

Tingkat Pengetahuan, Sikap, dan Perilaku Masyarakat Terhadap Kehalalan Kosmetik di Kecamatan Duren Sawit DKI Jakarta

Fitria Nugrahaeni*¹, Nora Wulandari¹, Melawati Agustin¹

¹Fakultas Farmasi dan Sains, Universitas Muhammadiyah Prof.Dr.HAMKA, Jakarta, Indonesia

*Corresponding Author. E-mail: fitria.nugrahaeni@uhamka.ac.id

ABSTRAK

Cara hidup halal (*halal lifestyle*) tidak hanya berfokus pada makanan atau minuman saja, tetapi dengan cakupan yang lebih luas seperti kosmetik, obat, dan lainnya. Kosmetik adalah sediaan yang digunakan di bagian luar tubuh manusia yang dimaksudkan untuk melindungi bagian tubuh agar tetap dalam keadaan baik, sedangkan halal adalah sesuatu yang diperbolehkan oleh Allah SWT. Tujuan dari penelitian ini untuk menilai dan mengetahui hubungan antara pengetahuan, sikap, dan perilaku masyarakat terhadap kehalalan kosmetik di Kecamatan Duren Sawit dengan menggunakan metode observasi desain *cross sectional* serta menggunakan instrumen kuisioner *google form* pada Januari-Maret 2022 terhadap 400 responden. Metode analisis data menggunakan analisis univariat dan bivariat. Hasil penelitian menunjukkan tingkat pengetahuan sebanyak 65,0% dengan kategori baik, untuk sikap 98,8% dikategorikan positif dan untuk perilaku 76,3% dikategorikan baik. Untuk hasil korelasi uji *Spearman rho* menyimpulkan terdapat adanya hubungan antara tingkat pengetahuan dengan sikap hasil p-value 0,001 ($P < 0,05$) dari nilai $r = 0,178$, sedangkan antara tingkat pengetahuan dengan perilaku hubungan p-value 0,001 ($P < 0,05$) dari nilai $r = 0,170$, dan antara sikap dan perilaku tidak terdapat hubungan yang signifikan p-value 0,391 ($P > 0,05$) dari nilai $r = 0,043$. Untuk masing-masing hubungan variabelnya dinyatakan searah namun kekuatan hubungannya sangat lemah. Kesimpulannya tingkat pengetahuan, sikap, dan perilaku dikategorikan baik, serta semakin tinggi tingkat pengetahuan, maka semakin positif sikap dan semakin tinggi perilaku penggunaan kosmetik halal sehingga masyarakat dapat membedakan baik buruknya kosmetik yang digunakan.

Kata Kunci: Pengetahuan, sikap, perilaku, kosmetik halal

ABSTRACT

The halal way of life (halal lifestyle) does not only focus on food or drinks, but with a wider scope such as cosmetics, drugs, and others. Cosmetics are preparations used on the outside of the human body which are intended to protect the body parts so that they remain in good condition, while halal is something that is allowed by Allah SWT. The purpose of this study was to determine the knowledge, attitudes, and behavior of the community towards halal cosmetics and the relationship between variables using a cross-sectional design observation method using a google form questionnaire instrument in January-March 2022 for 400 respondents. The data analysis method used univariate and bivariate analysis. The results showed that the level of knowledge was categorized as good because it had answered the halal cosmetic knowledge questionnaire correctly, the attitude was categorized as positive because they already understood the selection of halal cosmetics and for behavior was categorized as good because the actions taken were correct. For the results of the Spearman-Rho correlation, it can be concluded that knowledge with attitude and knowledge with behavior there is a significant relationship with the strength of the relationship is very weak and the variables are unidirectional, while there is no significant relationship between attitude and behavior but is stated in the direction of the very weak category. In conclusion, the level of knowledge, attitude, and behavior is categorized as good, and the higher the level of knowledge, the more positive the attitude and the higher the behavior of using halal cosmetics.

Keywords: Knowledge, attitude, behavior, halal cosmetics

Submitted: September 27th 2022 | Accepted: December 16th 2022 | Published: December 31st 2022

Pendahuluan

Cara hidup halal (*halal lifestyle*) saat ini mendominasi dunia, tidak hanya di negara berpenduduk mayoritas muslim, tetapi juga di negara berpenduduk mayoritas non-muslim. Pada hakikatnya, kata halal semata-mata tidak hanya berfokus pada makanan atau minuman saja, tetapi dengan cakupan yang lebih luas untuk para pengkonsumsi, seperti kosmetik, farmasi,

skincare, dan fungsi pelayanan termasuk keuangan, investasi, dan bisnis [1].

