang dipelajari di perguruan tinggi.

2. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan menambahkan wawasan dan pengetahuan di bidang farmasi dalam hal minat menggunakan kosmetik yang aman dan halal.

1.5. Luaran Penelitian

Artikel di publikasikan sebagai artikel ilmiah pada jurnal nasional atau yang terakreditasi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kosmetik

Istilah kosmetik, dalam Bahasa Inggris "cosmetic" berasal dari kata "kosmein" (Yunani) yang berarti "hiasan". Berdasarkan katanya kosmetik adalah bahan atau campuran bahan yang digunakan dengan cara dituang, dioleskan atau disemprotkan pada bagian tubuh manusia yang bertujuan untuk membersihkan, memelihara, serta menambahkan daya tarik akan tetapi tidak termasuk dalam golongan obat atau mengobati. Kosmetik merupakan zat perawatan yang digunakan untuk dapat memperindah penampilan atau aroma tubuh manusia. Pada umumnya kosmetik terbuat dari senyawa kimia dan bahan alami serta sintesis yang digunakan pada bagian tubuh manusia kutikula, rambut, kuku dan bibir atau pada bagian gigi dan membersihkan, mengharumkan, mengubah penampilan, dan memperbaiki bau badan, atau melindungi serta menjaga tubuh dalam kondisi baik (Jany et al., 2009).

Penggolongan menurut Peraturan Menteri Kesehatan RI berdasarkan kegunaan dan lokalisasi pemakaian pada tubuh, kosmetika digolongkan menjadi 13 golongan yaitu:

1. Preparat untuk bayi; minyak bayi, bedak bayi, dan lain-lain.
2. Preparat untuk mandi; minyak mandi, *bath capsules*, dan lain-lain.
3. Preparat untuk mata; maskara, *eye shadow*, dan lain-lain.
4. Preparat wangi-wangian; parfum, *toilet water* dan lain-lain.
5. Preparat untuk rambut; cat rambut, *hairspray*, pengeriting rambut dan lainnya.
6. Preparat pewarna rambut; cat rambut, *hair bleach*, dan lain-lain.
7. Preparat makeup (kecuali mata); lipstik, *rouge*, bedak muka dan lain-lain.
8. Preparat untuk kebersihan mulut; *mouth washes*, pasta gigi, *breath freshener* dan lain-lain.
9. Preparat untuk kebersihan badan; deodoran, *feminism hygiene spray* dan lain-lain.
10. Preparat kuku; cat kuku, krem dan lotion kuku, dan lain-lain.
11. Preparat cukur; sabun cukur, *after shave lotion*, dan lain-lain.

12. Preparat perawatan kulit; pembersih, pelembab, pelindung dan lain-lain.
13. Preparat untuk suntan dan *sunscreen*; *suntan gel*, *sunscreen foundation* dan lain-lain.

Penggolongan kosmetika menurut Nater YP, dkk berdasarkan kegunaannya yaitu :

1. *Higiene* tubuh: sabun, sampo, *cleansing*.
2. Rias: *makeup*, *hair color*.
3. Wangi-wangian: *deodorant*, parfum, *after shave lotion*.
4. Proteksi: *sunscreen* dan lain-lain.

2.1.1. Kosmetik Aman

Seringkali terlihat bahwa keberadaan berbagai produk kosmetik tidak mengandung bahan aktif yang digunakan. Selain itu, banyak produk kosmetik yang beredar di pasaran tanpa Nomor Izin Edar (TIE) atau menggunakan Nomor Izin Edar fiktif (palsu). Selain itu banyak produk kosmetik yang tidak terdaftar mengandung bahan kimia yang berbahaya bagi kulit, seperti: Merkuri (Hg), pewarna sintesis (K10 dan K3), hidrokuinon dan asam *retinoate* (Badan POM RI, 2018).

Menurut BPOM dalam keputusan kepala badan pengawas obat dan makanan Republik Indonesia nomor HK.00.05.4.1745 terhadap kosmetik terdapat tata cara yang harus dipenuhi untuk mendapatkan izin edar, diantaranya:

1. Permohonan izin edar diajukan secara tertulis kepada Kepala Badan dengan mengisi formulir dan disket pendaftaran dengan sistem registrasi elektronik yang telah ditetapkan, untuk dilakukan penilaian.
2. Penilaian kosmetik golongan I dilakukan dalam 2 (dua) tahap yaitu:
 - a. Proses pra penilaian merupakan tahap pemeriksaan kelengkapan dan keabsahan dokumen.

- b. Proses penilaian merupakan proses evaluasi terhadap dokumen dan data pendukung.
3. Penilaian kosmetik golongan II hanya dilakukan terhadap kelengkapan dan keabsahan dokumen.
4. Kerahasiaan keterangan dan atau data dalam permohonan izin edar dijamin oleh Kepala Badan.

Namun, seiring dengan kosmetik *high movement* yang bisa dicapai di mana pun dan siapa pun, tidak jarang dijumpai kosmetik yang tidak memiliki izin edar. Hal ini sangat mengkhawatirkan karena tidak jelas dalam kaitannya dengan keamanan. Kosmetik berbahaya adalah kosmetik yang tidak ada pemberitahuan, mengandung materi yang dilarang, tidak sesuai persyaratan pencemaran mikrobiologis, tidak memenuhi pencemaran logam berat, mengandung bahan yang melebihi tingkat yang diizinkan, kedaluwarsa atau berisi entri yang tidak objektif, menyesatkan dan atau konten informasi seolah-olah itu obat. Properti kosmetik yang aman terdaftar BPOM, halal, warna tidak batu bata, tidak mengandung bahan berbahaya tidak menggunakan hewan dalam komposisi pembuatannya dalam eksperimennya, tidak lengket saat disentuh, terbuat dari bahan nabati (BPOM RI, 2017).

2.1.2. Kosmetik Halal

Kosmetik halal adalah kosmetik yang dalam proses produksinya memenuhi persyaratan halal. Artinya, bahan yang digunakan harus terbuat dari bahan yang halal dan suci, serta diproduksi difasilitas manufaktur yang tidak terkontaminasi oleh bahan najis dan haram (Putri, Tiara Cantika, 2022). Produk kosmetik halal telah mengantongi sertifikat halal, dan tingkat religiusitas hendaknya diarahkan bukan pada kecantikan melainkan kesehatan, sebagai jaminan bersih, sehat, dan aman dalam lanskap pandangan dunia halal *lifestyle* (Darmalaksana, 2021).

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”

Persyaratan halal untuk suatu produk meliputi: Bebas dari bahan babi dan turunan babi; Tidak mengandung Elemen yang Melarang. Seperti bahan yang berasal dari organ tubuh manusia, darah, feses, dll; Semua bahan dari hewan halal disembelih sesuai dengan prosedur Syariah Islam; Tidak semua area penyimpanan, penjualan, pengolahan, tempat pengolahan, dan transportasi tidak digunakan oleh babi. Jika pernah digunakan untuk daging babi atau produk non-halal lainnya, harus dibersihkan terlebih dahulu menurut proses yang ditentukan oleh hukum Islam; Semua makanan dan minuman tidak mengandung *khamr* (Ramlan & Nahrowi, 2014).

Label halal tidak selalu menjamin kehalalan produk dalam kemasannya. Penyalahgunaan label halal juga kerap dilakukan oleh produsen "Mencurangi". Penipuan berupa penggantian bahan setelah mendapatkan sertifikasi halal atau pemalsuan label halal pada produknya (bagi produsen yang tidak memiliki sertifikasi halal dari BPJPH). Sertifikat halal adalah dokumen fatwa MUI yang menunjukkan kualitas kehalalan suatu produk menurut hukum Islam. Sertifikat halal ini wajib mencantumkan label halal pada kemasan produk guna memberikan jaminan bahwa produk pangan, farmasi, dan kosmetik tidak terkontaminasi untuk menentramkan mental konsumen produk tersebut.

2.2 Pengetahuan

Pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dapat menambah pengetahuan mengenai banyak hal salah satunya mengenai pengetahuan dan bagaimana harus menentukan sikap generasi muda terutama dalam penggunaan kosmetik. Pengetahuan adalah suatu hasil dari rasa ingin tahu melalui proses *sensoris*, terutama pada mata dan telinga terhadap objek tertentu. Pengetahuan merupakan domain yang penting dalam terbentuknya perilaku terbuka atau *open behaviour*. Ada dua jenis pengetahuan yaitu implisit dan eksplisit. Pengetahuan implisit yaitu pengalaman seseorang tentang keyakinan pribadi dan prinsip.

Sementara, pengetahuan eksplisit adalah pengetahuan yang menyegmentasikan berbentuk nyata seperti media (Azimmi & Zaitul, 2020).

Pengetahuan adalah seluruh informasi yang dimiliki dari seseorang terkait berbagai macam produk dan jasa dan juga informasi lainnya yang berhubungan dengan produk dan jasa tersebut. Selain itu terdapat definisi yang menyatakan bahwa pengetahuan berkaitan dengan perubahan perilaku individu akibat dari pengalaman dalam menggunakan produk atau layanan tersebut (Nugroho, 2020) dalam hal ini, dapat kita simpulkan bahwa pengetahuan didefinisikan sebagai sesuatu yang melekat dibenak seseorang berupa kombinasi antara informasi dengan pemahaman potensi.

A. Tingkat Pengetahuan

Menurut Notoatmodjo, 2010 pengetahuan seseorang terhadap suatu objek mempunyai intensitas atau tingkatan yang berbeda. Secara garis besar dibagi menjadi 6 tingkat pengetahuan, yaitu:

1. Tahu (*Know*)

Tahu diartikan sebagai *recall* atau memanggil memori yang telah ada sebelumnya setelah mengamati sesuatu yang spesifik dan seluruh bahan yang telah dipelajari atau rangsangan yang telah diterima. Tahu disini merupakan tingkatan yang paling rendah. Kata kerja yang digunakan untuk mengukur orang yang tahu tentang apa yang dipelajari yaitu dapat menyebutkan, menguraikan, mengidentifikasi, menyatakan dan sebagainya.

2. Memahami (*Comprehension*)

Memahami suatu objek bukan hanya sekedar tahu terhadap objek tersebut, dan juga tidak sekedar menyebutkan, tetapi orang tersebut dapat menginterpretasikan secara benar tentang objek yang diketahuinya. Orang yang telah memahami objek dan materi harus dapat menjelaskan, menyebutkan contoh, menarik kesimpulan, meramalkan terhadap suatu objek yang dipelajari.

3. Aplikasi (*Application*)

Aplikasi diartikan apabila orang yang telah memahami objek yang dimaksud dapat menggunakan ataupun mengaplikasikan prinsip yang diketahui tersebut pada situasi atau kondisi yang lain. Aplikasi juga diartikan aplikasi atau penggunaan hukum, rumus, metode, prinsip, rencana program dalam situasi yang lain.

4. Analisis (*Analysis*)

Analisis adalah kemampuan seseorang dalam menjabarkan atau memisahkan, lalu kemudian mencari hubungan antara komponen-komponen dalam suatu objek atau masalah yang diketahui. Indikasi bahwa pengetahuan seseorang telah sampai pada tingkatan ini adalah jika orang tersebut dapat membedakan, memisahkan, mengelompokkan, membuat bagan (*diagram*) terhadap pengetahuan objek tersebut.

5. Sintesis (*Synthesis*)

Sintesis merupakan kemampuan seseorang dalam merangkum atau meletakan dalam suatu hubungan yang logis dari komponen pengetahuan yang sudah dimilikinya. Dengan kata lain suatu kemampuan untuk menyusun formulasi baru dari formulasi yang sudah ada sebelumnya.

6. Evaluasi (*Evaluation*)

Evaluasi merupakan kemampuan untuk melakukan *justifikasi* atau penilaian terhadap suatu objek tertentu. Penilaian berdasarkan suatu kriteria yang ditentukan sendiri atau norma-norma yang berlaku di masyarakat.

B. Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Pengetahuan

Menurut Notoatmodjo, 2010 faktor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan adalah sebagai berikut:

1. Pendidikan

Pendidikan merupakan bimbingan yang diberikan seseorang terhadap perkembangan orang lain menuju impian atau cita-cita tertentu yang menentukan manusia untuk berbuat dan mengisi kehidupan agar tercapai keselamatan dan kebahagiaan. Pendidikan diperlukan untuk mendapatkan informasi berupa hal- hal yang menunjang kesehatan sehingga dapat meningkatkan kualitas hidup.

2. Pekerjaan

Pekerjaan tidak diartikan sebagai sumber kesenangan, akan tetapi merupakan cara mencari nafkah yang membosankan, berulang, dan memiliki banyak tantangan. Sedangkan bekerja merupakan kegiatan yang menyita waktu.

3. Umur

Menurut Elisabeth BH yang dikutip dari Nursalam 2003, usia adalah umur individu yang terhitung mulai saat dilahirkan sampai berulang tahun. Sedangkan menurut Huclok (1998) semakin cukup umur, tingkat kematangan dan kekuatan seseorang akan lebih matang dalam berfikir dan bekerja. Dari segi kepercayaan masyarakat seseorang yang lebih dewasa dipercaya dari orang yang belum tinggi kedewasaannya.

4. Faktor Lingkungan

Lingkungan ialah seluruh kondisi yang ada sekitar manusia dan pengaruhnya dapat mempengaruhi perkembangan dan perilaku individu atau kelompok.

5. Sosial Budaya

Sistem sosial budaya pada masyarakat dapat memberikan pengaruh dari sikap dalam menerima informasi.

2.3 Sikap

Sikap diartikan sebagai respon atau reaksi seseorang terhadap suatu objek yang mengakibatkan seseorang suka atau tidak terhadap objek. Manifestasi sikap itu tidak dapat langsung dilihat tetapi hanya dapat menafsirkan terlebih dahulu dari perilaku yang tertutup dan sikap secara nyata yang menunjukkan konotasi adanya kesesuaian reaksi terhadap kondisi mental seseorang yang melibatkan keyakinan dan perasaan, serta dorongan untuk bertindak dengan cara tertentu dengan emosi yang mendorong dilakukannya tindakan-tindakan tertentu dalam suatu situasi sosial (Azlika, 2021).

Sikap merupakan tindakan yang mengarah bagaimana individu, kelompok maupun organisasi dalam mencari, memilih, membeli, menggunakan dan mengevaluasi suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya. Umumnya

sikap terbagi menjadi dua rasional dan irasional. Adapun rasional adalah seseorang yang mengedepankan berbagai aspek seperti kebutuhan utama, kebutuhan mendesak, dan kegunaan produk terhadapnya. Sedangkan irasional merupakan seseorang yang mudah terbujuk oleh umpan dari produsen seperti potongan harga, maupun promosinya. Oleh karena itu, dalam mengkonsumsi sesuatu perlunya bersikap rasional terutama dalam pembelian produk kosmetik (Azlika, 2021).

A. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sikap

Menurut Kotler P, 2016 faktor-faktor yang mempengaruhi sikap atau perilaku konsumen yaitu sebagai berikut:

1. Faktor Kebudayaan

Budaya merupakan susunan nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan, dan perilaku yang dipelajari. Budaya merupakan susunan nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan, dan perilaku yang dipelajari.

2. Faktor-Faktor Sosial

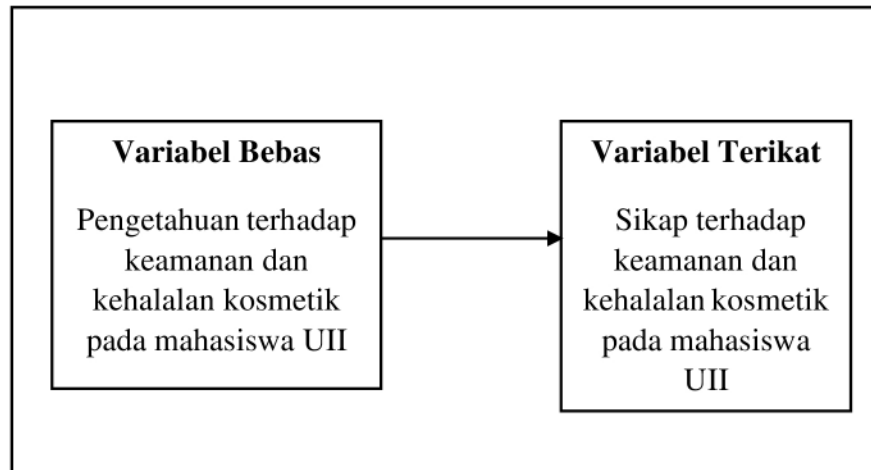
Kelas sosial tidak hanya mencerminkan penghasilan, tetapi juga indikator lain seperti pekerjaan, pendidikan, dan tempat tinggal. Secara umum, kelas sosial terbagi atas tiga bagian, yakni; kelas atas (pejabat/pengusaha), kelas menengah (karyawan/pekerja), kelas bawah (buruh/pegawai rendah). Pembagian kelas ini tentunya akan mempengaruhi perilaku yang berbeda dalam tingkah laku pembelian. Secara khusus, konsumen berinteraksi sosial dengan kelompok yang memberikan pengaruh, pemimpin, opini, dan anggota keluarga untuk memperoleh informasi atas produk dan persetujuan keputusan.

3. Faktor Pribadi

Faktor pribadi dapat meliputi beberapa yakni faktor ekonomi, gaya hidup dan kepribadian. Sikap konsumen terutama dalam memutuskan pembelian tentunya kestabilan ekonomi menjadi bahan dasar pertimbangan dari gaya hidup seseorang dapat diekspresikan oleh kegiatan, minat, dan pendapatan seseorang. Gaya hidup menggambarkan seseorang secara keseluruhan yang berinteraksi dengan suatu lingkungan. Kepribadian adalah karakteristik psikologis yang berbeda dan setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungan yang relatif konsisten, bila

jenis-jenis kepribadian dapat diklasifikasikan dan memiliki korelasi yang kuat antara jenis-jenis kepribadian tersebut dan berbagai pilihan produk atau merek.

2.4 Kerangka Konsep



Gambar 2.1 Kerangka Konsep

2.5 Hipotesis

H₀: Tidak terdapat hubungan pengetahuan dengan sikap pada mahasiswa UII terhadap keamanan dan kehalalan kosmetik.

H₁: Terdapat hubungan pengetahuan dengan sikap pada mahasiswa UII terhadap keamanan dan kehalalan kosmetik.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Rancangan Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara observasional dengan pendekatan *cross sectional*. Pendekatan *cross sectional* (potong lintang) adalah penelitian yang menekankan pada waktu pengukuran atau observasi data dalam satu kali pada satu waktu yang dilakukan pada variabel terikat dan variabel bebas (Navitasari *et al.*, 2018). Peneliti menerapkan metode survei analisis melalui kuesioner yang akan diberikan pada responden, penelitian ini membatasi variabel yang diteliti pada pengetahuan terhadap keamanan dan kehalalan kosmetik serta sikap terkait keamanan dan kehalalan kosmetik pada mahasiswa UII serta variabel lainnya seperti penggunaan kosmetik atau preferensi merek tidak akan diteliti pada penelitian ini. Penelitian ini menggambarkan hubungan pengetahuan dengan sikap terhadap keamanan dan kehalalan produk kosmetik pada mahasiswa Universitas Islam Indonesia.

3.2. Tempat dan Waktu Penelitian

3.2.1. Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di Universitas Islam Indonesia, Kabupaten Sleman, Yogyakarta.

3.2.2. Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan selama bulan Januari-Februari 2023.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah seluruh jumlah dari subjek yang akan diteliti oleh seorang peneliti. Populasi target dalam penelitian ini yaitu 23.000 (www.uui.ac.id) jumlah keseluruhan mahasiswa aktif Universitas Islam Indonesia terdiri dari tahun ajaran 2018,2019,2020, dan 2021, yang menggunakan kosmetik.

3.3.2. Sampel

Sampel yang ada dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Islam Indonesia sejumlah 110 orang. Pengambilan sampel dilakukan secara *Non-*

Probability sampling (Accidental Sampling). *Accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang ditemui itu cocok sebagai sumber data.

a. Kriteria Inklusi

1. Bersedia menjadi responden dan mengikuti prosedur penelitian.
2. Mahasiswa UII yang sedang aktif dalam perkuliahan.
3. Mahasiswa yang menggunakan produk kosmetik.

b. Kriteria Eksklusi

1. Mahasiswa yang tidak lengkap mengisi kuesioner yang telah disediakan.
2. Mahasiswa program studi farmasi dan kedokteran.

c. Besaran Sampel

Sampel pada penelitian ini adalah populasinya yang telah diketahui, dalam menghitung besar sampel pada penelitian ini dengan menggunakan rumus *slovin* sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{N(d)^2+1} \\
 &= \frac{23.000}{23.000(10\%)^2+1} \\
 n &= 99,5671 \approx 100
 \end{aligned}$$

Keterangan:

- n = Besaran sampel
- N = Besaran populasi
- d = Batas kesalahan (10%)

Berdasarkan rumus *slovin* sampel yang didapatkan dari 23.000 jumlah keseluruhan mahasiswa UII adalah 99,56 dibulatkan menjadi 100. Untuk mengantisipasi kekurangan kuisisioner, peneliti akan melebihkan 10% sehingga didapatkan sampel berjumlah 110.

3.4. Definisi Operasional Variabel

1. Kuesioner yang tercantum pada penelitian merupakan kuesioner yang telah digunakan oleh peneliti sebelumnya yang telah teruji validasi dan reliabilitasnya. Pada kuesioner pengetahuan didapatkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,979, dan kuesioner sikap nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,729 .
2. Kosmetik yang digunakan pada penelitian ini adalah tata rias wajah, perawatan kulit, pewangi tubuh, dan pembersih tubuh.
3. Mahasiswa UII tahun 2018, 2019, 2020, dan 2021 merupakan sampel yang digunakan dalam penelitian ini.
4. Profil penggunaan responden merupakan gambaran kebiasaan responden dalam menggunakan kosmetik.
5. Pengetahuan merupakan tingkatan pemahaman responden terhadap kosmetik aman dan halal. Pengetahuan responden diukur dengan menggunakan kuesioner yang terbagi menjadi 3 skala penilaian berdasarkan nilai rata-rata, yaitu: (Alimul, 2007).
 - a. Baik apabila responden menjawab 76-100%.
 - b. Cukup apabila responden menjawab 56-75%.
 - c. Kurang apabila responden menjawab < 56%.
6. Sikap merupakan penilaian responden akan suatu informasi mengenai keamanan dan kehalalan kosmetik. Sikap responden diukur dengan kuesioner yang terbagi menjadi 2 skala penilaian berdasarkan nilai rata-rata, yaitu: (Alimul, 2007).
 - a. Sikap responden yang baik (positif) bila skornya 3 - 4
 - b. Sikap responden yang tidak baik (negatif) 1 - 2
7. Karakteristik responden pada penelitian adalah usia, jenis kelamin dan program studi.

8. Sumber informasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu teman, saudara, dokter, *beauty vlogger*, iklan, dan sosial media.

3.5. Pengumpulan data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan dan diproses oleh pihak lain sebelumnya, dan kemudian disediakan untuk digunakan oleh orang lain. Penelitian menggunakan kuesioner yang telah tervalidasi dan reliabilitasi sebagai indikator dalam mengukur pengetahuan dan sikap mahasiswa UII terhadap penggunaan kosmetik. Kuesioner yakni ada dua bagian kuesioner pengetahuan dengan indikator benar atau salah dimana jika benar mendapat (1 poin) dan salah mendapat (0 point). Kuesioner yang kedua yakni sikap dengan indikator SS (sangat setuju point 4), S (setuju point 2), TS (tidak setuju point 2), STS (sangat tidak setuju point 1) dengan menggunakan *skala likert* dan *gutman*. *Skala guttman* digunakan untuk mengukur pengetahuan dan *skala likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi mahasiswa UII sebagai berikut (Sugiyono, 2014).

