

HUBUNGAN PENGETAHUAN KOMPOSISI BAHAN KOSMETIKA DENGAN PERILAKU KEPUTUSAN MEMBELI KOSMETIKA

(Survei pada Mahasiswi Program Studi Tata Rias Universitas Negeri
Jakarta)

Wafa Janan Hanifah

Program Studi Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik
Universitas Negeri Jakarta

Email: hanifah.wafa@gmail.com

Abstract

This study is aimed to obtain a valid, trusted and empirical data in regards to the relationship between the education of cosmetic ingredients and the cosmetics buying decision behaviour on 30 female students from the class of 2013 Tata Rias Education. The 30 female students have been taking Basic Chemistry and Cosmetic Chemistry classes were selected as the target population. The results from validity test are variable X was 30 and variable Y was 26 valid instrument. The research instrument has a very high level of reliability. The population distribution was normal. Analysis of the data using the pearson product moment and t-test showed that r count was 0,588 bigger than r table which was only 0,361 and t count was 3,84 while t table was only 2,04, meaning that the t-test was significant. In conclusion, Ho was rejected while Ha was accepted. It can be seen from the information above that there is a significant relationship between the education of cosmetic ingredients (X) and the cosmetics buying decision behaviour (Y) of the students of Tata Rias Education.

Keywords; The Education of Cosmetic Ingredients, The Cosmetics Buying Decision Behaviour, The Student Of Tata Rias Education

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan data yang sah, dan dapat dipercaya secara empiris mengenai Hubungan Pengetahuan Komposisi Bahan Kosmetika Dengan Perilaku Keputusan Membeli Kosmetika, survei pada Mahasiswi Program Studi Pendidikan Tata Rias. Populasi target dalam penelitian ini adalah Mahasiswi angkatan 2013 Pendidikan Tata Rias sebanyak 30 orang yang telah mengambil mata kuliah Kimia Dasar dan Kimia Kosmetik. Hasil dari uji validitas yaitu variabel X sebanyak 30 dan variabel Y sebanyak 26 instrumen yang telah valid. Instrumen penelitian memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi. Populasi berdistribusi normal. Analisis data menggunakan uji pearson product moment dan uji t yang menunjukkan r hitung sebesar 0,588 lebih besar dari r table yaitu 0,361 dan t hitung sebesar 3,84 lebih besar dari t table 2,04 yang berarti signifikan. Dapat disimpulkan Ho ditolak dan Ha diterima. Bisa dilihat dari informasi diatas bahwa adanya hubungan yang signifikan antara pengetahuan komposisi bahan kosmetika (X) dengan perilaku keputusan membeli kosmetika (Y) mahasiswi Pendidikan Tata Rias.

Kata Kunci; Pengetahuan Komposisi Bahan Kosmetika, Perilaku Keputusan Membeli Kosmetika, Mahasiswa Pendidikan Tata Rias

PENDAHULUAN

Manusia memiliki banyak kebutuhan untuk menjaga keberlangsungan hidupnya. Kebutuhan manusia untuk tampil cantik dan sehat seperti yang diinginkannya menciptakan potensi pasar yang sangat besar di industri kosmetik. Kehidupan wanita di setiap harinya tidak bisa terlepas dari kosmetik, produk perawatan tubuh ini digunakan oleh sebagian besar wanita mulai dari bangun tidur sampai menjelang tidur.

Sebagai Mahasiswa Tata Rias, kebutuhan akan adanya kosmetika selain dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari, juga diperlukan untuk perkuliahan. Kosmetika pun menjadi barang yang sangat penting. Karena sifatnya yang berhubungan langsung dengan fisik atau tubuh kita, banyak sekali kebijakan dan peraturan yang dirancang untuk melindungi dan memudahkan konsumen kosmetika termasuk mahasiswa Tata Rias sebagai konsumen yang menggunakan kosmetika sehari-hari.

Komposisi kosmetika merupakan salah satu hal yang penting diperhatikan saat memilih kosmetika. Salah satu kebijakan dan peraturan yang dirancang untuk melindungi dan memudahkan konsumen adalah kewajiban produsen untuk mencantumkan semua bahan-bahan komposisi dari kosmetika tersebut pada label.

Komposisi pada kosmetika bisa berperan sebagai media informasi bagi konsumen untuk memperoleh kepercayaan terhadap produk. Selain memberi informasi, konsumen dapat terhindar dari kandungan komposisi berbahaya dan dapat memilih kosmetika dengan komposisi yang tepat bagi jenis kulit.