Karakter kehalalan suatu produk saat ini cukup penting, terutama bagi Indonesia, karena Indonesia merupakan negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam. Kebanyakan masih berfikir bahwa produk yang haram hanya mengandung unsur babi serta alkohol. Padahal sebenarnya masih banyak kandungan lain selain babi dan alkohol yang dapat dikatakan

haram, serta produk yang haram juga bisa dikarenakan proses pembuatan, pengemasan, serta pengirimannya[2]. Konsumsi produk halal didukung oleh jumlah populasi muslim di dunia saat ini mendekati dua miliar. Menurut Kettani (2010) diperkirakan populasi muslim akan mencapai 2.049 miliar orang pada tahun 2020. Populasi muslim terbesar di dunia berada di Benua Asia dengan persentase 70,94%. Populasi muslim tumbuh secara berkala sebesar 1,75% setiap tahun Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia [3].

Halal adalah sesuatu yang bila digunakan tidak menimbulkan hukuman (dosa), sedangkan haram adalah sesuatu yang dilarang keras oleh Allah SWT. Mengonsumsi yang haram berarti tidak diampuni dosa-dosa yang dilakukan dan tidak semua amal ibadah yang dilakukannya diterima oleh Allah SWT. Halal, murni dan baik (thayyib) adalah perintah agama dan hukumnya mengikat. Beberapa ayat dan hadits yang mengatakan demikian, antara lain al-Baqarah [2]: 29, 195, al-Jastsiyah [45]: 13, al-A'râf [7]: 157, al-Mâidah [5]: 3, al-An'âm [6]: 145, an-Nahl [16]: 115 [4].

Produk olahan, baik makanan, minuman, obat-obatan dan kosmetik, kemungkinan besar akan digolongkan dalam kelompok mutasyabihat (syubhat), apalagi jika produk tersebut berasal dari negara yang mayoritas penduduknya non-muslim. Oleh karena itu, produk olahan untuk umat Islam jelas bukan masalah sepele, tetapi masalah besar, wajar jika umat Islam sangat tertarik untuk mendapatkan status hukum produk tersebut, agar apa yang mereka konsumsi tidak menimbulkan keresahan dan keraguan, untuk itu pemerintah merumuskan Undang-undang nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal [5].

Berbagai produk halal yang beredar banyak digunakan oleh konsumen, termasuk kosmetik. Kosmetik adalah bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir dan organ genital bagian luar) atau gigi dan membran mukosa mulut terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan dan atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik [6]. Sepanjang tahun ini, sampai dengan September 2021, data LPPOM MUI menyebutkan bahwa sejumlah 16.844 produk kosmetik halal dengan 418 sertifikat halal dari 210 perusahaan beredar di Indonesia. Seorang muslimah dianjurkan untuk senantiasa memilih kosmetik yang suci dan halal serta menghindari penggunaan produk kosmetik yang haram dan najis. Pastikan bahwa kosmetik yang digunakan adalah kosmetik yang sudah memiliki sertifikat halal [7].

Dalam hal ini untuk meningkatkan tingkat pengetahuan sikap dan perilaku yang baik serta mendapatkan informasi yang lebih jelas dan bukti ilmiah yang didukung oleh penelitian yang dilakukan Arifiyanto (2018) dan Ningrum (2019), maka peneliti melakukan penelitian ini di Kecamatan Duren Sawit karena dilihat dari populasi muslim di Kecamatan Duren Sawit cukup tinggi yaitu 390.126 jiwa penduduk [10] serta rendahnya sertifikasi halal di Indonesia sehingga dianjurkan untuk memilih kosmetik yang halal serta menghindari penggunaan produk kosmetik yang haram dan najis, agar masyarakat mengetahui kandungan bahkan logo halal dalam kosmetik, serta apabila dilihat dari perspektif ruang lingkup tempat tinggal yang sangat mengedepankan teknologi sehingga tahu mengenai kosmetik dan belum pernah dilakukan penelitian tentang kosmetik halal.