Table 3.1 Penilaian skala *Likert* Sikap

Penilaian	Skor
Sangat setuju	4
Setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Table 3.2. Penilaian *Skala Guttman*

Penilaian	Skor
Baik	76-100%
Cukup	56-75%
Kurang	<56%

3.6. Pengolahan dan Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah secara kuantitatif. Survei yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *skala likert* dan *guttman*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode observasional survei analisis kuantitatif dengan teknik *accidental sampling*, dan menggunakan alat entri data SPSS 26 (*Statistical Produk and Service Solutions*). Dipenelitian ini menggunakan analisis kuantitatif, yakni:

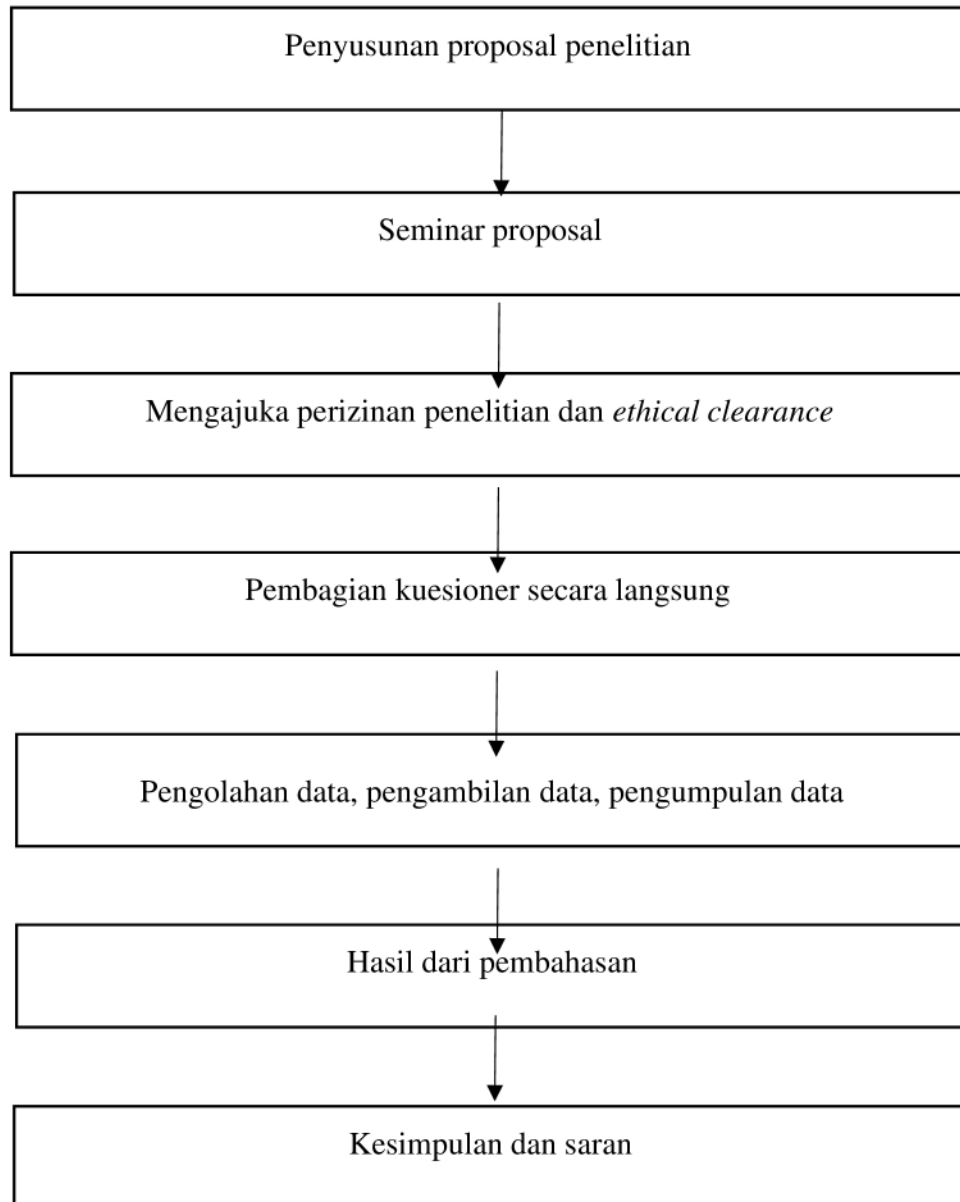
1. Analisis Univariat

Analisis univariat menggunakan analisis persentase dari seluruh responden yang diambil dalam penelitian. Analisis ini dilakukan pada masing-masing variabel yaitu mendeskripsikan karakteristik demografinya, antara lain umur, jenis kelamin, Jurusan/fakultas. Selain itu, hasil kuesioner yang disajikan untuk melihat jumlah responden berdasarkan sikap dan pengetahuan

2. Analisis Bivariat

Analisis bivariat dilakukan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. *Analisis bivariat* dilakukan pada variabel yang dikategorikan dengan menggunakan *uji rank spearman* dengan tingkat kemaknaan $\alpha = 0,05$ karena skala variabel terikat dan variabel bebas adalah kategorik. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka data berkorelasi sedangkan apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka data tidak berkorelasi (Trihendradi, 2010).

3.7. Skema Penelitian



Gambar 3.1 Skema Penelitian

BAB IV PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Universitas Islam Indonesia yang dilaksanakan pada bulan Januari-Februari 2023, dengan jumlah responden sebanyak 110 untuk mengetahui hubungan pengetahuan dengan sikap terhadap keamanan dan kehalalan produk kosmetik. Dilakukan pengambilan data dengan mencari kuesioner terdahulu yang telah teruji validasi dan reliabilitasnya dengan nilai pada kuesioner pengetahuan, didapatkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,979 dan pada kuesioner sikap nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,729. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat dikatakan bahwa kedua kuesioner tersebut memiliki realibilitas yang baik karena nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60, sehingga dapat digunakan untuk pengukuran dalam penelitian (Pramesti W, 2019). Setelah didapatkan kuesioner yang valid, dilakukan pengambilan data kepada 110 responden yang telah memenuhi kriteria inklusi, pengambilan data menggunakan metode *accidental*. Instrumen yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner yang terdiri dari tiga jenis yaitu profil penggunaan, pengetahuan, dan sikap.

4.2. Analisa Karakteristik Responden

Karakteristik responden dianalisis menggunakan *Microsoft Excel 365*. Karakteristik responden yang akan dianalisis meliputi jenis kelamin, usia, dan jurusan responden. Penelitian ini dilakukan di UII dengan jumlah responden sebanyak 110 mahasiswa. Persentase karakteristik responden dapat dilihat pada tabel 4.1.

Table 4.1. Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	Frekuensi	Persentase (%)	
Usia	18	21	19,09%
	19	15	13,64%
	20	15	13,64%
	21	17	15,45%
	22	24	21,82%
	23	18	16,36%

Jenis kelamin	Laki-laki	34	30,91%
	Perempuan	76	69,09%
Program studi	Arsitektur	19	17,27%
	Teknik Sipil	11	10,00%
	Teknik Industri	17	15,45%
	Teknik Lingkungan	10	9,09%
	Analisis Keuangan	11	10,00%
	Hukum	37	33,64%
	Teknik Elektro	5	4,55%

4.2.1. Usia, Jenis kelamin, Program studi

Berdasarkan jawaban responden pada tabel 4.1 hasil analisis jenis kelamin yang paling dominan adalah berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 76 atau 60,09% responden sedangkan berjenis kelamin laki-laki dengan jumlah 34 atau 30,91% responden. Perbedaan ini dapat dijelaskan dengan fakta bahwa perempuan cenderung lebih sering menggunakan kosmetik dibandingkan dengan laki-laki, hal ini dikarenakan faktor sosial dan budaya memainkan peran penting dalam kecenderungan penggunaan kosmetik oleh perempuan.

Analisis karakteristik responden berdasarkan usia pada tabel 4.1 didasarkan pada pembagian usia menurut Depkes (2009) dalam Amin (2017) yaitu masa remaja akhir (17-25 tahun), masa dewasa awal (26-35 tahun), dan masa dewasa akhir (36-45 tahun). Pada penelitian ini menunjukkan rata-rata hasil yang didapatkan adalah masa remaja akhir yaitu 18 tahun berjumlah 21 atau 19,09%, 19 tahun berjumlah 15 atau 13,64%, 20 tahun berjumlah 15 atau 13,64%, 21 tahun berjumlah 17 atau 15,45%, 22 tahun berjumlah 24 atau 21,82%, dan 23 tahun berjumlah 18 atau 16,36%. Berdasarkan usia responden yang digunakan dalam penelitian ini, paling banyak adalah responden yang berumur 22 tahun yaitu sebanyak 24 atau 21,82%.

Pada tabel 4.1 hasil karakteristik program studi menunjukkan distribusi responden dari berbagai fakultas di UII yaitu jurusan Arsitektur sebanyak 19 mahasiswa (17,27%), Teknik Sipil sebanyak 11 mahasiswa (10,00%), Teknik Industri sebanyak 17 mahasiswa (15,45%), Teknik Lingkungan sebanyak 10 mahasiswa (9,09%), Analisis Keuangan sebanyak 11 mahasiswa (10,00%), Hukum

sebanyak 37 mahasiswa (33,64%), dan Teknik elektro sebanyak 5 mahasiswa (4,55%). Responden terbanyak yaitu program studi Hukum maka dari itu mahasiswa Hukum memiliki kontribusi yang signifikan dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Hukum di UII memiliki kesadaran terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan yang melekat pada industri kosmetik.

4.3. Profil Penggunaan Kosmetik Aman

Di bagian profil penggunaan kosmetik, responden akan menjawab serta mengisi pertanyaan tentang pemilihan kosmetik dan kebiasaan dalam menggunakan kosmetik sehari-hari.

4.3.1. Penggunaan Kosmetik yang Telah Memiliki Izin Edar

Pada bagian pertanyaan yang berkaitan dengan penggunaan kosmetik yang telah memiliki izin edar, responden dapat memilih antara dua jawaban yaitu iya dan tidak. Persentase dari jawaban yang telah dipilih oleh responden dapat dilihat pada tabel 4.2

Tabel 4.2. Penggunaan Kosmetik yang Telah Memiliki Izin Edar

Penggunaan Kosmetik yang Telah Memiliki Izin Edar	Frekuensi	Persentase (%)
Iya	107	97,27%
Tidak	3	2,73%

Pada tabel 4.2 diketahui bahwa jumlah responden sebanyak 97,27% telah menggunakan kosmetik yang memiliki izin edar pada kemasannya. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa responden mengetahui keamanan penggunaan kosmetik yang ditandai dengan izin edar pada kemasannya. Nomor oterisasi edar di resmikan oleh BPOM yang diberikan kepada produsen berdasarkan penilaian terhadap kualitas dan kegunaan produk. Bahan kosmetik harus memenuhi persyaratan kualitas kodeks kosmetik atau standar lain yang diakui (BPOM, 2011).

4.3.2. Produk Kosmetik yang Sering Digunakan

Pada bagian pertanyaan mengenai produk yang sering digunakan oleh responden, responden dapat memilih jawaban lebih dari satu produk kosmetik yang digunakan. Persentase produk kosmetik yang sering digunakan dapat dilihat pada tabel 4.3

Tabel 4.3. Produk Kosmetik yang Digunakan

Produk Kosmetik yang Sering Digunakan	Frekuensi	Persentase (%)
Tata rias wajah	60	28,8%
<i>Skin care</i> (perawatan kulit)	77	2,73%
Pewangi tubuh	72	24,83%
Pembersih tubuh	81	27,93%

Kosmetik yang digunakan oleh mahasiswa UII diantaranya adalah produk yang digunakan untuk merias wajah, *skin care*/perawatan kulit, pawangi tubuh yang berfungsi untuk mewangikan, pembersih tubuh seperti sabun cair dan sejenisnya. Dari tabel 4.3 dapat dilihat bahwa produk kosmetik yang sering digunakan oleh responden adalah produk pembersih tubuh dengan persentase sebesar 27,93%. Hal ini dikarenakan pembersih tubuh salah satu contohnya adalah sabun merupakan produk tepat yang digunakan untuk membersihkan kotoran dari permukaan kulit seperti kotoran minyak, keringat, dan sel-sel telah mati (Suryani et al., 2020).