Kepala BPOM menuturkan pada wartawan harian *online*

merdeka.com. BPOM telah melakukan pengawasan terhadap 32 miliar kosmetik sepanjang tahun 2014, dan masih mendapati kosmetika yang teridentifikasi menggunakan kandungan berbahaya seperti K3 Rhodamin, dan merkuri.

Jika konsumen ataupun masyarakat melihat komposisi dan mengetahui apa saja kandungan kosmetika yang aman dan kandungan dasar yang ada pada kosmetika, masyarakat bisa menghindari kosmetika yang mengandung kandungan berbahaya tersebut. Banyak informasi yang dapat kita peroleh hanya dengan melihat komposisi saja. Konsumen dapat memilih kosmetika secara cerdas dengan mengetahui apa yang terkandung dalam komposisi tersebut. Selain itu, mengetahui komposisi produk akan membantu konsumen dalam menentukan apakah produk yang dipilih sudah tepat bagi jenis kulit maupun kondisi kulit. (<http://skin.co.id/ketahui-manfaat-komposisi-produk-perawatan-kulit-anda/>).

Pengetahuan mahasiswa Tata rias yang di dapat dari mata kuliah Kimia Dasar dan Kimia Kosmetik dapat berpengaruh pada perilaku keputusan membeli, karena menurut Engel, Blackwell dan Miniard (1994: 315) pengetahuan adalah faktor penentu utama dari perilaku konsumen.

Selain pengetahuan sebagai faktor penentu utama dari perilaku konsumen. Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama, yaitu, motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap (Kotler dan Armstrong, 2008: 172).

Berdasarkan uraian di atas, peneliti akan melihat adakah hubungan pengetahuan komposisi bahan kosmetika terhadap perilaku keputusan

membeli konsumen.

KAJIAN TEORITIK

Manusia pada umumnya memiliki rasa ingin tahu yang cukup tinggi. Rasa ingin tahu meliputi berbagai hal atau gejala yang ditemui.

Menurut Notoatmodjo (2012:138) pengetahuan merupakan hasil dari tahu, dan ini terjadi setelah orang melakukan pengindraan terhadap suatu objek tertentu. Pengindraan terjadi melalui pancaindra manusia, yakni indra penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa, dan raba. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga.

Secara umum, pengetahuan dapat didefinisikan sebagai informasi yang disimpan di dalam ingatan (Engel, Blackwell dan Miniard, 1994: 316). Didalam taksonomi

Bloom, pengetahuan adalah “ingatan terhadap materi yang dipelajari sebelumnya, yang mencakup semua hal, dari faktor-faktor yang sangat khusus sampai pada teori yang kompleks yang diperlukan untuk menyampaikan informasi yang tepat” (Suriasumantri, 2004: 104).

“Pengetahuan juga merupakan domain yang sangat penting untuk terbentuknya tindakan seseorang (*overt behavior*)” (Notoatmodjo, 2012: 132). Terbentuknya tindakan seseorang menimbulkan perilaku yang bervariasi, sikap dan sebagainya. Pengetahuan adalah faktor penentu utama dari perilaku konsumen (Engel, Blackwell, dan Miniard, 1994: 315).

Pengukuran pengetahuan dapat dilakukan dengan wawancara atau menyebar angket dan menggunakan metode test yang menyatakan tentang materi yang ingin diukur dari subjek penelitian atau responden (Notoatmodjo, 2012: 140). Menurut Bloom kedalaman pengetahuan yang

ingin diketahui disesuaikan dengan tingkatan pengetahuan tahu (*know*), memahami (*Comprehension*), menerapkan (*Application*), analisa (*analysis*), sintesa (*synthesis*), evaluasi (*evaluation*) (Notoatmodjo, 2012: 139).

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa pengukuran pengetahuan ditinjau dari kedalaman pengetahuan yang ingin diketahui disesuaikan dengan tingkatannya. Jadi pengetahuan merupakan suatu ukuran seseorang untuk melakukan sesuatu dan terbentuknya suatu perilaku.

Pengertian kosmetika menurut peraturan Menkes Republik Indonesia No. 445 tahun 1998 adalah (Kusantati, 2008: 105), kosmetika adalah bahan atau campuran bahan untuk digosokkan, dilekatkan, dituangkan, dipercikkan atau disemprotkan pada, dimasukkan dalam, dipergunakan pada badan atau bagian badan manusia dengan maksud untuk membersihkan, memelihara, menambah daya tarik atau mengubah rupa, melindungi supaya tetap dalam keadaan baik memperbaiki bau badan tetapi tidak dimaksudkan untuk mengobati atau menyembuhkan suatu penyakit (Depkes RI, 1976).

