

LAPORAN HASIL PENELITIAN TERAPAN PENGEMBANGAN NASIONAL
TAHUN ANGGARAN 2020

PERSEPSI WANITA INDONESIA TERHADAP KEHALALAN KOSMETIK



Tim Peneliti:

Meinarini Catur Utami
Elvi Fetrina

**PUSAT PENELITIAN DAN PENERBITAN (PUSLITPEN) LP2M
UIN SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA
2020**

LEMBAR PENGESAHAN

Lembar Lembar yang berjudul **PERSEPSI WAWATA WOODHA TERHADAP KEMERIAAN KOMITIB**, merupakan salah satu hasil dari penelitian yang dilakukan oleh **WENANGI CATUR UTAMI**, dan telah disetujui oleh dosen pembimbing skripsi dan penelitian selanjutnya yang ditandatangani oleh Kepala Pembinaan Penelitian (PUSITP) dan Wakil Pembina Jurusan.

Kediri, 1 September 2023

Nama


WENANGI CATUR UTAMI, M.T
NIP. 2000012012123000

Tempat

WENANGI,
Pembinaan Penelitian (PUSITP)
UPN Ar-Raniry Indragiri Utara

WENANGI,
Sekretaris dan Pembina **WENANGI** Masyarakat (WMA)
UPN Ar-Raniry Indragiri Utara

DR. WAWI SIBIDI, MA,
NIP. 2000012000011000

WENANGI SARI, M.T, Ph.D
NIP. 2000012000011000

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Mawati Dika Utami
Alamat : Dusun Liris 100702
No. KTP : Frud 2-121 121 Spid Hidayatun Nuzwa
Alamat : Jl. H. H. Mulyo, no. 55, Candi

ingin menyatakan bahwa :

1. Saya pernah **PRISIP KAWAT INDONESIA TERBUKA KEHALUAN KOMETRI** dan akan terus belajar saya.
2. **SAJA** di keaduan ini dengan baik sama saja, dan ini bukan dan bukan perlatan saya melalui cara yang baik dan benar, maka saya akan bertanggung jawab untuk menanggung biaya dan biaya lainnya yang terkait dengan ini, dan akan menanggung biaya sesuai ketentuan yang berlaku serta bersedia untuk tidak melakukan upaya perlawanan kepada Pengadilan PTSM GIN Spid Hidayatun Nuzwa karena telah selesai.

Dengan pengisian ini berarti saya (Agustine) mengizinkan Hidayatun

Candi, 1 Desember 2023

Cand Mulyo



BERKAS CANTH UTAMI, No.1
No. 2478002.001.001.2.009

ABSTRAK

Cara agar perempuan dalam melakukan perawatan untuk menjaga dan merawat agar tetap cantik dan bersih adalah dengan kosmetik. Survey menunjukkan bahwa pertimbangan dalam menggunakan produk halal sebesar 58.8% dan survey lainnya menyatakan bahwa produk kecantikan yang memiliki serifikasi halal MUI serta nomor BPOM adalah hal yang penting demi menjamin keamanan diketahui dari riset tersebut penting bagi produk halal mengandung bahan alami. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana wanita Indonesia tertarik pada kosmetik halal khususnya wanita muslimah dan non muslimah dari mahasiswa aktif. Penelitian ini menggunakan *framework Theory of Planned Behaviour* dengan analisis yang digunakan adalah SEM-PLS yang divalidasi melalui SmartPLS. Hasil dari penelitian ini adalah diketahui dari delapan hipotesis yang dibuat satu hipotesis terbukti tidak memiliki pengaruh yang signifikan yaitu variabel *Subjective Norms* terhadap *Intention*. Ditolaknya *subjective Norms* terhadap *Intention* ini menunjukkan jika norma subjektif tidak memiliki pengaruh terhadap intensi responden dalam penggunaan maupun pembelian kosmetik halal. Sementara variabel hipotesis yang terbukti berpengaruh diantaranya adalah *Attitude*, *Perceived Behavioral Control (PBC)*, *Perceived Value* terhadap *Intention* dan *Social Influence*, *Knowledge*, *Religiosity* terhadap *Attitude*, serta *Brand Value* terhadap *Perceived Value*.

