

PENGETAHUAN MAHASISWA TERHADAP PENGGUNAAN KOSMETIK NON-BPOM DI FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN UNIVERSITAS NEGERI PADANG

Nurhasanah, Siska Yohanifa, Siska Miga Dewi

Program Studi D4 Pendidikan Tata Rias dan Kecantikan Universitas Negeri Padang

Nurhasanah300401@gmail.com, syohanifa@gmail.com, siskamigadewi@fpp.unp.ac.id

Abstrak

Penelitian ini di latar belakang akibat dari persepsi pra-review yang muncul selama pra-studi dan menemukan masalah sehubungan dengan tidak adanya informasi pada mahasiswa di Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang tentang produk perawatan kecantikan non-BPOM. Alasan penelitian ini adalah untuk menentukan derajat informasi mahasiswa Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang. Filosofi eksplorasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah korelasional dengan metodologi kuantitatif. Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang BP Tahun 2019 sebanyak 724 orang. Prosedur pemeriksaan yang digunakan adalah strategi pemeriksaan purposive dengan jumlah sampel 82 orang. Strategi pengumpulan informasi menggunakan survei. Metode pemeriksaan informasi dengan menggunakan SPSS 20. Hasil penelitian menunjukkan pengetahuan mahasiswa tentang kosmetik non-BPOM berada pada kategori tinggi yaitu 85,54 %. Hal ini berarti mahasiswa memiliki pengetahuan yang tinggi mengenai kosmetik non-BPOM di Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

Kata kunci: *pengetahuan, kosmetik non-BPOM*

1. Pendahuluan

Kosmetik merupakan hal yang dibutuhkan dalam perawatan dan kecantikan. Kosmetika di Indonesia sekarang berkembang pesat, sehingga banyak *brand-brand* lokal yang semakin berkembang dan tidak kalah dengan *brand* yang ada di luar negeri. Penggemar kosmetik pada umumnya adalah kaum wanita. Semua wanita pasti ingin memiliki wajah yang cantik dan rupawan. Perawatan kulit wajah dan teknik *makeup* yang sering dilakukan oleh kaum wanita pada umumnya harus didasari dengan pengetahuan.

Menurut Notoatmodjo (2018:4-5) pengetahuan adalah hasil yang dikembangkan dari rasa ingin tahu seseorang terhadap suatu objek dengan

bantuan indranya. Setiap orang punya informasi yang berbeda. Karena persepsi tiap orang terhadap suatu objek berbeda-beda.

Menurut Qhema (2016:11) pengetahuan mengenai produk perawatan kecantikan adalah sejauh mana seorang individu akrab dengan produk perawatan kecantikan yang terdiri dari informasi mendasar tentang produk perawatan kecantikan, bahan korektif, efek insidental dan bagaimana memilih dan memanfaatkan produk perawatan kecantikan sehingga mereka dapat mengambil kesimpulan tentang perawatan kecantikan.

Menurut Prianto (2014:29) kosmetik pada saat ini memiliki cakupan arti yang sangat luas. Pada dasarnya kosmetik merupakan segala sudut yang berkaitan

dengan kulit wajah dan tubuh hingga barang-barang korektif yang kemampuannya membersihkan, menjaga, menjaga, menjaga kejujuran kulit dan memperindah, memperbaiki, dan mengubah penampilan.

Beberapa produk perawatan kecantikan hingga saat ini sudah mendapatkan hibah diseminasi dari BPOM dan ada juga yang tidak. BPOM atau sering disebut dengan kependekan Badan Pengawas Obat dan Makanan adalah sebuah yayasan yang diberi amanah untuk mengatur seluruh penggunaan obat, makanan, dan produk perawatan kecantikan di wilayah Indonesia.

Menurut Rosaria (2016: 4191) Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) adalah organisasi administrasi di Indonesia yang bekerja dalam memimpin pedoman, normalisasi, dan pengembangan bahan makanan dan obat-obatan yang mencakup semua sudut pandang seperti perakitan, penanganan, penggunaan, dan sanitasi. , obat-obatan, produk perawatan kecantikan, dan berbagai item.