Metode

Rancangan Penelitian

Desain penelitian yang digunakan adalah metode penelitian *cross-sectional* dengan metode observasi yang bertujuan untuk mengetahui tingkat pengetahuan, sikap, dan perilaku penggunaan produk kosmetik halal pada masyarakat Kecamatan Duren Sawit Jakarta Timur. Teknik pengambilan sampel ini menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria inklusi dan eksklusi sebagai berikut:

- a. Kriteria Inklusi
 1. Responden merupakan masyarakat Kecamatan Duren Sawit yang berusia 17-65 tahun.
 2. Responden merupakan masyarakat Kecamatan Duren Sawit yang beragama Islam.
- b. Kriteria Eksklusi
 1. Responden berusia <17 tahun.
 2. Responden yang bukan berasal dari Kecamatan Duren Sawit

Penentuan besarnya populasi penelitian ini adalah semua masyarakat Duren Sawit, Jakarta Timur. Jumlah populasi di Kecamatan Duren Sawit Jakarta Timur yaitu 390.126 jiwa [10]. Sampel adalah masyarakat Kecamatan Duren Sawit yang memenuhi kriteria inklusi dan eksklusi. Perhitungan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N (d)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N= Jumlah populasi

d = Derajat kepercayaan (digunakan 5%)

Jumlah sampel yang diambil sebanyak 400 responden.

Instrumen yang digunakan adalah jenis kelamin, usia, tempat tinggal, pendidikan terakhir, pekerjaan serta bidang pekerjaan dan kuesioner pengetahuan, sikap, dan perilaku yang dikembangkan dari penelitian sebelumnya. Kuesioner memiliki 23 pertanyaan yang dibagi menjadi tiga kategori pengetahuan, sikap, dan perilaku tentang kosmetik halal, kemudian dilakukan uji reliabilitas dan validitas kepada 40 orang responden dengan parameter penerimaan melalui uji korelasi *Pearson Product Moment*, *Cronbach's Alpha* dan *CVI*.

Analisis data

Analisis dan pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program statistik. Analisis statistik dilakukan meliputi langkah-langkah sebagai berikut:

1. Analisis Univariat

Analisis univariat dilakukan untuk menggambarkan distribusi frekuensi, termasuk kuesioner sosio-demografi responden seperti jenis kelamin, usia, status, pendidikan terakhir, pekerjaan, bidang pekerjaan dan kuesioner tentang tingkat pengetahuan, sikap, dan perilaku.
2. Analisis Bivariat

Analisis bivariat digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel. Dalam penelitian ini, analisis bivariat dilakukan untuk mengetahui

hubungan antara tingkat pengetahuan, sikap dan perilaku masyarakat terhadap kehalalan kosmetik dengan menggunakan uji *Spearman's rho*.

Hasil dan Pembahasan

Data Karakteristik Responden

Instrumen kuesioner yang dipakai diuji reabilitas dan validitasnya kepada 40 responden dengan kriteria yang sama dengan sampel yang akan dipilih dalam penelitian. Berdasarkan analisis statistik terhadap data yang diperoleh, semua item pertanyaan valid dan reliabel dengan nilai *pearson correlation* >0,312 didapatkan dari nilai *r* tabel, *alpha Cronbach's* >0,6 dan *CVI* minimal 0,8 [11].

Dari hasil analisis data seperti yang disajikan dalam **tabel 1**, diperoleh karakteristik responden yaitu umumnya responden berumur 46-55 tahun (25,3%) dengan jenis kelamin perempuan 84,3% dan laki-laki 15,8%. Responden tertinggi pada Kelurahan Pondok Kelapa (17,8%) dengan pendidikan terakhir tingkat SMA atau sederajat sebanyak 51,2%. Dengan bidang pekerjaan rata-rata tidak bekerja (50,0%). Untuk jenis kosmetik yang digunakan sebanyak 43,3% memilih kosmetik pembersih dan untuk informasi mengenai kosmetik halal 26,0% memilih internet dalam mengakses informasi kosmetik halal [12]

Tabel 1. Karakteristik Responden Terhadap Kehalalan Kosmetik di Kecamatan Duren Sawit

Karakteristik	Jumlah	Persentase (%)
Usia		
17-25	89	22,3
26-35	72	18,0
36-45	82	20,5
46-55	101	25,3
56-65	56	14,0
Jenis Kelamin		
Laki-laki	63	15,8
Perempuan	337	84,3
Kelurahan		
Malaka Sari	59	14,8
Malaka Jaya	54	13,5
Pondok Kopi	52	13,0
Pondok Bambu	49	12,3
Pondok Kelapa	71	17,8
Klender	58	14,5
Duren sawit	57	14,2
Pendidikan Terakhir		
SD atau Sederajat	10	2,5
SMP atau Sederajat	34	8,5
SMA atau Sederajat	205	51,2
Perguruan Tinggi	151	37,8
Bidang Pekerjaan		
Pelajar	24	6,0
Mahasiswa	46	11,5
Pekerja Medis	10	2,5
Pekerja Non Medis	120	30,0
Tidak Bekerja	200	50,0
Jenis Kosmetik yang digunakan		
Kosmetik Pembersih	342	43,3
Kosmetik Pelindung dan pelembab	222	28,1
Kosmetik riasan/make up	225	28,5