Keywords : Persepsi Wanita, Kosmetik Halal, SEM-PLS, *Theory of Planned Behaviour*,

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.4 Signifikansi Penelitian	7
1.5 Penelitian Terdahulu	7
1.6 Metode, Analisis Data, dan Telaah Teoritik	8
1.7 Sistematika Penulisan	14
BAB II	16
KAJIAN TEORI	16
KOSMETIK DAN HALAL	16
2.1 Kosmetik	16
2.1.1 Penggolongan Kosmetik	20
2.1.2 Efek Kosmetik	20
2.1.3 Cara memilih kosmetik yang baik	23
2.2 Halal	24
2.2.1 Kehalalan Produk	25
2.2.2 Halal Produk di Dunia	28
KAJIAN TEORI FRAMEWORK	30
2.3 Theory of Reasoned Action (TRA)	30
2.4 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	35
2.4.1 Sikap (<i>Attitude</i>)	37

2.4.2 Norma Subyektif (Subjective Norm).....	38
2.4.3 Kontrol Perilaku (Behavior Control).....	38
2.4.4 Niat Beli (Purchase Intention).....	39
KAJIAN TEORI STATISTIK.....	40
2.5 Kuesioner	40
2.6 Penyusunan Butir Pertanyaan.....	41
2.7 Skala Pengukuran	43
2.7.1 Modifikasi Skala Likert Empat Skala.....	43
2.8 Uji Validitas	44
2.9 Uji Reliabilitas.....	45
2.10 Populasi dan Sampel	46
2.11 Teknik Pengambilan Sampel.....	47
2.12 Metode SEM (Structural Equation Modelling)	48
2.12.1 Structure Equation Model (SEM).....	48
2.12.2 PLS SEM.....	49
2.13 SmartPLS	53
BAB III.....	54
3.1 Populasi dan Sampel Penelitian.....	54
3.1.1 Populasi Penelitian	54
3.1.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	54
3.2 Variabel Penelitian	55
3.3 Definisi Operasional Variabel	56
3.4 Teknik Pengumpulan Data	57
3.5 Teknik Analisis data.....	58
3.6 Kerangka Penelitian	59
BAB IV	60
4.1 Gambaran Subjek Penelitian	60
4.2 Analisis Deskriptif.....	61

4.3 Evaluasi Outer Model.....	65
4.4 Hasil Pengujian Model dengan SEM	84
BAB V.....	88
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran.....	88
Daftar Pustaka	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Faktor Pertimbangan Perempuan dalam Membeli Kosmetik.....	2
Gambar 1. 3 Kerangka <i>Theory of Planned Behavior</i> (Ajzen 1991)Dokumentasi	11
Gambar 1. 4 Tahapan Penelitian Koleksi dan Analisis Data.....	13
Gambar 1. 5 Tahapan Dokumentasi	14
Gambar 2. 1 Framework <i>Theory of Reasoned Action</i>	31
Gambar 2. 2 Kerangka <i>Theory of Planned Behavior</i> (Ajzen 1991).	35
Gambar 3. 2 Kerangka Penelitian.....	59
Gambar 4. 1 Proporsi pengguna kosmetik halal per universitas	64
Gambar 4. 2 Mean Uang Saku berdasarkan Universitas	65
Gambar 4. 3 Model SEM Perilaku penggunaan kosmetik halal.....	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tempat Pengambilan Sampel Penelitian.....	9
Tabel 2. 1 Butir-butir pertanyaan	41
Tabel 2. 2 Skala Likert 4 poin	44
Tabel 4. 1 Pengelompokan Responden Berdasarkan Universitas	60
Tabel 4. 2 Pengelompokan Responden berdasarkan agama, usia dan semester	61
Tabel 4. 3 Pengelompokan Pengguna Produk Kosmetik Halal.....	63
Tabel 4. 4 <i>Nilai Outer Loadings</i>	66
Tabel 4. 5 <i>Nilai Composite Reliability</i>	68
Tabel 4. 6 <i>Nilai Average Variance Extracted (AVE)</i>	69
Tabel 4. 7 <i>Nilai Cross Loading</i>	70
Tabel 4. 8 Tabel <i>Nilai Outer Model</i>	82
Tabel 4. 9 Koefisien Regresi	85