Sesuai Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dinyatakan bahwa jika pelaku usaha menukarkan produk perawatan kecantikan yang tidak terdaftar di BPOM, maka pelaku usaha pengusaha dilarang melakukan demonstrasi sebagaimana dimaksud. dalam Pasal 8 ayat (4) UUPK, maka barang dagangan itu harus dikeluarkan. dari kursus. Dengan demikian, cenderung beralasan bahwa produk perawatan kecantikan yang tidak memiliki hibah angkut dari BPOM atau yang sering disebut sebagai produk perawatan kecantikan non-BPOM adalah produk perawatan kecantikan yang mengandung bahan-bahan berbahaya sehingga tidak diperbolehkan untuk digunakan. dan dilingkari di pasar karena dapat merugikan pembeli yang menggunakannya.

Berdasarkan hasil pra-survei yang dilakukan kepada 22 orang mahasiswa FPP UNP Bp 2019 dapat disimpulkan bahwa ada 17 orang mahasiswa FPP pernah menggunakan kosmetik non- BPOM, 20 orang mengaku mengetahui apa itu kosmetik non-BPOM, 13 orang pernah mencari tentang apa yang dimaksud dengan kosmetik non-BPOM, 17 orang tidak akan memakai kosmetik non-BPOM jika mengetahui apa itu kosmetik non- BPOM, serta ada 10 orang mahasiswa yang memperhatikan label BPOM sebelum membeli kosmetik. Oleh karena itu, permasalahan yang dapat di tarik penulis dari hasil pra-survei di atas adalah kurangnya pengetahuan mahasiswa FPP tentang kosmetik non-BPOM.

2. Kajian Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

a. Pengetahuan

1) Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan terbentuk karena rasa ingin tahu manusia terhadap suatu objek dengan panca inderanya. Setiap orang punya informasi yang berbeda. Karena persepsi setiap orang terhadap suatu objek berbeda-beda (Notoatmodjo, 2018:4-5).

2) Faktor-Faktor yang mempengaruhi Pengetahuan

Menurut Notoatmodjo (2010:50) faktor-faktor yang mempengaruhi informasi sebagai berikut

(1) Faktor pendidikan

Semakin tinggi tingkat pengetahuan, semakin mudah memperoleh informasi tentang objek atau informasi yang berkaitan dengannya.

(2) Faktor pekerjaan

Pekerjaan memiliki pengaruh besar pada proses

memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk objek tersebut.

- (3) Faktor pengalaman
Pengalaman sangat mempengaruhi pengetahuan, makin banyak mengalami sesuatu, semakin meningkatkan pengetahuan Anda tentang hal itu.
- (4) Keyakinan
Sebagai aturan, keyakinan yang didapati seseorang dapat ditransmisikan dari generasi ke generasi dan tidak dapat dibuktikan sebelumnya, keyakinan positif dan keyakinan negatif dapat mempengaruhi pengetahuan.
- (5) Sosial budaya
Budaya dan adat istiadat keluarga dapat mempengaruhi pengetahuan, persepsi dan sikap terhadap sesuatu.

3) Tingkatan Pengetahuan

Ada 6 tingkatan pengetahuan dalam (Notoatmodjo, 2018:4-5) yaitu sebagai berikut :

- (1) Tahu (Know)
Pengetahuan (knowledge) adalah tingkatan pengetahuan yang paling rendah. Hal ini karena terbatas pada mengingat hal-hal yang telah dipelajari sebelumnya seperti mendefinisikan, mengungkapkan, menyebutkan dan mendeskripsikan.
- (2) Memahami (Comprehension)
Fase Pemahaman adalah fase kompetensi yang didasarkan pada keterampilan untuk menjelaskan objek dengan benar. Seseorang dapat menjelaskan, memperoleh, dan

menafsirkan objek yang sebelumnya dipahami.