4.3.3. Tempat Membeli Produk Kosmetik

Persentase mengenai tempat untuk membeli produk kosmetik dapat dilihat pada tabel 4.4

Tabel 4.4. Tempat Membeli Produk Kosmetik

Tempat Membeli Produk Kosmetik	Frekuensi	Persentase (%)
Klinik kecantikan	9	6,87%
<i>Online</i>	71	54,20%
Toko kosmetik	50	38,17%
<i>Mall</i>	1	0,76%

Data pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa tempat yang paling banyak diminati oleh responden untuk membelil produk kosmetik adalah online shop dengan hasil 54,20%. Hal ini dikarenakan *online shop* lebih efektif, efisien, mengikuti zaman dan para mahasiswa merasa nyaman karena tidak perlu keluar rumah untuk bisa membeli barang yang jarang ditemukan ditoko (Iratantika, A. 2019).

4.3.4. Merek Kosmetik yang Sering Digunakan

Pada pertanyaan terkait merek kosmetik yang sering digunakan, responden di perbolehkan untuk dapat memilih jawaban lebih dari satu. Persentase hasil dapat dilihat pada tabel 4.5

Tabel 4.5. Merek Kosmetik yang Digunakan

Merek Kosmetik yang Digunakan	Frekuensi	Persentase (%)
Wardah®	45	29,61%
Venus®	2	1,32%
Make Over®	29	19,08%
Viva®	9	5,92%
Pixy®	26	17,11%
Revlon®	4	2,63%
Safi®	1	0,66%
Scarlet®	2	1,32%
Lifeboy®	3	1,97%
Citra®	1	0,66%
Ysl®	1	0,66%
Hugomen®	1	0,66%
Skintific®	4	2,63%
Garnier®	17	11,18%
Luxcrime®	2	1,32%
Ms Glow®	2	1,32%
Npure®	1	0,66%

Somethinc®	2	1,32%
------------	---	-------

Hasil dari persentase pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa merek kosmetik yang banyak digunakan oleh responden adalah Wardah® sebanyak 29,61%. Hal ini dikarenakan Wardah® merupakan salah satu pelopor kosmetik yang memiliki label halal MUI pada kemasannya dan dapat dipastikan terjamin keamanannya. Hal tersebut menjadi nilai tambah juga dapat meyakinkan responden untuk memilih wardah® karena alasan tersebut (Deru *et al*, 2016).

4.3.5. Sumber Informasi Mendapatkan Produk Kosmetik

Persentase mengenai darimana responden mendapatkan informasi produk kosmetik dapat dilihat pada table 4.6

Tabel 4.6. Sumber Informasi

Sumber Informasi	Frekuensi	Persentase (%)
Teman	34	21,25%
Saudara	37	23,13%
Dokter	5	3,13%
<i>Beauty vlogger</i>	46	28,75%
Iklan	37	23,13%
Sosial media	1	0,63%

Pada tabel 4.6 dapat dilihat jawaban terbanyak terkait sumber informasi yang didapatkan oleh responden berasal dari *beauty vlogger* yaitu sebanyak 28,75%, kemudian pada urutan kedua yaitu saudara dan iklan dengan persentase 23,12%. Sedangkan pada jawaban yang lain diantaranya adalah teman, dokter, dan sosial media, hal tersebut menunjukkan bahwa *beauty vlogger* diakui sebagai orang yang memiliki keterampilan, pengetahuan, dan kemampuan yang sangat baik untuk mengkomunikasikan informasi tentang produk kosmetik (Nadia & Nugrahani 2022).

4.3.6. Durasi Pembelian Kosmetik Dalam Satu Bulan

Persentase pembelian kosmetik dalam satu bulan dilihat pada tabel 4.7.

Tabel 4.7. Durasi Membeli Kosmetik

Durasi Membeli Kosmetik	Frekuensi	Persentase (%)
Tidak sekalipun membeli	3	2,73%
Satu kali	82	74,55%
Dua kali	21	19,09%
Tiga kali	1	0,91%
Lebih dari tiga kali	3	2,73%

Berdasarkan tabel 4.7 durasi yang paling banyak dipilih responden adalah sebanyak satu kali dalam jangka waktu satu bulan berjumlah 74,55%. Hasil ini sejalan dengan penelitian Dyzka (2012), terhadap mayoritas responden membeli kosmetik sebulan sekali.

4.3.7. Iritasi Akibat Kosmetik yang Digunakan

Tabel 4.8. Iritasi Akibat Kosmetik

Iritasi Akibat Kosmetik yang Digunakan	Frekuensi	Persentase (%)
Pernah	60	54,55%
Tidak pernah	50	45,45%

Pada tabel 4.8 dapat lihat bahwa jumlah responden sebesar 54,55% pernah mengalami iritasi akibat penggunaan kosmetik yang dimiliki. Selaras dengan penelitian Dwi (2010) di Indonesia angka kejadian ESK (efek samping kosmetik) juga tinggi terbukti dengan selalu dijumpainya kasus ESK pada praktek dermatologi, peningkatan respon ESK ini sebagian besar karena penambahan aditif untuk peningkatan efek pemutihan.

4.3.8. Iritasi yang Dirasakan

Persentase iritasi yang dirasakan pada responden yang memilih jawaban iya pada pertanyaan sebelumnya dilihat pada tabel 4.9. dibawah ini.

Tabel 4.9. Jenis Iritasi

Jenis Iritasi	Frekuensi	Persentase (%)
Kemerahan	41	50,00%
Kulit terasa terbakar	9	10,98%
kulit terkelupas	9	10,98%
Gatal-gatal	23	28,05%

Hasil yang telah didapatkan pada tabel 4.9 menunjukkan bahwa sebanyak 50,00% jawaban responden mengalami iritasi berupa kemerahan. Saat memilih kosmetik sebaiknya memiliki suatu bahan dalam komposisinya, terutama penggunaan yang dapat menimbulkan efek samping. Efek samping kemerahan bisa berasal dari bahan pengawet paraben, yang biasanya ditemukan pada *deodorant*, kosmetik, dan beberapa produk kecantikan lainnya. Zat tersebut dapat menyebabkan kemerahan dan reaksi alergi pada kulit (Pangaribuan 1, 2017)

4.4. Profil Penggunaan Kosmetik Halal

4.4.1. Penggunaan Kosmetik Berlabel Halal

Pada pertanyaan mengenai apakah responden menggunakan kosmetik yang berlabel halal, persentase yang didapatkan dapat dilihat pada tabel 4.10

Tabel 4.10. Kosmetik Berlabel Halal

Menggunakan Kosmetik Berlabel Halal	Frekuensi	Persentase (%)
Iya	109	99,09%
Tidak	1	0,91%

Berdasarkan hasil yang dilihat pada tabel 4.10 bahwa responden yang memiliki kesadaran akan pentingnya menggunakan kosmetik berlabel halal

sebanyak 99,09%. Mengingat mayoritas dari penduduk Indonesia beragama islam sebanyak 89,09%. Kosmetik halal sangat penting bagi kaum muslim sehingga kandungan dalam kosmetik dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk kosmetik (Indika & Lainufar, 2015).

4.4.2. Kosmetik Berlabel Halal yang Dimiliki

Persentase kosmetik berlabel halal yang dimiliki responden dapat di lihat pada tabel 4.11

Tabel 4.11. Kosmetik Halal yang Dimiliki

Kosmetik Halal Yang Dimiliki	Frekuensi	Persentase (%)
Wardah®	43	38,74%
Safi®	20	18%
Venus®	6	5,41%
Citra®	1	0,90%
Make over®	2	1,80%
Garnier®	14	12,61%
Lifeboy®	2	1,80%
Luxcrime®	1	0,90%
N pure®	1	0,90%
Somethinc®	2	1,80%
Ms glow®	1	0,90%
Viva®	2	1,80%
Pixy®	16	14,41%

Hasil pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa responden banyak menggunakan kosmetik merek Wardah® dengan persentase 38,74% sebagai pilihan kosmetik berlabel halal. Wardah® adalah perusahaan kosmetik yang berdiri sejak tahun 1995 keunggulan diantaranya memiliki sertifikat halal LPPOM MUI. Label halal dapat menjadi jaminan bahwa produk yang digunakan aman dan sesuai dengan keyakinan (LPPOM MUI, 2008).

4.4.3. Sumber Informasi yang Menyatakan Produk Kosmetik Halal

Sumber informasi yang didapatkan dari responden dapat dilihat pada tabel 4.12.

Tabel 4.12. Sumber Informasi

Sumber Informasi	Frekuensi	Persentase (%)
Teman	41	21,13%
Saudara	33	17,01%
Dokter	3	1,55%
<i>Beauty vlogger</i>	36	18,56%
Selebirtiy	6	3,09%
Iklan	50	25,77%
Tertulis pada produk	1	0,52%
<i>Instagram</i>	1	0,52%
Internet	21	10,82%
Ibu	2	1,03%

Berdasarkan tabel 4.12 dapat dilihat bahwa responden mendapatkan informasi terhadap kosmetik halal dari Iklan TV (televisi). Dengan iklan televisi responden dapat mengidentifikasi kosmetik yang diperlukan sesuai dengan harapan. Iklan televisi mempunyai kemampuan yang kuat untuk mempengaruhi serta membangun persepsi masyarakat (Kotler, 2005).

4.4.4. Kesadaran Akan Kebutuhan Menggunakan Kosmetik Berlabel Halal

Persentase mengenai kesadaran responden akan kebutuhan menggunakan kosmetik yang memiliki label halal pada kemasan dilihat pada tabel 4.13.

Tabel 4.13. Kesadaran Menggunakan Kosmetik

Kesadaran Akan Menggunakan Kosmetik Halal	Frekuensi	Persentase (%)
Iya	107	97,27%
Tidak	3	2,73%

Berdasarkan hasil yang dilihat pada tabel 4.13 bahwa responden yang memiliki kesadaran akan pentingnya menggunakan kosmetik yang berlabel halal sebanyak 97,27%. Hal ini menunjukkan bahwa responden muslim sudah mengetahui pentingnya kosmetik berlabel halal karena mencerminkan karakter muslim yang mengikuti syariat islam, karena terlindungi dari bahan haram dan tidak terpengaruh amal ibadah (Intansari, 2017).

4.4.5. Alasan Memilih Produk Kosmetik Berlabel Halal

Persentase alasan responden memilih produk kosmetik halal dapat dilihat pada tabel 4.14.

Tabel 4.14. Alasan Memilih Kosmetik Halal

Alasan Memilih Kosmetik Berlabel Halal	Frekuensi	Persentase (%)
Perintah agama	43	35,83%
Pengaruh lingkungan	14	11,67%
keadaan dalam diri sendiri	63	52,50%

Pada tabel 4.14. dapat dilihat bahwa jawaban responden mengenai alasan menggunakan produk kosmetik berlabel halal adalah karena adanya kesadaran dalam diri dengan hasil 52,50% (Kotler, 2017).

4.4.6. Kepuasan Menggunakan Kosmetik Berlabel Halal

Persentase mengenai kepuasan responden saat menggunakan kosmetik halal dapat dilihat pada tabel 4.15.

Tabel 4.15. Puas Menggunakan Kosmetik

Puas Menggunakan Kosmetik Halal	Frekuensi	Persentase (%)
Iya	105	95,45%
Tidak	5	4,55%

Data yang disajikan pada tabel 4.15 menunjukan bahwa sebanyak 95,45% responden merasa puas dengan penggunaan produk kosmetik yang kemasannya

sudah memiliki tanda halal. Responden puas dengan kosmetik halal karena tidak mengandung bahan yang dilarang sehingga tidak mempengaruhi praktik keagamaan (Intansari, 2017).