Berdasarkan cara pembuatannya, kosmetik dibagi menjadi dua macam yaitu kosmetik tradisional dan kosmetik modern. Kosmetika modern adalah; kosmetika yang diproduksi secara pabrik (laboratorium) dimana bahan-bahannya dicampur dengan zat-zat kimia untuk mengawetkan kosmetika tersebut. Hal ini jelas lebih tahan lama dan tidak cepat rusak (Rostamailis, 2008: 85).

Muliyawan dan Suriana (2013: 215) menjelaskan tujuan utama pemakaian kosmetik perawatan adalah mendapatkan kulit yang sehat. Awal dari kesehatan kulit adalah kebersihan. Kosmetik pembersih dibuat

dari bahan-bahan yang berfungsi mengangkat kotoran pada kulit. Kosmetik yang termasuk dari kosmetika pembersih yaitu; 1) Sabun, 2) Krim pembersih (*cleansing milk*), 3) Penyegar (Tranggono, 2007: 8).

Pelembab bukan termasuk kosmetika pembersih tetapi masuk dalam rangkaian kosmetika perawatan. Pelembab berfungsi sebagai bahan pelembab kulit untuk menormalisir kadar air dalam kulit serta untuk melindungi kulit terhadap bahan kosmetik lain yang akan membahayakan. Pelembab tersusun atas emulsi minyak dalam air (O/W) (Kusantati, 2008: 120).

Bedak adalah salah satu jenis kosmetika dekoratif yang berfungsi untuk menutupi kekurangan pada wajah seperti menutupi kulit wajah yang mengkilap atau warna kulit yang tidak rata. Bahan-bahan dasar bedak merupakan talk dan bahan yang memiliki sifat-sifat penutup, yaitu; *zinc oxide* dan *titanium dioxide* (Muliawan, Suriana, 2013:50).

Tujuan utama penggunaan kosmetik pada masyarakat modern adalah untuk kebersihan pribadi, meningkatkan daya tarik melalui make-up, meningkatkan rasa percaya diri dan perasaan tenang, melindungi kulit dan rambut dari kerusakan sinar ultra violet, polusi dan faktor lingkungan yang lain, mencegah penuaan, dan secara umum membantu seseorang lebih menikmati dan menghargai hidup (Tranggono, 2007: 7).

Komposisi adalah kandungan zat-zat serta jumlahnya yang harus terdapat di dalam suatu produk (MUI, 2001). Tujuan mengetahui komposisi kandungan bahan kosmetika dan mencermati formulasi bahan tidak lain adalah agar terhindar dari reaksi negatif bahan-bahan kosmetika yang berbahaya bagi tubuh.

Dari UU No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, pasal 4 poin (c) disebutkan bahwa konsumen juga berhak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa menjadikannya fungsi pencantuman komposisi kosmetika yang ada pada Pasal 3 Peraturan Pemerintah tentang Label dan Iklan.

Dasar kandungan kosmetika terdiri dari bermacam-macam bahan dasar, bahan aktif dan bahan pelengkap. Bahan-bahan tersebut mempunyai aneka fungsi yaitu sebagai, pelarut, pencampur, pengawet, pelekat, pengencang, penyerap, dan desinfektan (Kusantati, 2008: 106).

Pada umumnya 95% dari kandungan kosmetika adalah bahan dasar dan 5% bahan aktif atau kadang-kadang tidak mengandung bahan aktif. Hal ini mengandung arti bahwa kosmetika, sifat dan efeknya tidak ditentukan oleh bahan aktif tetapi terutama oleh bahan dasar kosmetika tersebut.

Berikut yang perlu diperhatikan pula adalah bahan-bahan yang berbahaya pada kosmetik dan sudah dikeluarkan *public warning* oleh BPOM, yaitu; a) Merkuri, b) Hidrokinon, c) Asam retinoat, d) Bahan pewarna merah K.3 (CI 15585), K. 10 (Rhodamin B), jingga K.1 (CI 12075) (Muliawan, Suriana, 2013: 44).

Mahasiswa Tata Rias juga berperan sebagai konsumen kosmetik yaitu pemakai barang kosmetika baik bagi kepentingan sendiri, dan orang lain. Mengutip dari peraturan pemerintah RI nomor 60 tahun 1999 Pasal 1 ayat 6 mahasiswa adalah peserta didik yang terdaftar dan belajar pada perguruan tinggi tertentu (Abbas, 2008: 204).