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perawatan kecantikan bagi seorang wanita merupakan suatu hal yang umum dilakukan oleh setiap wanita. Seperti penelitian yang dilakukan oleh (S, Sayuti, and Riwati 2016) dimana menghasilkan opini bahwa perawatan kecantikan wanita merupakan suatu usaha yang dilakukan wanita untuk menjaga ataupun merawat dirinya agar tetap bersih dan cantik, terlihat sempurna dan juga dapat memperbaiki atau melengkapi kekurangannya sehingga timbul proses pada diri untuk menjadi lebih baik dalam hal merawat, menjaga kecantikan, keindahan dan kesempurnaan wanita. Kecantikan merupakan suatu hal yang tak lepas dari wanita, karena setiap wanita terlahir cantik.

Adapun kecantikan mengacu pada kriteria kulit yang cerah dan bersinar, hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh (Anna 2020) pada Kompas online. Pada Kompas online, Anna menyebutkan adanya survey kecantikan dengan melibatkan 6.460 responden yang terdiri atas Gen X (45-64 tahun), Gen Y (23-44 tahun), Gen Z (13-22 tahun). Survey yang diadakan oleh klinik kecantikan ZAP Clinic pada tahun 2019 ini memberikan hasil survey yang menunjukkan bahwa 46,7 persen responden mendefinisikan cantik dengan artian memperindah penampilan secara keseluruhan atau *well-dressed*. Selain itu memiliki kulit cerah dan bersinar menjadi definisi cantik secara umum bagi sebagian besar perempuan Indonesia (82,5 persen).

Salah satu cara untuk memiliki kecantikan dengan kulit yang cerah dan bersinar bagi wanita adalah dengan menggunakan kosmetik. Adapun beberapa faktor yang menjadi pertimbangan wanita dalam melakukan pembelian kosmetik telah diketahui melalui survey yang dilakukan oleh (Sigma Research Indonesia 2017) terhadap 1200 perempuan Indonesia dengan rentan usia antara 15-55 tahun. Faktor yang paling besar persentasenya adalah kecocokan formula pada kulit wajah (79,4%), kemudian diikuti oleh produk yang tahan lama (67,4%), formula ringan (62,2%), serta pemilihan warna, halal, harga dengan prosentase masing-masing di atas 50%.



Gambar 1. 1 Faktor Pertimbangan Perempuan dalam Membeli Kosmetik

(Sumber : (Sigma Research Indonesia 2017)

<https://id.scribd.com/document/376244485/Tren-Dan-Perilaku-Pasar-Kosmetik-Indonesia-Tahun-2017>

Berdasarkan survey tersebut, yang menjadi salah satu faktor pertimbangan wanita Indonesia dalam membeli kosmetik adalah faktor halal yaitu sebesar 58,3%. Hal ini berarti terdapat kurang lebih 699 responden yang tertarik akan kosmetik halal. Kehalalan suatu produk sendiri merupakan suatu kebutuhan wajib bagi konsumen muslim. Hal tersebut diperjelas di dalam Surah QS Al Baqarah: 168 yang artinya “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan, karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”.

Untuk mengetahui kehalalan suatu produk dapat dilihat dari adanya sertifikat halal. Produk dengan bersertifikat halal artinya bahwa produk tersebut terbuat dari bahan yang aman, sudah melewati serangkaian *test* dan terjamin kualitasnya. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh (Syamsu 2020) pada halaman MUI online bahwa untuk memenuhi hak asasi muslim dalam hal konsumsi makanan, minuman dan obat-obatan yang halal maka DPR telah mengesahkan UU No. 33 tahun 2014 Jaminan Produk Halal. Melalui UU

ini maka produk dan jasa yang terkait dengan makanan, minuman, obat-obatan, kosmetika dan barang gunaan, kecuali untuk produk yang memang haram, diwajibkan sertifikasi halal.