4.4.7. Alasan Merasa Puas Menggunakan Kosmetik Berlabel Halal

Tabel 4.16. Alasan Puas Menggunakan Kosmetik

Alasan Puas Menggunakan Kosmetik Halal	Frekuensi	Persentase (%)
Murah	38	31,67%
Berkualitas	23	19,17%
Terpercaya	59	49,17%

Tabel 4.16 menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap alasan memilih kosmetik yang berlabel halal adalah sebanyak 49.17%. Produk terpercaya karena responden mempercayai khasiat pada atribut produk yaitu memiliki label halal pada kemasannya. Dalam pembuatannya sesuai dengan kriteria pada persyaratan sertifikat halal MUI pada bagian I tentang kriteria sistem jaminan halal (Pengkajian, 2008).

4.4.8. Mengganti Kosmetik yang Digunakan

Persentase terkait jumlah responden yang mengganti kosmetik yang tengah digunakan dilihat pada tabel 4.17.

Tabel 4.17. Mengganti Merek Kosmetik Halal

Mengganti Merek Kosmetik	Frekuensi	Persentase (%)
Iya	61	55,45%
Tidak	49	44,55%

Berdasarkan hasil yang dapat dilihat pada tabel 4.17 yang menunjukkan bahwa responden yang mengganti kosmetik yang digunakan sebanyak 55.45%. Hal ini selaras dengan penelitian Tringani *et al*, (2011). Mengganti kosmetik yang

dilakukan tanpa evaluasi terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian dapat meningkatkan resiko iritasi.

4.4.9. Alasan Mengganti Kosmetik yang Sedang Digunakan

Persentase mengenai alasan responden yang mengganti kosmetik yang sedang digunakan dapat dilihat pada tabel 4.18.

Tabel 4.18. Alasan Mengganti Kosmetik

Alasan Mengganti Kosmetik	Frekuensi	Persentase (%)
Mengalami iritasi atau tidak cocok	24	36,36%
Mencari harga yang lebih murah	10	15,15%
Tertarik iklan	25	37,88%
Mengikuti <i>zaman</i>	6	9,09%
Sesuai kebutuhan kulit	1	1,52%

Berdasarkan hasil yang telah didapatkan menunjukkan bahwa responden mengganti produk kosmetik yang digunakan dengan produk baru yaitu alasannya karena mengalami iritasi atau tidak cocok yaitu sebanyak 36,36%. Reaksi iritasi juga dapat bergejala seperti jerawat atau penyakit yang telah ada seperti dermatitis seboroik (Intansari, 2007).

4.5. Tingkat Pengetahuan Responden Terhadap keamanan dan Kehalalan Kosmetik

Tingkat pengetahuan responden terhadap keamanan dan kehalalan kosmetik dapat dilihat melalui jawaban yang telah diberikan responden pada pertanyaan yang telah tersedia dapat dilihat pada tabel 4.19.

Tabel 4.19. Data Distribusi Jawaban Pengetahuan Responden terhadap keamanan dan Kehalalan Kosmetik

Pernyataan		n (%)	
No.	Kehalalan	Benar	Salah
1.	Produk kosmetik yang telah memiliki nomor izin dari BPOM belum terjamin halal.	64 (58,18)	46 (41,82)

2.	Kosmetik yang terbuat dari bahan suci tetapi mengandung bahan yang berbahaya termasuk kosmetik halal.	86 (78,18)	24 (21,82)
3.	Kosmetik yang digunakan pada bagian luar tubuh namun mengandung bahan najis atau haram kecuali babi tidak diperbolehkan.	23 (20,91)	87 (79,09)
4.	Semua kosmetik yang mengandung gelatin, dan kolagen yang bersifat meragukan sebaiknya dihindari untuk digunakan.	99 (90,00)	11 (10,00)
Keamanan			
1.	Kosmetik memiliki nomor izin edar dari BPOM dipastikan aman.	110 (100,00)	0 (0,00)
2.	Kosmetik yang memiliki nomor izin edar namun tidak terdaftar dalam <i>website</i> resmi BPOM adalah kosmetik ilegal atau tidak aman.	106 (96,36)	4 (3,64)
3.	Kosmetik yang berfungsi untuk memutihkan wajah dengan kandungan hidrokuinon, merkuri, dan timbal termasuk bahan kosmetik yang aman digunakan.	108 (98,18)	2 (1,82)
4.	Ciri-ciri kosmetik aman adalah yang memiliki warna mencolok, berbau menyengat dan menghasilkan efek instan.	108 (98,18)	2 (1,82)
5.	Kosmetik yang memiliki ciri-ciri berubah warna (keruh) atau lebih muda, aroma menyengat, dan berjamur sudah tidak dapat digunakan.	101 (91,82)	9 (8,18)
6.	Kosmetik impor yang beredar di Indonesia sudah dipastikan aman.	87 (79,09)	23 (20,91)

Pada tabel 4.19 mengenai pengetahuan kehalalan kosmetik, pada poin pertama untuk produk kosmetik yang sudah memiliki nomor izin edar BPOM belum terjadi halal, 58,18% responden menjawab benar, namun sebagian responden menjawab salah yaitu 41, 82%. Responden berpendapat bahwa kosmetik yang telah memiliki nomor izin edar sudah dijamin kehalalannya. Nomor izin edar diberikan oleh BPOM sedangkan label halal diberikan oleh LPPOM MUI, kosmetik dapat dikatakan halal apabila telah mendapatkan sertifikat dengan melalui beberapa tahap untuk membuktikan bahwa bahan dan proses produksi telah memenuhi standar LPPOM MUI (LPPOM MUI, 2008).

Pada poin kedua terhadap kosmetik yang menggunakan bahan suci tetapi mengandung bahan berbahaya termasuk kosmetik halal, dijawab benar 78,18% oleh responden. Bahan berbahaya dilarang karena dapat membahayakan bagi pengguna, dijelaskan QS. *Al-Baqarah*:195 yang berbunyi “Dan janganlah jatuhkan dirimu dalam kebinasaan”. Ayat tersebut mengandung makna untuk melindungi dari hal-hal yang berbahaya dan merugikan.

Pertanyaan ketiga terhadap kosmetik yang digunakan diluar tubuh tetapi mengandung bahan najis kecuali babi tidak di perbolehkan untuk digunakan 20,91% responden menjawab dengan benar. Yang dimaksud bahan najis kecuali babi adalah diantaranya plasenta, jika plasenta yang digunakan berasal dari hewan halal maka keputusannya boleh atau mubah, tetapi jika plasenta yang digunakan berasal dari bangkai hewan halal maka penggunaannya haram atau dilarang (MUI,2011). Pertanyaan keempat terhadap kosmetik yang mengandung gelatin dan kolagen yang bersifat meragukan sebaiknya dihindari untuk digunakan 90,00% responden yang menjawab dengan jawaban benar. Bahan yang digunakan dalam kosmetik harus suci, transparan (tidak diragukan lagi) dan tidak beracun. Gelatin dan kolagen adalah hewani halal menurut syariat islam dan suci jika disembelih dengan syariat islam. Namun jika yang digunakan adalah hewan yang dharamkan dan tata caranya tidak sesuai dengan syariat islam maka dilarang atau haram (LPPOM MUI, 2008).

Pada tabel 4.19 tentang pengetahuan keamanan kosmetik. Point pertama mengenai bahwa kosmetik yang memiliki nomor izin edar dari BPOM dipastikan aman, 100,00% yang menjawab dengan benar. BPOM mengedarkan nomor izin edar secara resmi sebagai jaminan bahwa produk tersebut aman, berkhasiat atau bermanfaat (BPOM, 2020).

Pertanyaan kedua terhadap kosmetik yang memiliki nomor izin edar namun tidak terdaftar dalam *website* resmi BPOM adalah kosmetik ilegal atau tidak aman, 96,36% responden menjawab dengan jawaban benar dan 3,64% responden menjawab dengan jawaban salah. Untuk memudahkan masyarakat mengetahui status keamanan produk, BPOM memberikan sarana yang berbentuk aplikasi cek

BPOM yang berguna untuk mendapatkan informasi tersebut. Jika tidak ada nomor izin edar di *website*, dapat dipastikan kosmetik tersebut palsu.

Pertanyaan ketiga terhadap kosmetik yang berfungsi untuk memutihkan wajah dengan kandungan hidrokuinon, merkuri dan timbal termasuk bahan kosmetik yang aman digunakan, 98,18% responden menjawab dengan benar dan 1,82% responden menjawab dengan salah. Menurut Peraturan Kepala BPOM RI No. 18 Tahun 2015 tentang Persyaratan Teknis Bahan Kimia, bahan hidrokuinon penggunaannya dibatasi hanya untuk sediaan kuku dengan jumlah maksimal adalah 0,02%. Sedangkan pada Peraturan Kepala Badan POM Nomor 12 tahun 2019 tentang Persyaratan Cemarkan Mikroba dan Logam Berat dalam Kosmetika menyebutkan jumlah Merkuri tidak boleh lebih dari 1mg/kg, dan Timbal tidak boleh lebih dari 20mg/kg. Jumlah tersebut harus dibatasi dan dapat berbahaya apabila digunakan secara berlebihan. Poin keempat terhadap kosmetik aman adalah yang memiliki ciri-ciri berwarna mencolok, berbau menyengat dan menghasilkan efek instan, sebanyak 98,18% responden menjawab dengan benar.

Poin kelima tentang pertanyaan ciri-ciri kosmetik yang berubah warna (keruh) atau lebih muda, aroma menyengat, dan berjamur sudah tidak dapat digunakan, sebanyak 91,82% responden menjawab dengan benar. Ciri-ciri tersebut merupakan ciri kosmetik yang berbahaya, jika penggunaan yang terlalu lama pada kulit dapat merusak organ tubuh (Erasiska dkk, 2015). Pernyataan terhadap kosmetik impor yang beredar di Indonesia sudah dipastikan aman, sebanyak 79,09% responden menjawab dengan benar. Tidak semua kosmetik impor yang berada di Indonesia adalah aman. Sebanyak 5.900 produk kosmetik impor mengandung bahan berbahaya dengan nilai ekonomi mencapai lebih dari Rp. 20,5 miliar. Untuk itu, peredaran kosmetik impor di Indonesia dibatasi (Peraturan Menteri Perdagangan, 2018).

Tabel 4.20. Kategori Tingkat Pengetahuan Responden Terhadap Keamanan Dan Kehalalan Kosmetik

Pengetahuan	Frekuensi	Persentase (%)
Baik	82	74,55%
Cukup	23	20,91%
Kurang	5	4,55%

Pada tabel 4.20 diketahui bahwa responden dengan kategori pengetahuan baik sejumlah 74,55%, responden dengan tingkat pengetahuan cukup 20,91%, dan responden dengan tingkat pengetahuan kurang 4,55%. Nilai terendah dari jawaban responden adalah sebesar 50, sedangkan nilai tertinggi adalah 100. Hasil yang didapatkan pada kategori tingkat pengetahuan yang baik, cukup, dan kurang memiliki selisih yang lumayan banyak. Pengetahuan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti pendidikan, informasi/media massa, lingkungan, pengalaman, usia, sosial budaya dan ekonomi (Notoatmodjo, 2012). Pengetahuan responden terhadap keamanan dan kehalalan produk kosmetik salah satunya dipengaruhi oleh sumber informasi, hal ini akan memberikan landasan kognitif baru sehingga akan terbentuk pengetahuan terhadap hal tersebut (Budiman dan Riyanto, 2013).

4.6. Tingkat Sikap Responden Terhadap Keamanan dan Kehalalan Kosmetik

Tingkat sikap responden mengenai keamanan dan kehalalan kosmetik dapat digambarkan melalui jawaban yang berikan pada pertanyaan yang telah tersedia dapat dilihat pada tabel 4.21.