- (3) Aplikasi (Application)
Merupakan tahap pengetahuan dalam pengaplikasian materi yang telah dipahami sebelumnya dalam keadaan atau lingkungan sebenarnya.
- (4) Analisa (Analysis)
Suatu tahap pengetahuan dimana seorang individu dapat mengkategorikan suatu objekke dalam elemen-elemen yang berhubungan satu sama lain dan dapat mendeskripsikan, membandingkan, atau mengkontraskannya.
- (5) Sintesis (Synthesis)
Ini adalah tahap pengetahuan dimana seseorang mampu merencanakan dan mengatur komponen pengetahuan menjadi model yang sama sekali baru.
- (6) Evaluasi (Evaluation)
Ini adalah tahap pengetahuan yang berkaitan dengan evaluasi objek dan digambarkan sebagai suatu sistem yang memungkinkan perencanaan, memperoleh dan menyediakan informasi untuk keputusan alternatif.

4) Indikator Pengetahuan

Berdasarkan dari uraian pengetahuan diatas, penulis menyusun indikator-indikator pengetahuan yang dikemukakan oleh Notoatmodjo (2018:4-5) yaitu tahu (know), memahami (comprehension), aplikasi (application), analisa (analysis), sintesis (synthesis), dan evaluasi (evalution).

b. Penggunaan Kosmetik Non-Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM)

1) Pengertian Kosmetik

Menurut Rahmawanty (2019:81) kosmetik adalah suatu bahan untuk mempercantik diri agar meningkatkan percaya diri, kosmetik ini dahulu dibuat dari bahan-bahan alami disekitar lingkungan manusia, tetapi sekarang tidak dari bahan alami saja tetapi dari bahan buatan agar dapat meningkatkan kualitas kosmetik kecantikan.

Menurut Prianto (2014:29) kosmetik pada saat ini memiliki cakupan arti yang sangat luas. Pada dasarnya kosmetik adalah segala aspek yang berhubungan dengan kulit wajah dan tubuh, sampai dengan produk kosmetik yang membersihkan, melindungi, menjaga, menjaga keutuhan kulit serta mempercantik, memperbaiki dan merubah penampilan.

Oleh karena itu, dari pendapat ahli mengenai definisi kosmetik dapat disimpulkan bahwa kosmetik merupakan suatu produk yang terbuat dari bahan-bahan alami dan buatan yang memiliki fungsi untuk membersihkan, melindungi, memelihara, mempertahankan integritas kulit serta mempercantik, memperbaiki, dan mengubah penampilan seseorang sehingga mampu menambah rasa percaya diri orang tersebut.

2) Pengertian Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM)

Artaya dan Lestari (2021:136) menyatakan bahwa BPOM

merupakan lembaga yang memiliki tugas untuk melakukan pengawasan peredaran obat-obatan, makanan, kosmetik, dan produk lainnya di Indonesia. Sistem pengawasan BPOM mampu mendeteksi, mencegah serta mengawasi produk dipasaran sehingga tercipta keamanan, keselamatan, dan kesejatan konsumen. BPOM juga dapat diartikan sebagai sebuah badan yang bertugas melaksanakan kebijakan untuk mengawasi obat dan makanan, obat tradisional, kosmetik, dan lain sebagainya.

3) Kosmetik Non-BPOM

Kosmetik non-BPOM merupakan kosmetik yang mengandung bahan berbahaya sehingga tidak dibenarkan dipakai dan diedarkan di pasaran karena bisa merusak bagi konsumen yang memakainya. Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen RI No. 8 Tahun 1999 disebutkan bahwa apabila pedagang menjual kosmetika yang tidak terdaftar di BPOM, maka termasuk perbuatan yang dilarang oleh pedagang tersebut menurut Pasal 8(4) UUPK, maka barang tersebut harus dihapus dari peredaran

3. Metode Penelitian

Metode penelitian meliputi teknik pengumpulan data dan informasi, model penelitian, definisi operasional variabel, dan metode analisis data.