Program Studi Tata Rias di Universitas Negeri Jakarta, merupakan

salah satu program studi yang ada di jurusan Ilmu Kesejahteraan Keluarga yang mempelajari tentang kesehatan dan kecantikan. Program studi ini merupakan jurusan yang mendalami ilmu kecantikan dan kesehatan kulit. Terdapat mata kuliah Kimia Dasar dan Kimia Kosmetik yang wajib diambil oleh mahasiswa Pendidikan Tata Rias yang di dalamnya membahas mengenai pengetahuan kosmetik, komposisi kandungan kosmetik dan cara membuat kosmetik.

Pengetahuan mahasiswa Pendidikan Tata rias mengenai kosmetika modern dan yang dipakai sehari-hari pada penelitian ini di dapat dari mata kuliah Kimia Dasar dan Kimia Kosmetik dapat berpengaruh pada perilaku keputusan membeli, karena menurut Engel, Blackwell dan Miniard (1994: 315) pengetahuan adalah faktor penentu utama dari perilaku konsumen.

Selain pengetahuan sebagai faktor penentu utama dari perilaku konsumen. Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama, yaitu, motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap (Kotler dan Armstrong, 2008: 172).

METODE PENELITIAN

Tempat penelitian dilakukan di Gedung H, Universitas Negeri Jakarta, Jln Rawamangun Muka, Jakarta Timur. Waktu penelitian dilakukan pada tanggal 28 Oktober 2015 dan 2 November 2015. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi Universitas Negeri Jakarta Program Studi Tata Rias angkatan 2012/2013 yang telah menyelesaikan mata kuliah Kimia Dasar dan Kimia Kosmetik.

Sampel penelitian ini sebanyak 30 mahasiswi yang telah disesuaikan dengan kriteria sampel. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sampel bertujuan (*purposive*

sampling), yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2014: 85).

Persyaratan atas pengambilan sampel adalah mahasiswi yang mempunyai salah satu dari kosmetika sehari-hari berikut ini, yaitu; sabun wajah, *cleansing milk*, *day cream* dan bedak.

Instrumen variabel X bertujuan untuk mengukur pengetahuan mahasiswa tentang komposisi bahan atau kandungan kosmetika yang berbentuk pilihan ganda dengan skor 1 bagi jawaban benar dan 0 bagi yang salah. Berdasarkan uji validitas, 30 soal dari 40 soal dinyatakan valid dan 10 soal dinyatakan drop.

Instrumen variabel Y bertujuan untuk mengukur perilaku keputusan membeli kosmetika. Sistem penyekoran menggunakan skalalikert.

Berdasarkan uji validitas, 26 soal dari 30 soal dinyatakan valid dan 4 soal lainnya dinyatakan drop. Tingkat reliabilitas keduanya sangat tinggi.

Persyaratan analisis data dilakukan uji normalitas dan uji linearitas regresi. Uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Uji linearitas menggunakan uji ANAVA dilakukan untuk menguji apakah kedua variabel memiliki hubungan yang bersifat linear atau tidak.

Teknik analisis data menggunakan uji korelasi product moment untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel dan uji t untuk mengetahui apakah hubungan signifikan. Uji koefisien determinasi untuk mengetahui besar kecilnya sumbangan variabel pengetahuan komposisi bahan kosmetika terhadap perilaku keputusan membeli kosmetika.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan data penelitian pengetahuan komposisi bahan kosmetika memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 18,50; nilai tengah (*median*) sebesar 20,00; modus sebesar 20; standar deviasi sebesar 4,416; varians sebesar 19,500; rentang skor sebesar 17; nilai minimum sebesar 8; nilai maksimum sebesar 25; dan jumlah skor sebesar 555. Sedangkan data penelitian perilaku keputusan membeli kosmetika memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 77,50; nilai tengah (*median*) sebesar 78,50; modus sebesar 79; standar deviasi sebesar 5,104; varians sebesar 26,052; rentang skor sebesar 17; nilai minimum sebesar 70; nilai maksimum sebesar 87; dan jumlah skor sebesar 2325.

Hasil uji normalitas yang di dapat menunjukkan bahwa nilai probabilitas (Sig.) galat taksiran regresi Y atas X sebesar 0,200. Nilai probabilitas (Sig.) lebih besar dari taraf signifikan (α) 0,05 atau $0,200 > 0,05$ artinya data sampel berdistribusi normal.