Tabel 4.21. Data Distribusi Jawaban Sikap Responden Terhadap Keamanan dan Kehalalan Kosmetik

Pernyataan		n (%)			
No.	Kehalalan	SS	S	TS	STS

1.	Saya tidak pernah memperhatikan label halal MUI pada saat membeli kosmetik.	3 (2,73)	3 (2,73)	57 (51,82)	47 (42,73)
2.	Menurut saya kosmetik yang tidak berasal dari produsen resmi (pabrik) pasti terjamin halal.	0 (0,00)	3 (2,73)	70 (63,64)	37 (33,64)
3.	Sebelum memutuskan untuk membeli kosmetik saya akan memperhatikan bahan yang tercantum pada kemasan kosmetik.	67 (60,91)	40 (36,36)	3 (2,73)	0 (0,00)
4.	Menurut saya saat membeli kosmetik sebaiknya dicek kehalalan produk melalui MUI secara <i>online</i> .	8 (7,27)	98 (89,09)	4 (3,64)	0 (0,00)
5.	Saya lebih suka membeli kosmetik yang tidak mengandung alkohol.	25 (22,73)	81 (73,64)	4 (3,64)	0 (0,00)
6.	Menurut saya semua kosmetik yang mengandung bahan dari babi termasuk halal	1 (0,91)	2 (1,82)	8 (7,27)	99 (90,0)
7.	Menurut saya kosmetik yang mengandung bahan berasal dari plasenta bayi boleh digunakan	1 (0,91)	16 (14,55)	13 (11,82)	80 (72,73)
Keamanan					
1.	Menurut saya saat membeli kosmetik	28 (25,45)	79 (71,82)	3 (2,73)	0 (0,00)

	harus memperhatikan nomor registrasi izin edar.				
2.	Menurut saya kosmetik yang tidak mencantumkan nomer registrasi pada kemasannya dapat berbahaya bagi kulit	41 (37,27)	65 (59,09)	4 (3,64)	0 (0,00)
3.	Menurut saya semua kosmetika import yang beredar di Indonesia sudah terjamin keamanannya.	2 (1,82)	8 (7,27)	95 (86,36)	5 (4,55)
4.	Saya selalu membaca informasi yang tercantum dalam kemasan kosmetik	91 (82,73)	17 (15,45)	1 (0,91)	1 (0,91)
5.	Saya tetap menggunakan kosmetik yang sudah melewati tanggal kadaluarsa	1 (0,91)	5 (4,55)	41 (37,27)	63 (57,27)

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel 4.21 pada pertanyaan saat membeli kosmetik sebaiknya dicek melalui *website* LPPOM MUI untuk mendapatkan informasi kehalalan kosmetik, sebanyak 3,64% responden tidak setuju. Kosmetik yang sudah memiliki label halal tidak menjadi jaminan bahwa kosmetik tersebut benar-benar halal. Penemuan BPOM yang menemukan produk yang sudah memiliki label halal pada kemasannya namun terbukti mengandung bahan babi (Cholil et al, 2009).

Pada pernyataan membeli produk kosmetik yang tidak mengandung alkohol, kurang lebih 96% responden menjawab setuju. Alkohol merupakan bahan pelarut organik dalam kosmetika, seperti halnya eter, aseton, dan kloroform. Bahan-bahan

tersebut cenderung dapat menimbulkan reaksi iritasi pada kulit. Pemakaian alkohol dalam jumlah yang dibolehkan (aman) untuk kosmetika adalah alkohol 20-40% dengan bahan dasar air. Alkohol sendiri terbagi menjadi beberapa macam, yaitu *khamr*, etanol dan hasil samping industri *khamr*. Pada kosmetik yang diperbolehkan digunakan sebagai bahan kosmetik adalah jenis etanol yang diproduksi dari industri bukan *khamr* sehingga hukumnya suci (LPPOM, 2008).

Poin keenam mengenai semua kosmetik yang mengandung bahan babi termasuk halal sebanyak 90,00% responden menjawab sangat tidak setuju, namun terdapat sebagian kecil yaitu 3 responden menjawab setuju. Pada *QS. Al-Baqarah: 172-173* menyatakan bahwa babi adalah hewan haram, dalam penggunaannya sebagai kosmetik sebaiknya dihindari agar tidak mengurangi nilai ibadah. Pernyataan kosmetik yang mengandung bahan berasal dari plasenta bayi boleh digunakan sebesar 14,55% responden menjawab setuju, dan sebesar 72,23% responden menjawab sangat kurang setuju. Plasenta atau lebih dikenal dengan ari-ari adalah suatu media yang berkembang di dalam rahim selama masa kehamilan yang berfungsi untuk memberikan nutrisi dari induk kepada embrio. Sumber plasenta bisa berasal dari manusia dan hewan (sapi, kambing, biri-biri, domba maupun babi). Kebanyakan plasenta yang digunakan dalam produk kosmetika adalah ekstrak plasenta, plasenta yang boleh digunakan sebagai bahan kosmetik adalah plasenta yang berasal dari hewan halal yang digunakan untuk kosmetik luar sedangkan plasenta bayi diharamkan untuk digunakan (MUI, 2011).

Selanjutnya pada bagian keamanan, pernyataan nomor 1 dan 2 mengenai nomor izin edar, kurang lebih sebanyak 3% menjawab tidak setuju dan kurang lebih 70% responden menjawab setuju. Saat membeli suatu produk sebaiknya memperhatikan nomor izin edar, nomor izin edar menunjukkan kelayakan produk dan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan pemerintah dalam PP No. 96 tahun 1999 tentang label dan iklan pangan. Selanjutnya pada pernyataan mengenai semua kosmetik impor yang beredar di Indonesia terjamin keamanannya, sebanyak 86,36% responden menjawab kurang setuju. Sepanjang tahun 2017 sebanyak 756.495 produk kosmetik impor ilegal yang ditemukan oleh BPOM, diantaranya

5.900 produk kosmetik impor mengandung bahan berbahaya dengan nilai keekonomian mencapai lebih dari Rp.20,5 miliar. Pada pernyataan mengenai membaca informasi yang tercantum dalam kemasan kosmetik, kurang lebih 2% responden menjawab tidak setuju. Membaca informasi bahan yang terkandung dalam kosmetik penting dilakukan agar responden terhindar dari kosmetik bahaya dan iritasi kulit akibat reaksinya dengan kulit.

Kemudian pada pernyataan mengenai menggunakan kosmetik yang sudah melewati tanggal kadaluarsa, sebanyak 57,27% responden menjawab sangat tidak setuju. Kosmetik mengandung bahan pengawet yang digunakan untuk menghilangkan pengaruh kuman yang dapat mengkontaminasi kosmetik, sehingga kosmetik dapat stabil dan tidak mudah kadaluarsa. Setelah produk melewati tanggal kadaluarsa, pengawet dapat berhenti bekerja sehingga kosmetik dapat terkontaminasi oleh kuman dan lain sebagainya. Apabila kosmetik kadaluarsa masih digunakan, maka akan dapat menimbulkan iritasi kulit dan berbagai efek samping lainnya (Pangaribuan, 2017).

Tabel 4.22. Kategori Tingkat Sikap Responden Terhadap Keamanan dan Kehalalan Kosmetik

Sikap	Frekuensi	Persentase (%)
Positif	108	98,18%
Negatif	2	1,82%

Pada tabel 4.22 diketahui bahwa responden dengan kategori sikap positif sejumlah 98,18%, dan responden dengan tingkat sikap negatif sejumlah 1,82%. Selisih yang didapatkan antara sikap positif dan negative terbilang jauh. Nilai terendah yang diperoleh oleh responden dalam menjawab pertanyaan sikap adalah 45,83, sedangkan nilai tertinggi adalah 81,25. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi sikap, antara lain pengalaman pribadi, budaya, sosial (Kotler P, 2016).

4.7. Hubungan Pengetahuan dengan Sikap Terhadap Keamanan dan Kehalalan Produk Kosmetik Pada Responden

Analisis hubungan pengetahuan dengan sikap terhadap kosmetik aman dan halal dilakukan menggunakan uji korelasi *rank spearman* yang terdapat pada aplikasi IBM SPSS Statistik 26. Pada penelitian ini uji *rank spearman* digunakan untuk menguji keselarasan data berskala dengan pengukuran ordinal dan nominal.

Tabel 4.23. Hasil Uji Statistik Hubungan Pengetahuan dengan Sikap Terhadap Keamanan Dan Kehalalan Kosmetik

		<i>Correlations</i>		
			Pengetahuan	Sikap
<i>Spearman's rho</i>	Pengetahuan	<i>Correlation Coefficient</i>	1.000	.216*
		<i>Sig. (2-tailed)</i>	.	.024
		<i>N</i>	110	110
		Sikap	<i>Correlation Coefficient</i>	.216*
		<i>Sig. (2-tailed)</i>	.024	.
		<i>N</i>	110	110

*. *Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).*

Test korelasi *non parametrik* yang telah ditampilkan pada tabel 4.23 mengenai hubungan antara pengetahuan dengan sikap terhadap keamanan dan kehalalan kosmetik mendapatkan nilai signifikansi yang diketahui nilai *sig (2-tailed)* sebesar $0,024 < 0,05$ maka H_0 ditolak, yang artinya terdapat hubungan antara pengetahuan dengan sikap dan korelasi antara variabel X (Pengetahuan) dan Y (Sikap) menunjukkan angka korelasi positif sebesar +0,216 yang artinya tingkat kekuatan korelasi cukup (Trihendradi, 2010).

Adanya hubungan tersebut menandakan bahwa terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi sikap seseorang terhadap keamanan dan kehalalan produk kosmetik. Faktor tersebut seperti faktor budaya, psikologis, dan ekonomi yang dapat mempengaruhi sikap serta perilaku konsumen dalam memilih kosmetik (Kotler dan Armstrong 2008).

Penelitian (Lestari, 2020) menyatakan bahwa ada hubungan yang signifikan antara pengetahuan dengan sikap, dan terdapat hubungan positif yang signifikan antara agama dengan sikap mahasiswa muslim di 4 universitas di Malang dalam memilih produk kosmetik halal. Pengaruh agama terhadap sikap mengenai produk halal juga ditemukan pada penelitian (Larasati *et al.*, 2018) khususnya produk kosmetik halal, disebutkan bahwa agama konsumen muslimah memiliki nilai signifikansi positif terhadap sikap mengenai produk kosmetik halal dimana semakin tinggi nilai agama maka semakin tinggi pula nilai sikap terkait produk kosmetik halal.

4.8. Keterbatasan penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada saat pelaksanaannya, diantaranya yaitu kondisi sekitar yang mempengaruhi responden pada saat pengisian kuesioner. Hal ini menyebabkan responden tidak lengkap mengisi kuesioner yang telah disediakan peneliti.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah:

1. Pengetahuan mahasiswa Universitas Islam Indonesia terhadap keamanan dan kehalalan produk kosmetik dengan kategori baik yaitu sebesar 74,55%, kategori cukup memperoleh hasil sebesar 20,91%, dan pada tingkat pengetahuan kurang sebesar 4,55%.
2. Sikap mahasiswa Universitas Islam Indonesia terhadap keamanan dan kehalalan produk kosmetik dalam kategori positif memperoleh hasil sebesar 98,18% dan kategori negatif sebesar 1,82%.
3. Terdapat hubungan antara pengetahuan dengan sikap mahasiswa Universitas Islam Indonesia terhadap keamanan dan kehalalan kosmetik, nilai signifikansinya yaitu 0,024 dan angka korelasi positif sebesar +0,216 yang menunjukkan tingkat kekuatan korelasi dalam kategori cukup.

5.2.Saran

Peneliti berharap pada penelitian selanjutnya dapat mengembangkan metode pengambilan data secara *online* agar penyebaran bisa lebih luas tidak hanya di UII, serta menggunakan bahasa yang mudah dimengerti, hindari penggunaan kata yang ambigu, dan sediakan intruksi yang jelas agar mudah dipahami.