Di Indonesia sudah banyak produk-produk kosmetik halal yang sudah disertifikasi MUI dan masyarakat pun sudah mulai merasakan manfaat dari produk halal. Hal tersebut diketahui melalui survei yang diadakan oleh *brand* kecantikan Marina pada artikel (Sari 2016) bahwa Marina pada awal tahun ini mengadakan riset yang melibatkan 1.188 wanita Indonesia berusia 15 hingga 35 tahun. Hasil riset menunjukkan, 97 persen responden mengaku bahwa produk kecantikan yang memiliki sertifikasi halal MUI serta nomor BPOM adalah hal yang penting demi menjamin keamanan. Dari riset tersebut juga diketahui bahwa empat dari lima wanita menganggap bahwa produk kecantikan halal harus mengandung bahan-bahan yang alami.

Berdasar paparan di atas, maka peneliti ingin mengetahui sejauh mana wanita Indonesia tertarik pada kosmetik halal. Yang mana wanita di sini bukan hanya muslimah tetapi juga non muslimah dengan target mahasiswi aktif. Penelitian ini merupakan kelanjutan dari penelitian peneliti sebelumnya. Adapun penelitian terdahulu membahas berbagai faktor apa saja yang dapat berpengaruh terhadap seorang muslimah berkaitan dengan pembelian dan penggunaan kosmetik korea. Alasan penggunaan kosmetik korea karena adanya tren demam korea akibat gencarnya budaya korea yang masuk ke Indonesia, terutama korea drama dan korea pop. Wanita muslimah yang menjadi sampel adalah mahasiswa aktif berusia 17-25 tahun sebanyak 1053 responden di enam Universitas Islam Negeri (UIN) yang ada di Indonesia, yaitu UIN Sumatera Utara yang berlokasi di Medan, UIN Raden Fatah berlokasi di Kota Palembang, UIN Syarif Hidayatullah di Jakarta, UIN Maulana Malik Ibrahim di Malang, UIN Sunan Ampel di Surabaya serta UIN Alauddin di kota Makasar.

Adapun hasil survey pengguna kosmetik korea tertinggi didapatkan dari responden UIN Jakarta sebesar 61.5 % dan UIN Palembang sebesar 48.8 % selaras dengan uang saku responden tertinggi juga pada responden UIN Jakarta dan UIN Palembang. Proses pengolahan data yang berdasar konstruk model SEM yang telah dibuat, dengan mengacu *framework Theory of Planned Behaviour* (TPB), dan dilakukan tes validasi melalui *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) memberikan hasil bahwa adanya keterkaitan antar faktor yang mempengaruhi seorang muslimah dalam menggunakan kosmetik korea, yaitu intensi terhadap perilaku, *Perceived Behavioral Control* (PBC)

terhadap perilaku, status sosioekonomi terhadap perilaku, hedonisme terhadap perilaku, sikap terhadap intensi, norma subjektif terhadap intensi, PBC terhadap intensi, hedonisme terhadap intensi, religiusitas terhadap hedonisme, status sosioekonomi terhadap hedonisme, usia terhadap hedonisme, sikap terhadap intensi. Selain itu juga menunjukkan bahwa ada pengaruh religiusitas yang secara tidak langsung membuat pemakai kosmetik muslimah menginginkan produk kosmetik yang halal.

Penelitian saat ini selanjutnya dilakukan untuk mengetahui adakah pengaruh *attitude* yang didalamnya ada faktor religiusitas dan variabel PBC, yang sebelumnya juga dipakai pada penelitian sebelumnya, pada mahasiswi aktif yang berusia 17-25 tahun di universitas umum, dengan arti lain bukan kampus yang berlatar belakang agama tertentu seperti Universitas Islam Negeri (UIN) ataupun Universitas berbasis agama Kristen dan sebagainya, terhadap kosmetik halal. Dipilihnya universitas umum karena memiliki keanekaragaman budaya, adat, dan agama sehingga diharapkan akan mengetahui pendapat tentang kebutuhan kehalalalan kosmetik ataupun tidak oleh masyarakat Indonesia yang begitu majemuk ini.