Informasi mengenai kosmetik halal		
Televisi	219	25,9
Website Halal MUI	97	11,4
Internet	220	26,0
Leaflet/brosur/poster	96	11,3
Media komunikasi (whatsapp, line, media sosial)	205	24,2
Yang lain	7	0,8

Data Tingkat Pengetahuan, Sikap, dan Perilaku

Berdasarkan **tabel 2** didapatkan responden paling banyak di tingkat pengetahuan yaitu sekitar 65,0% pengetahuan masyarakat dikategorikan baik. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ningrum (2019) pengetahuan responden termasuk dalam kategori baik. Responden juga mengetahui bahwa kosmetik berlabel halal dijamin kualitasnya dan sudah pasti lulus uji Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) [9]. Sementara untuk sikap dikategorikan positif sekitar 98,8%, dalam kategori sikap seseorang terhadap suatu objek terdiri dari dua aspek, yaitu aspek positif dan aspek negatif. Aspek-aspek tersebut menentukan sikap seseorang. Semakin banyak aspek dan objek positif yang diketahui, semakin positif sikapnya terhadap objek tertentu dan bentuk objek tersebut dapat digambarkan dengan pengetahuan yang diperoleh dari pengalamannya sendiri [13]. Sama seperti sikap, perilaku juga termasuk dalam kategori baik yaitu sekitar 75,3%. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian dari [14] perilaku adalah tindakan seseorang yang dapat dipelajari dan diamati. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku salah satunya faktor mempengaruhi perilaku manusia yaitu tingkat pengetahuan, semakin tinggi pengetahuan seseorang akan semakin bagus perilakunya [14].

Tabel 2. Tabel Tingkat Pengetahuan, Sikap, dan Perilaku Penggunaan Kosmetik Halal

Variabel	Frekuensi (n)	Persentase (%)
Pengetahuan		
Baik	260	65,0
Cukup	128	32,0
Kurang	12	3,0
Sikap		
Positif	395	98,8
Negatif	5	1,3
Perilaku		
Baik	305	76,3
Cukup	95	23,8
Kurang	0	0

Data Hubungan antar Variabel Pengetahuan, Sikap dan Perilaku

Hasil analisis terdapat hubungan yang signifikan antara pengetahuan dengan sikap penggunaan kosmetik halal dengan nilai *p-value* 0,001 (*P*<0,05) dengan nilai korelasi (*r*) = 0,178, pengetahuan dengan perilaku didapatkan *p-value*

0,001 ($P < 0,05$) dan nilai korelasi (r) = 0,170 artinya, tingkat signifikansi dengan hubungan (korelasi) antara kedua variabel penggunaan kosmetik halal sangat lemah tetapi hubungan kedua variabel searah. Sementara hasil analisis sikap dengan perilaku tidak terdapat hubungan yang signifikan dengan nilai variabel p -value 0,391 ($P > 0,05$) dengan nilai korelasi (r) = 0,043 artinya, tingkat kekuatan hubungan (korelasi) antara dua variabel penggunaan kosmetik halal sangat lemah dan hubungan kedua variabel searah. Jadi semakin tinggi tingkat pengetahuan, sikap, dan perilaku tentang kosmetik halal maka semakin baik hubungan antar ketiga variabel bebasnya [15].

Tabel 3. Data Hubungan antar variabel Pengetahuan, Sikap dan Perilaku Penggunaan Kosmetik Halal

	p -value	R
Pengetahuan-Sikap	0,001	0,178
Pengetahuan-Perilaku	0,001	0,170
Sikap-Perilaku	0,391	0,043

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti menyimpulkan bahwa:

1. Tingkat pengetahuan masyarakat di Kecamatan Duren Sawit 65,0% sudah dikategorikan baik karena sudah menjawab kuesioner pengetahuan kosmetik halal dengan benar.
2. Tingkat sikap masyarakat di Kecamatan Duren Sawit 98,8% sudah dikategorikan positif karena sudah memahami sikap terhadap pemilihan kosmetik halal.
3. Tingkat perilaku masyarakat di Kecamatan Duren Sawit 76,3% sudah dikategorikan baik karena tindakan yang dilakukan sudah benar.
4. Untuk hasil korelasi uji *Spearman-rho* menyimpulkan terdapat adanya hubungan (korelasi positif) p -value 0,001 ($P < 0,05$) dari nilai $r = 0,178$, antara tingkat pengetahuan dengan sikap serta variabelnya dinyatakan searah, namun kekuatannya sangat lemah. Sedangkan pada tingkat pengetahuan dengan perilaku terdapat hubungan (korelasi positif) p -value 0,001 ($P < 0,05$) dari nilai $r = 0,170$, dengan variabel dinyatakan searah, namun kekuatannya sangat lemah. Sementara antara sikap dan perilaku tidak terdapat hubungan yang signifikan (korelasi positif) p -value 0,391 ($P > 0,05$) dari nilai $r = 0,043$, sehingga variabelnya dinyatakan searah dan kekuatan hubungannya sangat lemah.