DAFTAR PUSTAKA

- Alimul Hidayat, A Aziz. 2007. Metode Penelitian Keperawatan dan Teknik Analisis Data. Jakarta: Salemba Medika
- Asra, A., Irawan, P.B., & Purwanto, A. (2015). Metode Penelitian Survei. In Media.
- Azimmi, N., & Zaitul. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Keterampilan Dan Sikap Terhadap Kinerja Guru SMA Negeri 1 Bonjol Kabupaten Pasaman. *Sinmag*, 6(4), 249–255.
- Azlika, Y. (2021). Hubungan pengetahuan dan sikap dengan tindakan penggunaan produk pemutih wajah pada ibu-ibu di desa purwasari kecamatan pelepat ilir. *Skripsi, Fakultas Farmasi Universitas Perintis Indonesia. Padang.*
- Aziz, A., & Musyafa, S. (2020). Tugas dan Wewenang Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dalam Rangka Perlindungan Konsumen Pendahuluan Saat ini pertumbuhan ilmu pengetahuan dan dorongan berusaha untuk memenuhi kebutuhan . 1 Apalagi kehidupan manusia , sehingga merasa telah mencapai. *Al-Qanun*, 23(1), 193–214
- BPOM. (2011). Badan Pengawas Obat dan Makanan. BPOM 11, 1–16.
- BPOM. (2017). Peraturan Kepala Badan Pengawasan Obat dan Makanan. Peraturan Kepala BPOM No. 24 Tahun 2017, 4–8.
- BPOM. (2018). Standar Pelayanan Publik di Lingkungan Badan Pengawas Obat dan Makanan.
- BPOM. (2019). Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 23 Tahun 2019 Tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetik. BPOM, 2010, 1–16.
- BPOM. (2020). Badan pengawas obat dan makanan.
- Darmalaksana, W. (2021). Kosmetik Halal sebagai Lifestyle untuk Kesehatan: Studi Takhrij dan Syarah Hadis. *Al-Tadabbur: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir*, 148, 148–162.
- Indika, D. R., & Lainufar, S. 2015. *Eksplorasi sikap konsumen terhadap kosmetik halal (studi kasus:wardah)*. 55–64.
- Intansari D. (2017). Pemilihan Kosmetik Berlabel Halal.
- Irantatika, A. (2019). *Perilaku Konsumen Online Shop Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unm.*
- Jany, P *et al.* 2009. Kosmetik. *Friseurfachkunde*, 239–316.

- Khairuzzaman, M. Q. (2016). Hubungan Pengetahuan Dengan Sikap Pemilihan Kosmetika Perawatan Kulit Wajah Mahasiswa Jurusan Tata Rias Dan Kecantikan Universitas Negeri Padang Asshara. *4*(1), 64–75.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia., 2016. Pameran Produk Industri Makanan dan Minuman.
- Kotler, P. and Armstrong, G., 2005. Manajemen Pemasaran jilid I dan II. Jakarta: PT. Indeks
- Kotler P, K. (2016). Marketing Management 15th edition. *England: Pearson Education*, Hlm 173.
- Larasati, A et al. 2018. *Religiusitas dan Pengetahuan Terhadap Sikap dan Intensi Konsumen Muslim untuk Membeli Produk Kosmetik Halal*.105–114.
- Lestari, A. (2020). *The Effect Of Religiosity On The Purchase Intention Halal Cosmetics Through Attitude (Studies On Muslim At Several Universities In Malang, Indonesia)*. *22*(1), 203–211.
- LPPOM MUI., 2008. Panduan Umum Sistem Jaminan Halal. Penerbit LPPOM MUI: Jakarta.
- LPPOM MUI., 2011. Fatwa MUI Nomor 30 tentang Penggunaan Plasenta Hewan Halal untuk Bahan Kosmetika dan Obat Luar. Jakarta.
- Notoatmodjo, S., 2010. Promosi Kesehatan: Teori dan Aplikasi. Jakarta. Rineka Cipta. Hlm 180-183.
- Nugroho, L. (2020). Pengetahuan Konsumen Vis A Vis Perubahan Perilaku Konsumen Pada Era Digital. *Perilaku Konsumen Dan Perkembangannya Di Era Digital, 1*, 65–77.
- Nadia, R. A., & Nugrahani, R. U. 2022. Pengaruh *Beauty Vlogger Lippielust* Terhadap Brand Awareness Produk Secondate Rachma Program Studi Ilmu Komunikasi, F. K. dan B. U. T.. *10*, 188–199.
- Pramesti W. (2019). Gambaran Tingkat Pengetahuan Dan Sikap Terhadap keamanan Dan Kehalalan Kosmetik Pada Mahasiswa Fakultas Psikolog Dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia. In *Carbohydrate Polymers* (Vol. 6, Issue 1).
- Putri, T. C., & Gunawan, C. 2022. Jurnal ekonomi, manajemen, bisnis dan sosial. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial, 1*(2), 56–65.
- Pangaribuan L. (2017). Efek Samping Kosmetik Dan Penanganannya Bagi Kaum Perempuan, *15*(2), 20–28.
- Pengkajian, L., & Dan, P. O. (2008). SISTEM JAMINAN HALAL LPPOM –

MUI.

Ramlan, R., & Nahrowi, N. (2014). Sertifikasi Halal Sebagai Penerapan Etika Bisnis Islami Dalam Upaya Perlindungan Bagi Konsumen Muslim. *AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah*, 17(1), 145–154.

Suryani, A *et al.* 2017. *Kajian Penggunaan Lidah Buaya (Aloe Vera) Dan Bee Pollen Pada Pembuatan Sabun Opaque*. 40–45.

Zelika, *et al.* 2017 Presepsi Tentang Perayaan Pengucapan Syukur Minahasa (Studi Komunikasi Antar Budaya Pada Mahasiswa Luar Sulawesi Utara Di Fispol Unsrat), VI(1).

NO	Jenis Kegiatan	Bulan Ke-				
		9	10	11	12	1
1	Persiapan					
2	Pengambilan data					
3	Olah Data & Analisis					
4	Penyusunan Laporan					

Lampiran 1

Surat Persetujuan

Dengan Hormat

Kepada YTH Bapak/Ibu/Saudara/Saudari responden,

Peneliti atas nama:

Nama : SHINTA ANTANUR CHOLIFAH

NIM 18613120

Jurusan : Farmasi

Meminta kesediaan responden atas nama (boleh inisial):

Nama :

Usia :

Jenis kelamin :

Jurusan/Semester :

Untuk bersedia menjadi subyek penelitian pada penelitian saya yang berjudul **“HUBUNGAN PENGETAHUAN DENGAN SIKAP TENTANG KEAMANAN DAN KEHALALAN KOSMETIK PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA”** tanpa satu paksaan dari pihak manapun, dengan ketentuan apabila ada hal-hal yang tidak berkenan pada responden, maka responden berhak mengajukan pengunduran diri dari kegiatan penelitian ini. Peneliti akan memberi sedikit kompensasi untuk waktu yang telah diberikan sebagai bentuk ucapan terimakasih atas partisipasi dalam penelitian ini.

Mohon responden menandatangani form dibagian bawah ini apabila setuju menjadi subyek penelitian.

Yogyakarta, 2023

Responden penelitian

(... ..)

Lampiran 2

KUESIONER

PETUNJUK PENGISIAN

1. Pengisian kuesioner ini semata-mata untuk tujuan ilmiah dan pengembangan ilmu pengetahuan semua pilihan jawaban dan pendapat saudara akan dirahasiakan oleh peneliti.
2. Isi dan pilih salah satu jawaban atas pernyataan-pernyataan yang diajukan dengan memberi tanda (√) pada jawaban yang anda pilih.
3. Pastikan bahwa jawaban-jawaban yang ada berikan adalah jawaban yang jujur, apa adanya dan sesuai dengan kenyataan.

A. PROFIL PENGGUNAAN KOSMETIK

Keamanan Kosmetik

1. Apakah anda menggunakan produk kosmetik yang memiliki izin edar?
 - a. Iya
 - b. Tidak
2. Apa produk kosmetik yang paling sering anda gunakan?
(...) *Make-up*
(...) Skin care (perawatan kulit)
(...) Parfum tubuh
(...) Pembersih tubuh (sabun dan sampo)
3. Dimanakah anda membeli produk kosmetik ?
 - a. Klinik kecantikan
 - b. *Online*
 - c. Toko kosmetik
 - d. Lain-lain (.....)
4. Apakah merek kosmetika yang anda gunakan ?
(...) Wardah®
(...) Venus®
(...) Make over®
(...) Viva®
(...) Pixy®

- (...) Revlon®
 (...) Lain-lain (.....)
5. Dari mana anda mendapatkan informasi mengenai produk tersebut?
- (.) Teman
 (.) Saudara
 (.) Dokter
 (.) *Beauty vlogger*
 (.) Iklan
 (...) Lain-lain (.....)
6. Berapa kali anda membeli kosmetik dalam satu bulan?
- a. Tidak sekalipun membeli
 b. Satu kali
 c. Dua kali
 d. Tiga kali
 e. Lebih dari tiga kali
7. Apakah anda pernah merasakan iritasi pada kulit ketika menggunakan produk kosmetik yang anda miliki? Jika iya, silahkan mengisi pada nomor 8.
- a. Pernah
 b. Tidak
8. Apakah iritasi yang anda rasakan?
- (.) Kemerahan
 (.) Kulit terasa terbakar
 (.) Kulit terkelupas
 (.) Gatal-gatal
 (...) Lain-lain (.....)

Kehalalan kosmetik

1. Apakah anda menggunakan produk kosmetik yang memiliki label halal?
- a. Iya
 b. Tidak
2. Sebutkan produk kosmetik berlabel halal yang anda miliki?
- (.) Wardah®
 (.) Safi®

- (...) Venus®
- (...) Pixy®
- (...) Lain-lain (.....)
3. Dari mana anda mendapatkan informasi bahwa produk kosmetika yang anda gunakan halal?
 - (.) Teman
 - (.) Saudara
 - (.) Dokter
 - (.) *Beauty vlogger*
 - (.) Selebriti
 - (.) Iklan
 - (...) Lain-lain (.....)
 4. Apakah anda menyadari adanya kebutuhan untuk menggunakan produk kosmetik yang berlabel halal? Jika iya silahkan lanjut pada pertanyaan nomor 6. Namun, jika tidak silahkan melanjutkan pada nomor 6.
 - a. Iya
 - b. Tidak
 5. Apakah alasan anda memilih produk kosmetik yang berlabel halal?
 - a. Perintah agama
 - b. Pengaruh lingkungan
 - c. Kesadaran dalam diri sendiri
 - d. Lain-lain (.....)
 6. Apakah anda merasa puas menggunakan produk kosmetik yang memiliki label halal? Jika iya silahkan lanjut pada pertanyaan nomor 7. Namun, jika tidak silahkan melanjutkan pada nomor 8.
 - a. Iya
 - b. Tidak
 7. Apakah alasan merasa puas menggunakan produk kosmetik yang memiliki label halal?
 - a. Murah
 - b. Berkualitas
 - c. Terpercaya
 - d. Lain-lain (.....)
 8. Apakah Anda sering mengganti merek kosmetik yang digunakan? Jika iya silahkan lanjut pada pertanyaan nomor 9

- a. Iya
 - b. Tidak
9. Jika iya, apakah alasan Anda mengganti kosmetik yang Anda gunakan?
- a. Mengalami iritasi atau tidak cocok
 - b. Mencari harga yang lebih murah
 - c. Tertarik iklan
 - d. Mengikuti zaman
 - e. Lain-lain (.....)