Universitas yang akan dituju yaitu satu universitas negeri dan satu universitas swasta di beberapa kota besar dan telah menjadi daerah pengambilan sampel penelitian penulis sebelumnya yaitu Medan, Palembang, Jakarta, Surabaya serta Makasar. Untuk kota Malang akan digantikan dengan di Yogja sebagai bentuk perwakilan pendapat dari Jawa Tengah. Responden yang terlibat tidak hanya beragama Islam, tetapi juga responden yang bukan beragama Islam. Dasar pemikiran melibatkan responden non Islam karena adanya kesadaran bahwa produk halal tidak hanya untuk muslim semata, hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh (Fadhilah 2018) dan dipublikasikan Republika Online pada tanggal 20 Maret 2018. Umi Nur Fadhilah menyampaikan pendapat CEO dan Direktur Pengaturan MS3 Agri-Ventures, Neil Santillan (Abdul Kareem) bahwa produk halal berarti produk yang memiliki prioritas penanganan higienis dalam banyak hal sehingga produk halal ideal juga untuk non muslim.

Faktor lain yang akan digunakan selain *attitude*, religiusitas dan PBC adalah faktor *knowledge* dan *subjective norms*. Dua faktor ini mengacu pada penelitian terdahulu oleh Briliana dan Mursito pada tahun 2017. Penelitian Briliana dan Mursito juga menggunakan faktor *religiusitas* dan *attitude*, yang juga dilakukan oleh peneliti sebelumnya, akan tetapi penelitian (Briliana and Mursito 2017) mengacu pada *framework Theory of Reasoned Action* (TRA). Penelitian tersebut untuk mengetahui sikap remaja muslimah di daerah

Jakarta Selatan, terhadap kosmetik halal dengan. Analisis SEM untuk framework penelitian serta divalidasi melalui SmartPLS. Hasil penelitian ini yaitu semua faktor yang dianalisis memiliki hubungan yang *significant* terhadap *intention* kosmetik halal

Penelitian ini juga akan menggunakan faktor lain yaitu *perceived value* dan *brand value*. Faktor ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh (Song, Guo, and Zhang 2019), yang mana penelitian ini menguji *perceived value* dalam penggunaan kosmetik anti oksidan dengan modifikasi framework TPB. Faktor tersebut di dalamnya juga menguji faktor *brand value*. Hasil penelitian tersebut adalah *brand value* memiliki pengaruh yang *significant* terhadap *perceived value*. Adapun tools yang digunakan yaitu SPSS dengan *Factor Analysis*.

Penelitian ini akan menggunakan faktor *social influence* juga, dimana mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh (Prapdopo et al. 2018). Adapun hasil penelitian yang didapatkan yaitu faktor *social influence* kurang memiliki pengaruh yang *significant* terhadap faktor *intention*. Pengujian faktor dilakukan dengan menggunakan metode SEM dengan Smart PLS.

1.2 Permasalahan

Kehalalan kosmetik menjadi objek penelitian, khususnya terhadap mahasiswa aktif di universitas umum. Adapun permasalahan dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut :

1. Apakah faktor *Knowledge* mempengaruhi perilaku dan intensi mahasiswa terhadap kosmetik halal ?
2. Apakah faktor *Social Influence* mempengaruhi perilaku dan intensi mahasiswa terhadap kosmetik halal ?
3. Apakah faktor *Religiosity* mempengaruhi perilaku dan intensi mahasiswa terhadap kosmetik halal ?
4. Apakah faktor *Subjective Norms* mempengaruhi intensi mahasiswa terhadap kosmetik halal ?
5. Apakah faktor *Perceived Control Behavior* mempengaruhi intensi mahasiswa terhadap kosmetik halal ?
6. Apakah faktor *Perceived Value* mempengaruhi intensi mahasiswa terhadap kosmetik halal ?

7. Apakah faktor *Brand Value* mempengaruhi *Perceived Value* dan intensi mahasiswi terhadap kosmetik halal ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Mengetahui persepsi wanita Indonesia terhadap kehalalan kosmetik melalui hasil analisis semua faktor yang tertuang dalam framework penelitian seperti sebagai berikut :