Ucapan Terimakasih

Terimakasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengembangan Universitas Muhammadiyah Prof DR. HAMKA yang telah mendanai penelitian ini.

Daftar Pustaka

- [1] A. E. A. R. S. Rahman, "Consumers and Halal Cosmetic Products: Knowledge, Religiosity, Attitude, and Intention," *Journal of Islamic Marketing*. Bingley, Vol. 6, Issue 1 (2015), PP 148-163, 2015.
- [2] S. Zailani and Z. Zainuddin, "Halal Cosmetics Adoption Among Young Muslim Consumers in Malaysia: Religiosity

Concern," vol. 6, p. 47, 2016, [Online]. Available: www.gjat.my

- [3] H. Kettani, "2010 World Muslim Population," 2010. [Online]. Available: <https://www.researchgate.net/publication/268290952>
- [4] Syarifuddin and M. Siradj, "Sertifikasi Halal Dan Sertifikasi Non Halal Pada Produk Pangan Industri," 2015. [Online]. Available: <http://telusur.metrotvnews.com/>
- [5] M. Fauzi, "Problematisa penentuan fatwa hukum halal Di indonesia," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, vol. 4, no. 01, p. 51, Mar. 2018, doi: 10.29040/jiei.v4i1.141.
- [6] Permenkes, "Permenkes_No.1175_Menkes_Per_VIII_2010_Tentang-Izin-produksi_2010," 2010.
- [7] MUI, "Fatwa Penggunaan Alkohol untuk Bahan Obat (INA)," MUI, 2018.
- [8] R. Arifiyanto, J. Pemasaran, and F. Ekonomi, "Pengaruh Pengetahuan Produk Kosmetik Halal Dan Religiusitas Pada Sikap Terhadap Kosmetik Halal," 2018.
- [9] E. L. Ningrum, M. W. Pendidikan, and K. Keluarga, "Hubungan Pengetahuan Dan Sikap Mahasiswa Dengan Perilaku Penggunaan Kosmetik Tata Rias Wajah Berlabel Halal," 2019.
- [10] BPS, "Jakarta Timur Municipality In Figures 2021 Dalam Angka Kota Jakarta Timur 2021 Badan Pusat Statistik Kota Jakarta Timur BPS-Statistics of Jakarta Timur Municipality," 2021.
- [11] D. Viviandhari, N. Wulandari Fakultas Farmasi dan Sains, U. Muhammadiyah Hamka, and P. Korespondensi, "Edukasi Pada Pengawas Minum Obat Dan Pasien Diabet Millitus Tipe 2 Untuk Meningkatkan Kepatuhan Minum Obat Education Model on Drug Supervisor and Type 2 Diabetes Mellitus Patient To Improve Drug Compliance," 2017.
- [12] N. Wulandari, R. Andrajati, and S. Supardi, "Faktor Risiko Umur Lansia terhadap Kejadian Reaksi Obat yang Tidak Dikehendaki pada Pasien Hipertensi, Diabetes, Dislipidemia di Tiga Puskesmas di Kota Depok Risk Factor Elderly Age on Incidence of Adverse Drug Reaction in Patients with Hypertension, Diabetes, Dyslipidemic at Three Puskesmas in Depok," 2016.
- [13] R. Pratiwi, "Tingkat Pengetahuan, Sikap Dan Perilaku Penggunaan Probiotik Masyarakat Kelurahan Ciracas Dimasa Pandemi Covid-19 Tahun 2021," p. 28, 2021.
- [14] I. K. Aspari, "Tingkat Pengetahuan, Persepsi, dan Sikap Masyarakat Terhadap Kehalalan Obat di Kabupaten Bojonegoro," 2020.
- [15] F. Nugrahaeni and M. Rachmawati, "Pengetahuan, Persepsi dan Sikap Tentang Obat Pada Siswa SMK Muhammadiyah Susukan Kabupaten Semarang," *Journal of Islamic Pharmacy*, vol. 6, no. 2, pp. 46-49, Jan. 2022, doi: 10.18860/jip.v6i2.11053.