Jika perlu, penomoran multi-level dapat digunakan. Jangan lupa beri judul gambar dan nomor (di bawah gambar dan nomor urut) dan judul dan nomor tabel (di atas tabel urut angka).

Metode penelitian ini adalah korelasional dengan pendekatan

kuantitatif. Korelasional merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk menentukan hubungan dua variabel atau lebih. Penelitian kuantitatif korelasional adalah studi ilmiah sistematis tentang bagian-bagian dan fenomena serta hubungannya (Maharani, 2016:65). Tempat penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang yang terletak dikampus Air Tawar, Kota Padang, Provinsi Sumatera Barat dan dilaksanakan setelah seminar proposal.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa di FPP, UNP BP 2019 dengan jumlah mahasiswa 724 orang dari 5 program studi. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik Purposive Sampling. Purposive sampling adalah teknik penarikan sampel dengan pertimbangan tertentu yang ditetapkan oleh peneliti. Sampel yang kami gunakan apabila memenuhi kriteria yaitu mahasiswa FPP, UNP BP 2019 yang pernah memakai kosmetik non-BPOM.

Jenis data dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer penelitian ini meliputi, pertanyaan yang berhubungan dengan tingkat pengetahuani mahasiswa tentang penggunaan kosmetik non-BPOM. Data sekunder yang dipakai pada penelitian ini yaitu data jumlah mahasiswa FPP, UNP BP 2019.

Penelitian ini yang menjadi variabel bebas (X) yaitu pengetahuan mahasiswa. Sedangkan yang menjadi variabel terikat (Y) yaitu penggunaan kosmetik non-BPOM. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket/kuesioner tertutup.

Dalam penelitian ini definisi operasional adalah pengetahuan tentang kosmetik non BPOM yaitu sejauh mana seseorang mengetahui dan dapat mengambil keputusan dalam memilih kosmetik non BPOM untuk dipakai.

Instrumentasi pada penelitian ini menggunakan angket berdasarkan indikator pengukuran tingkat pengetahuan mahasiswa terhadap kosmetik non-BPOM di FPP UNP, jawaban responden setiap item instrumen diukur menggunakan skala likert.

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisa deskriptif, uji prasyarat analisis dan uji hipotesis.

4. Hasil dan Pembahasan

a. Hasil

Berdasarkan kajian penggunaan kosmetik non BPOM oleh mahasiswa FPP UNP yang dikumpulkan melalui kuisisioner atau kuisisioner yang dibagikan kepada 82 responden survey dan jawaban dari masing-masing responden diolah oleh SPSS 20.

Tabel 1. Deskripsi Data Pengetahuan Mahasiswa Terhadap Penggunaan Kosmetik Non-BPOM di FPP UNP

Statistics		
Pengetahuan		
N	Valid	82
	Missing	0
Mean		34.22
Median		35.00
Mode		35
Std. Deviation		3.682
Minimum		24
Maximum		40
Sum		2806

Dari tabel 1. diketahui bahwa data pengetahuan terhadap penggunaan kosmetik non-BPOM skor terkecil (min) adalah 24, skor tertinggi (maks) adalah 40 dengan skor tipikal (mean) 34,22, mean (tengah) adalah 35, nilai

yang biasa terjadi (modus) adalah 35, standar deviasinya adalah 3,682 dan nilai lengkap (total) 2806.