- a. Mengetahui seberapa besar pengaruh faktor *Knowledge* terhadap perilaku dan intensi mahasiswi terhadap kosmetik halal.
 - b. Mengetahui seberapa besar pengaruh faktor *Social Influence* terhadap perilaku dan intensi mahasiswi terhadap kosmetik halal.
 - c. Mengetahui seberapa besar pengaruh faktor *Religiosity* terhadap perilaku dan intensi mahasiswi terhadap kosmetik halal.
 - d. Mengetahui seberapa besar pengaruh faktor *Subjective Norms* terhadap intensi mahasiswi terhadap kosmetik halal.
 - e. Mengetahui seberapa besar pengaruh faktor *Perceived Control Behavior* terhadap intensi mahasiswi terhadap kosmetik halal.
 - f. Mengetahui seberapa besar pengaruh faktor *Perceived Value* terhadap intensi mahasiswi terhadap kosmetik halal.
 - g. Mengetahui seberapa besar pengaruh faktor *Brand Value* terhadap *Perceived Value* dan intensi mahasiswi terhadap kosmetik halal.
2. Dapat mengetahui pendapat masyarakat non muslim tentang kebutuhan produk yang halal.
 3. Hasil penelitian ini bisa menjadi salah satu dasar pertimbangan ataupun sebagai referensi bagi pembuat kebijakan, dalam hal ini kaitannya dengan produk halal, untuk lebih perhatian dalam pemberian label halal pada segala jenis produk yang dibutuhkan oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

1.4 Signifikansi Penelitian

Signifikansi penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengetahui nilai korelasi antar 9 faktor persepsi wanita Indonesia terhadap kosmetik halal, yang diwakili oleh responden yang tersebar di Palembang, Medan, Jakarta, Jogjakarta, Surabaya, Makasar.
2. Mendapatkan faktor mana yang paling berpengaruh terhadap wanita Indonesia dalam menentukan kosmetik halal, yang bisa menjadi acuan perusahaan kosmetik yang ingin terjun dalam kosmetik halal ataupun perusahaan kosmetik halal yang ingin mengeksplor hal tersebut.
3. Menyajikan data akurat bagi pemangku kebijakan yang berkaitan dengan produk halal, sehingga bisa lebih menjamin kehalalan suatu produk yang dibutuhkan oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

1.5 Penelitian Terdahulu

(Suryadi, Utami, and Fetrina 2018) melakukan penelitian untuk mengetahui berbagai faktor yang mempengaruhi sikap muslimah terhadap kosmetik korea berkaitan dengan kehalalannya. *Framework* yang digunakan yaitu *Theory of planned Behaviour* (TPB) dengan faktor-faktor yang diujikan yaitu Religiusitas, Hedonisme, *Attitude*, *Subjective Norms*, *Perceived Behavioral Control*, Sosio Ekonomi Sosial, Usia. Adapun pengujian model *framework* TPB melalui *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan uji validasi CFA (*Confirmatory Factor Analysis*) dengan melibatkan responden mahasiswi aktif yang ada di beberapa UIN seperti UIN Sumatera Utara yang berlokasi di Medan, UIN Raden Fatah berlokasi di Kota Palembang, UIN Syarif Hidayatullah di Jakarta, UIN Maulana Malik Ibrahim di Malang, UIN Sunan Ampel di Surabaya serta UIN Alauddin di kota Makasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor religiusitas berpengaruh dalam menentukan pembelian dan penggunaan kosmetik halal oleh wanita muslimah.

(Briliana and Mursito 2017) menganalisis sikap remaja muslim terhadap kosmetik halal dimana responden yang diambil adalah Jakarta Selatan dengan menggunakan *framework Theory of Reasoned Action* (TRA). Faktor-faktor yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Religiusitas, *Subjective Norm*, dan *Knowledge*. Model pengujian *framework* menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan uji validasi

Partial Least Square (PLS). Hasilnya menunjukkan bahwa adanya saling keterkaitan antar faktor dalam mempengaruhi sikap remaja muslim terhadap kosmetik halal.

(Prapdopo et al. 2018) menganalisis dampak etnosentrisme, pengetahuan dan pengaruh sosial melalui sikap terhadap intensi pembelian kosmetik wardah. Dimana responden yang diambil adalah yang berdomisili di Kota Samarinda dan analisis data framework TRA dilakukan menggunakan *Structural Equation Modelling (SEM)*. Hasil dari penelitiannya adalah etnosentrisme berdampak signifikan terhadap sikap dan pengetahuan produk serta pengaruh sosial kurang berpengaruh signifikan terhadap sikap, etnosentrisme, pengetahuan produk, pengaruh sosial, dan sikap memiliki dampak signifikan terhadap pembelian.