B. PENGETAHUAN

PENGETAHUAN			
KEHALALAN			
No.	Pertanyaan	Benar	Salah
1.	Produk kosmetik yang telah memiliki nomor izin dari BPOM belum terjamin halal		
2.	Kosmetik yang terbuat dari bahan suci tetapi mengandung bahan yang berbahaya termasuk kosmetik halal		
3.	Kosmetik yang digunakan pada bagian luar tubuh namun mengandung bahan najis atau haram kecuali babi tidak diperbolehkan		
4.	Semua kosmetik yang mengandung gelatin, dan kolagen yang bersifat meragukan sebaiknya dihindari untuk digunakan		
KEAMANAN			
1.	Kosmetik memiliki nomor izin edar dari BPOM dipastikan aman		
2.	Kosmetik yang memiliki nomor izin edar namun tidak terdaftar dalam <i>website</i> resmi BPOM adalah kosmetik ilegal atau tidak Aman		
3.	Kosmetik yang berfungsi untuk memutihkan wajah dengan kandungan hidrokuinon, merkuri, dan timbal termasuk bahan kosmetik yang aman digunakan.		
4.	Ciri-ciri kosmetik aman adalah yang memiliki warna mencolok, berbau menyengat dan menghasilkan efek instan		

5.	Kosmetik yang memiliki ciri-ciri berubah warna (keruh) atau lebih muda, aroma menyengat, dan berjamur sudah tidak dapat digunakan		
6.	Kosmetik <i>import</i> yang beredar di Indonesia sudah dipastikan aman		

C. SIKAP

Keterangan :

(SS) : Sangat Setuju

(TS) : Tidak Setuju

(S) : Setuju

(STS) : Sangat Tidak Setuju

SIKAP					
KEHALALAN					
No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Saya tidak pernah memperhatikan label halal MUI pada saat membeli kosmetik				
2.	Menurut saya kosmetik yang tidak berasal dari produsen resmi (pabrik) pasti terjamin halal.				
3.	Sebelum memutuskan untuk membeli kosmetik saya akan memperhatikan bahan yang tercantum pada kemasan kosmetik.				
4.	Menurut saya saat membeli kosmetik sebaiknya dicek kehalalan produk melalui MUI secara <i>online</i> .				
5.	Saya lebih suka membeli kosmetik yang tidak mengandung alkohol				
6.	Menurut saya semua kosmetik yang				

	mengandung bahan dari babi termasuk halal				
7.	Menurut saya kosmetik yang Mengandung bahan berasal dari plasenta bayi boleh digunakan				
KEAMANAN					
1.	Menurut saya saat membeli kosmetik harus memperhatikan nomor registrasi				
2.	Menurut saya kosmetik yang tidak mencantumkan nomer registrasi pada kemasannya dapat berbahaya bagi kulit				
3.	Menurut saya semua kosmetika import yang beredar diIndonesia sudah terjamin keamanannya.				
4.	Saya selalu membaca informasi yangtercantum dalam kemasan kosmetik				
5.	Saya tetap menggunakan kosmetik yang sudah melewati tanggal kadaluarsa				

Lampiran 3 Distribusi Data Pengetahuan

No responden	Soal						Total	%				
	P1	P2	P3	P4	P1	P2			P3	P4	P5	P6
1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	9	90
2	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	9	80
3	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	8	90
4	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	7	70
5	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	8	90
6	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	8	80
7	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	8	70
8	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	7	90
9	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	9	80
10	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	8	80
11	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	9	80
12	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	9	80
13	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	8	80
14	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	9	70
15	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	7	90
16	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	7	70
17	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	9	70
18	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	9	60
19	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	8	60
20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	80
21	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	9	90
22	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	9	80
23	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	8	60
24	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	9	70
25	0	1	0	0	1	0	1	1	0	1	5	80
26	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	9	90
27	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	8	80
28	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	9	90
29	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	9	80
30	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	9	70
31	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	9	90
32	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	9	90
33	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	9	80
34	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	8	80
35	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	8	70
36	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	8	80
37	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	7	90
38	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	8	80
39	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	9	70

40	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	9	80
41	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	8	80
42	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	6	100
43	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	9	100
44	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	7	70
45	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	9	70
46	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	7	70
47	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	9	50
48	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	9	80
49	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	7	90
50	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	9	70
51	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	8	90
52	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	9	80
53	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	9	80
54	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	8	70
55	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	9	80
56	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	8	80
57	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	8	70
58	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	7	90
59	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	9	90
60	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	9	90
61	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	9	50
62	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	9	100
63	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	8	90
64	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	9	100
65	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	9	80
66	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	8	80
67	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	8	90
68	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	7	90
69	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	8	90
70	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	7	80
71	0	1	0	0	1	1	0	1	1	0	5	60
72	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	7	80
73	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	7	70
74	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	8	60
75	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0	6	90
76	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	9	80
77	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	9	90
78	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	8	80
79	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	9	80
80	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	9	90
81	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	5	80
82	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	5	70
83	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	8	80

84	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	6	70
85	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	9	80
86	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	80
87	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	7	80
88	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	9	80
89	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	7	80
90	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	8	90
91	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	8	80
92	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	9	90
93	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	9	90
94	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	9	80
95	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	7	100
96	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	80
97	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	8	90
98	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	9	80
99	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	9	80
100	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	7	90
101	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	7	90
102	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	7	80
103	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	9	80
104	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	9	80
105	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	8	100
106	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	7	90
107	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	8	70
108	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	9	70
109	1	0	0	0	1	1	0	0	1	0	4	80
110	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	9	80

Lampiran 4 Distribusi Data Sikap

No responden	Soal											Total	
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P1	P2	P3	P4		P5
1	2	1	4	3	3	1	1	3	4	2	4	1	29
2	2	1	4	3	3	1	1	3	4	2	4	1	29
3	1	2	4	3	3	1	1	3	3	2	4	3	30
4	1	2	4	4	3	2	2	4	3	2	4	1	32
5	2	1	4	3	3	1	1	3	4	2	4	1	29
6	1	2	3	3	3	1	1	3	3	2	4	3	29
7	1	2	3	3	3	1	1	3	3	2	4	2	28
8	1	2	3	3	3	1	1	3	3	2	4	2	28
9	2	2	4	3	4	1	3	4	3	2	4	1	33
10	1	2	3	3	3	1	1	3	3	2	4	2	28
11	2	2	4	3	4	1	3	4	3	2	4	1	33
12	2	1	4	3	3	1	1	3	4	2	4	1	29
13	2	2	4	2	4	1	1	2	3	2	4	2	29
14	2	1	4	3	3	1	1	3	4	3	4	1	30
15	2	2	4	3	3	1	3	3	3	3	3	3	33
16	1	2	3	3	3	3	1	3	3	2	4	2	30
17	2	1	4	3	3	1	1	3	4	2	4	1	29
18	2	2	4	3	3	1	3	4	3	2	4	1	32
19	4	1	2	3	3	1	1	3	4	3	3	2	30
20	2	1	4	3	3	1	1	3	4	2	4	1	29
21	2	2	4	3	3	1	3	4	3	2	4	1	32
22	2	2	4	2	4	1	1	3	3	2	4	2	30
23	1	2	3	3	3	1	1	4	4	2	4	4	32
24	1	1	4	3	2	1	1	3	3	1	4	1	25
25	1	1	4	4	4	1	4	4	4	1	1	1	30
26	3	3	4	3	4	2	2	3	3	2	4	2	35
27	1	2	3	3	3	1	1	3	3	2	4	2	28
28	2	1	4	3	3	1	1	3	4	2	4	1	29
29	2	2	4	3	4	1	3	4	3	2	4	1	33
30	2	1	4	3	3	1	1	3	4	2	4	1	29
31	2	1	4	3	3	1	1	3	4	2	4	1	29
32	2	2	4	3	4	1	3	4	3	2	4	1	33
33	1	2	4	4	4	1	2	4	3	1	4	1	31
34	1	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	29
35	1	2	3	3	3	1	1	3	3	2	4	2	28
36	1	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	1	26
37	1	2	3	3	3	1	1	3	3	2	4	2	28
38	2	1	4	3	3	1	1	3	4	2	2	1	27
39	2	1	4	3	3	1	1	3	4	2	4	1	29

40	2	2	4	3	3	1	3	4	3	2	4	1	32
41	1	2	3	3	3	1	1	3	3	2	4	2	28
42	2	2	4	2	4	1	1	3	3	2	4	2	30
43	2	1	4	3	3	1	1	3	4	2	4	1	29
44	1	2	3	4	2	1	2	4	2	2	3	1	27
45	2	2	4	3	3	1	3	4	3	2	4	1	32
46	1	2	3	3	3	1	1	3	3	2	4	2	28
47	2	1	4	3	3	1	1	3	4	2	4	1	29
48	2	1	4	3	3	1	1	3	4	2	4	1	29
49	1	2	3	3	3	1	1	3	3	2	4	2	28
50	2	2	4	3	3	1	3	4	3	2	4	1	32
51	1	2	3	3	3	1	1	3	3	2	4	2	28
52	2	1	4	3	3	1	1	3	4	2	4	1	29
53	2	1	4	3	3	1	1	3	4	2	4	1	29
54	2	2	4	3	4	2	2	3	3	2	4	2	33
55	3	2	4	3	4	1	1	4	4	2	4	1	33
56	2	2	4	3	4	1	1	3	3	2	4	2	31
57	1	2	3	3	3	1	1	3	3	2	4	2	28
58	1	2	3	3	3	1	1	3	3	2	4	2	28
59	1	2	4	3	3	1	1	3	4	2	4	1	29
60	2	1	4	3	3	1	1	3	4	2	4	1	29
61	2	1	4	3	3	1	1	3	4	2	4	1	29
62	2	1	4	3	3	1	1	3	4	2	4	1	29
63	1	2	4	3	4	1	2	4	4	2	3	1	31
64	2	1	4	3	3	1	1	3	4	2	4	1	29
65	2	2	2	3	3	1	1	3	3	2	3	1	26
66	1	2	3	3	3	1	1	3	3	2	4	2	28
67	1	2	3	3	3	1	1	3	3	2	4	2	28
68	1	2	3	3	3	1	1	3	3	2	4	2	28
69	1	2	4	3	4	1	2	4	4	2	3	1	31
70	2	2	3	4	3	2	2	3	3	2	3	2	31
71	2	3	3	3	3	1	3	2	2	3	3	1	29
72	2	2	4	3	4	1	1	3	3	2	4	2	31
73	1	2	3	3	3	1	1	3	3	2	4	2	28
74	1	2	3	2	2	1	1	3	3	2	3	1	24
75	1	2	3	3	2	1	1	2	2	1	3	1	22
76	2	2	4	3	4	1	3	4	3	2	4	1	33
77	2	2	4	3	4	1	2	4	3	2	4	1	32
78	1	2	4	4	3	4	1	4	4	3	4	1	35
79	2	2	4	3	4	2	3	4	3	2	4	1	34
80	2	1	4	3	3	1	1	3	4	2	4	1	29
81	4	2	4	3	4	1	1	4	3	4	4	1	35
82	4	2	4	3	4	1	1	4	3	4	4	1	35
83	1	2	3	3	3	1	1	3	3	2	4	2	28

84	1	1	4	3	3	1	1	3	3	2	3	3	28
85	2	1	4	3	3	1	1	3	4	2	4	2	30
86	1	1	4	4	4	1	1	4	4	1	4	1	30
87	1	2	3	3	3	1	1	3	3	2	4	2	28
88	2	1	4	3	3	1	1	3	4	2	4	1	29
89	1	2	3	3	3	1	1	3	3	2	4	2	28
90	1	2	3	3	3	1	1	3	3	2	4	2	28
91	1	2	3	3	3	1	1	3	3	2	4	2	28
92	2	2	4	3	4	1	2	4	3	2	4	1	32
93	2	1	4	3	3	1	1	3	4	2	4	1	29
94	2	1	3	4	4	1	1	4	4	2	3	2	31
95	1	2	3	3	3	1	1	3	3	2	4	2	28
96	1	1	3	3	3	1	1	3	3	2	3	2	26
97	1	2	3	3	3	1	1	3	3	2	4	2	28
98	2	1	4	3	3	1	1	3	4	2	4	1	29
99	2	1	4	3	3	1	1	3	4	2	4	1	29
100	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	32
101	1	2	3	3	3	1	1	3	3	2	4	2	28
102	2	2	4	3	3	1	2	3	3	3	3	1	30
103	2	1	4	3	4	1	1	3	4	2	4	1	30
104	2	1	4	3	3	1	1	3	4	2	4	1	29
105	1	2	3	3	3	1	1	3	3	2	4	2	28
106	1	2	3	3	3	1	1	3	3	2	4	2	28
107	1	2	3	3	3	1	1	3	3	2	4	1	27
108	2	1	4	3	3	1	1	3	4	2	4	1	29
109	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	39
110	2	2	4	3	3	1	3	4	3	2	4	1	32

Lampiran 5 Data Statistika

Hubungan pengetahuan dengan sikap terhadap keamanan dan kehalalan kosmetik

Correlations			Pengetahuan	Sikap
Spearman's rho	Pengetahuan	Correlation	1.000	.216*
		Coefficient		
		Sig. (2-tailed)	.	.024
	N	110	110	
	Sikap	Correlation	.216*	1.000
		Coefficient		
		Sig. (2-tailed)	.024	.
	N	110	110	

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).