Hubungan antara pengetahuan komposisi bahan kosmetika terhadap perilaku keputusan membeli kosmetika memiliki persamaan regresi $Y = 64,921 + 0,680X$. Persamaan Regresi $Y = 64,921 + 0,680X$. Berdasarkan tabel yang didapat diketahui bahwa F_{hitung} sebesar 1,57 sedangkan F_{tabel} dengan dk pembilang 13 dan dk penyebut 15 adalah 2,45 maka hasil tersebut menunjukkan $F_{hitung} < F_{tabel}$ ($1,57 < 2,45$) dan dapat disimpulkan bahwa hubungan pengetahuan komposisi bahan kosmetika terhadap perilaku keputusan membeli kosmetika bersifat linier.

Pengujian hipotesis penelitian dilakukan dengan menggunakan uji

korelasi product moment dan uji t. Hipotesis nol menyatakan bahwa tidak ada hubungan pengetahuan komposisi bahan kosmetika dengan perilaku keputusan membeli. Hipotesis alternatif menyatakan terdapat hubungan antara pengetahuan komposisi bahan kosmetika dengan perilaku keputusan membeli kosmetika.

Hasil pengujian hipotesis dengan uji korelasi product moment diperoleh $r_{hitung} = 0,588$ sedangkan r_{tabel} dengan $n = 10$ adalah 0,361 menunjukkan r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ($0,588 > 0,361$) yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil uji t menandakan $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ ($3,84 \geq 2,04$). Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan

antara pengetahuan komposisi bahan kosmetika terhadap perilaku keputusan membeli kosmetika. Hubungan yang sedang dapat dilihat dari tabel interpretasi koefisien korelasi product moment. Hasil uji koefisien determinasi didapat bahwa 34,6% kontribusi pengetahuan komposisi kosmetika terhadap perilaku keputusan membeli kosmetika.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pengetahuan komposisi bahan kosmetika dengan perilaku keputusan membeli kosmetika. Dimana hasil uji linieritas diperoleh hasil $F_{hitung} < F_{tabel}$ ($1,57 < 2,45$) yang artinya variabel pengetahuan komposisi bahan kosmetika dengan perilaku keputusan membeli kosmetika bersifat linier. Diperoleh hasil uji korelasi pearson product moment r_{hitung} sebesar 0,588 sedangkan r_{tabel} dengan jumlah sampel (n)

sebanyak 30 yaitu 0,361 sehingga $r_h > r$ tabel ($0,588 > 0,361$) H_0 ditolak dan menerima H_a . Hasil uji t menandakan t hitung \geq t tabel ($3,84 \geq 2,04$). Analisis data di atas menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara pengetahuan komposisi bahan kosmetika terhadap perilaku keputusan membeli kosmetika. Hal ini berarti semakin tinggi pengetahuan komposisi bahan kosmetika maka akan semakin meningkat perilaku konsumen dalam keputusan membeli kosmetika. Dan sebaliknya, semakin rendah pengetahuan komposisi bahan kosmetika maka akan semakin rendah juga perilaku keputusan membeli kosmetika.

Sesuai dengan kutipan (James F Engel, dkk, 1994) pengetahuan adalah faktor penentu perilaku konsumen, hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara pengetahuan komposisi bahan kosmetika dengan perilaku keputusan membeli kosmetika.

DAFTAR PUSTAKA

Adisasmito, Wiku. 2008. *Analisis Kebijakan Nasional MUI dan BPOM dalam Labeling Obat dan Makanan [Case Study]*. Jakarta: Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Indonesia

Armstrong, Gary, Philip Kotler. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga. Engel, James.F, dkk. 1994. *Perilaku Konsumen Edisi Keenam Jilid 1*. Jakarta: Binarupa Aksara.

Kusantati, Herni, dkk. 2008. *Tata kecantikan Kulit Jilid 1 untuk SMK*. Jakarta: Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan.

Muliyawan, Dewi, Neti Suriana. 2013. *A-Z tentang Kosmetik*. Jakarta: PT Elex

Media Komputindo. Notoatmodjo, Soekidjo. 2012. *Promosi Kesehatan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta. Rostamailis, dkk. 2008. *Tata Kecantikan Rambut Jilid 1*. Jakarta: Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan.

Tranggono, Retno Iswari, Fatima Latifa. 2007. *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetika*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

<http://www.merdeka.com/peristiwa/bom-sebut-ada-68-produk-kosmetik-sebabkan-kanker-rusak-janin.html> [19 Des 2014].