(Song, Guo, and Zhang 2019) menganalisis *Perceived Value* yang di dalamnya terdapat faktor *Brand Value*, terhadap pembelian kosmetik anti oksidan. Adapun framework yang digunakan yaitu TPB yang dimodifikasi, diuji melalui SPSS dengan metode *Factor Analysis*. Hasilnya adalah *brand value* memiliki pengaruh yang significant terhadap *perceived value*.

1.6 Metode, Analisis Data, dan Telaah Teoritik

Sub bab ini menjelaskan metode penelitian yang dilakukan, objek penelitian, analisis data dan telaah teoritik.

1. Tempat, Waktu dan Objek Penelitian

Pengontrolan pelaksanaan tahapan penelitian ini dilaksanakan di Kampus 1 UIN Syarif Hidayatullah di Jl. Ir. H. Juanda no. 95 Ciputat Tangerang Selatan Banten, tepatnya di Ruang Dosen Peneliti di Ruang Dosen Lantai 4 Program Studi Sistem Informasi di Gedung Fakultas Sains dan Teknologi. Penelitian ini berjalan selama 6 bulan, bermula dari Maret hingga Agustus 2020. Sedangkan objek penelitian adalah kehalalan kosmetik terhadap mahasiswa aktif di universitas umum yang terdapat pada beberapa kota besar. Adapun universitas yang akan dituju terlihat pada Tabel 1.1 :

Tabel 1. 1 Tempat Pengambilan Sampel Penelitian

No.	Universitas	Kota
1.	UIN Syarif Hidayatullah Jakarta	Jakarta
	Universitas Pancasila	
	Universitas Indonesia	
2.	Universitas Sumatera Utara	Medan
	Universitas Islam Sumatera Utara	
3.	Universitas Sriwijaya	Palembang
	Universitas Muhammadiyah Palembang	
4.	Institut Teknologi Sepuluh Nopember	Surabaya
	Universitas Wijaya Kusuma Surabaya	
5.	Universitas Gajah Mada	Jogjakarta
	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY)	

2. Data dan *Tool* Penelitian

a. Data Penelitian

Data yang digunakan pada penelitian diperoleh dari pengisian kuisioner dari responden dengan rencana jumlah responden kurang lebih 1000 untuk mengetahui validitasnya. Sementara pembuatan kuisioner mengacu pada framework penelitian yang dibuat berisikan pertanyaan yang mengeksplorasi intensi wanita terhadap kehalalan suatu produk kosmetik.