Garis besar penyebaran berulangnya informasi mahasiswa tentang penggunaan produk perawatan kecantikan non-BPOM dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Pengetahuan Terhadap Penggunaan Kosmetik Non-BPOM FPP UNP dari 82 Responden

TCR	Kategori	F	%
0-54%	Sangat Rendah	4	4,84
55-64%	Rendah	31	37,51
67-79%	Sedang	25	30,25
80-89%	Tinggi	16	19,36
90-100%	Sangat Tinggi	6	7,26
Σ		82	100

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa responden memiliki pengetahuan kategori sangat rendah yaitu 10 orang (12,1%), kategori rendah sebanyak 11 orang (13,31%), kategori sedang sebanyak 38 orang (45,98%), kategori tinggi sebanyak 22 orang (26,62%) dan kategori sangat tinggi paling sedikit yaitu 1 orang (1,21%). Hasil analisis deskriptif, variabel pengetahuan mahasiswa terhadap kosmetik non-BPOM dari responden, diperoleh hasil sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Persentase TCR} &= \frac{\text{totalskor}}{\text{totalskorideal}} \times 100\% \\
 &= \frac{2806}{3280} \times 100\% \\
 &= 85,54\%
 \end{aligned}$$

Jika dilihat dari tingkat tingkat ketuntasan responden yang digambarkan diatas, maka tingkat yang diperoleh adalah 85,54% dengan kelas informasi tinggi. Selanjutnya, dapat dikatakan bahwa informasi siswa mengenai kosmetik non-BPOM di FPP UNP berkategori tinggi. Hal ini berarti mahasiswa memiliki pengetahuan yang tinggi mengenai kosmetik non-BPOM di FPP UNP.

b. Pembahasan

Berdasarkan hasil pemeriksaan yang telah dilakukan, informasi mahasiswa tentang pemanfaatan produk perawatan kecantikan non-BPOM FPP UNP BP 2019, hasil survei termasuk dalam kategori tinggi (85,54%). Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki informasi yang tinggi tentang produk perawatan kecantikan non-BPOM di FPP UNP.

Hasil penelitian ini tidak sama dengan penelitian yang dipimpin oleh Khairatun Nisa dengan judul “Hubungan Pengetahuan dengan Persepsi Ibu Terhadap Kosmetika Pemutih di Parupuk Tabing Koto Tengah Padang”, konsekuensi dari tinjauan tersebut berisi 56,67% pengetahuan ibu-ibu di Parupuak Tabing berkategori kurang baik. Hal ini berarti ibu-ibu di Parupuak Tabing memiliki pengetahuan yang kurang baik mengenai kosmetik pemutih.

5. Kesimpulan dan Keterbatasan

Pengetahuan mahasiswa terhadap

kosmetik non-BPOM di FPP UNP di peroleh persentase tingkat pencapaian responden dengan kategori tinggi sebesar (85,54%) artinya mahasiswa memiliki

pengetahuan yang tinggi mengenai kosmetik non-BPOM di FPP UNP.

Referensi :

- [1] Artaya, Putu dan Sulistyani Eka Lestari, 2021, *Pengantar Bisnis Merajut Bisnis Lokal Menuju Bisnis Global Beserta Kajian Hukumnya*, Surabaya: Narotama University Press.
- [2] Maharani, L., dan Mustika, M., 2016, *Hubungan self awareness dengan kedisiplinan peserta didik kelas VIII di SMP Wiyatama Bandar Lampung*, KORSELI:Jurnal Bimbingan dan Konseling (E-Journal), Vol. 3 No.1, 57-62.
- [3] Notoatmodjo, 2018, *Metodologi Penelitian Kesehatan*, Rineka Cipta.
- [4] Prianto, J., 2014, *Cantik Panduan Lengkap Merawat Kulit Wajah*, Gramedia.
- [5] Qhema, Q. H., 2016, *Hubungan Pengetahuan dengan Sikap Pemilihan Kosmetika Perawatan Kulit Wajah Mahasiswa Jurusan Tata Rias dan Kecantikan Universitas Negeri Padang*, Universitas Negeri Padang.
- [6] Rahmawanty, D. dan D. I. S., 2019, *Buku Ajar Teknologi Kosmetik*, IRDH.
- [7] Rosaria, 2016, *Fungsi Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan dalam Produk Kosmetika di Kota Samarinda*. eJournal Administrasi Negara, Vol. 2 No. 4, 4191.