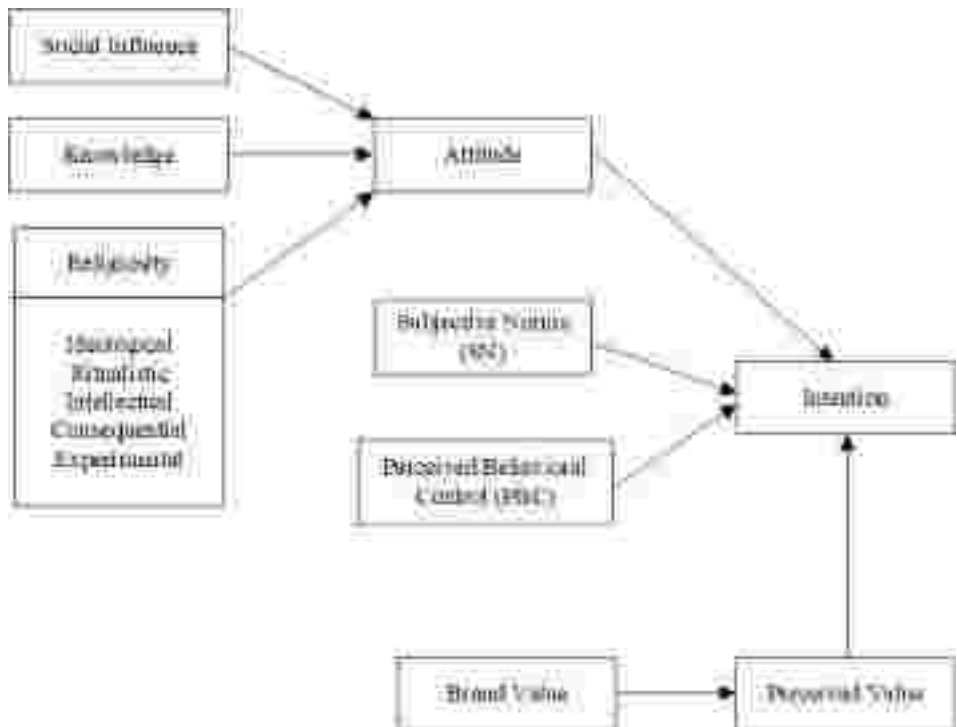
b. *Tool* Penelitian

Perangkat yang digunakan pada penelitian ini sebagai berikut:

- *Hardware* atau perangkat keras, yang digunakan terdiri atas:
 - a. Sebuah nit *laptop* dengan spesifikasi:
 - *Processor*: Intel(R) Core(TM) i3-2365M CPU© 1.40GHz
 - *Installed memory* (RAM): 2.00 GB
 - b. Sebuah unit *printer*
- *Software* atau perangkat lunak, yang digunakan di penelitian ini terdiri atas:
 - a. Sistem Operasi: Windows 7 Home Premium
 - b. *Tool* dokumentasi laporan penelitian: MS Word
 - c. *Tool* analisis data: SMART PLS dengan metode pendekatan SEM (*Structural Equation Modelling*)

3. *Framework* Analisis Data

Framework analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Theory of Research Action* (TRA) yang telah dimodifikasi, mengacu pada beberapa jurnal penelitian sehingga menghasilkan framework baru dan digunakan dalam penelitian ini. Setelah mempelajari jurnal terkait intention maka peneliti menarik kesimpulan bahwa adanya faktor-faktor bisa diambil dan digabungkan, yang akan diuji guna mengetahui seberapa *significant* pengaruh yang akan dihasilkan dari intensi seorang wanita Indonesia terhadap kosmetik halal. Berikut ini adalah faktor dari *framework* TPB:



Gambar 1. 2 Kerangka *Theory of Planned Behavior* (Ajzen 1991)Dokumentasi

4. Tahapan Penelitian

Pada sub bab ini akan dijelaskan langkah penelitian dari pengumpulan data hingga proses pembuatan dokumentasi. Tahapannya dapat digolongkan menjadi 2 secara garis besar, dapat dilihat pada Gambar 1.3 untuk tahap koleksi dan analisis data serta Gambar 1.4 untuk tahap dokumentasi. Adapun penjelasan tahapan penelitian sebagai berikut:

1. Koleksi dan Analisis Data

Pada tahapan ini, terdapat beberapa tahap yang dilakukan secara serial yang mana terdiri atas 4 tahap, yaitu :

a. Review Literatur

Melakukan pencarian bahan referensi seperti jurnal penelitian, kajian literatur dari *website-website* dan buku – buku yang sesuai dengan tema penelitian yang akan digunakan sebagai landasan penelitian. Setelah didapatkan, semua referensi tersebut dibaca dan analisis untuk dibuat resume sekiranya yang bisa diambil dan dipakai untuk keperluan penelitian.

b. Perancangan Instrumen Penelitian

Peneliti menyusun butir-butir pertanyaan kuisioner yang mengacu pada framework penelitian yang dibuat sebelumnya.

c. Survey

Survey di sini memiliki arti penyebaran kuisioner kepada responden. Terdapat dua kali survey, yaitu :

- Survey pertama merupakan survey pra kuisioner

Dalam tahapan ini dilakukan penyebaran rancangan kuisioner awal ke beberapa mahasiswi prodi Sistem Informasi (SI), Fakultas Sains dan Teknologi (FST), UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

- Survey kedua merupakan survey kuisioner

Melakukan penyebaran kuisioner *fixed* ke mahasiswi yang terdapat di 12 universitas umum yang tersebar di Jakarta, Jogjakarta, Surabaya, Palembang, Medan dan Makasar.

d. Analisis Data

Yang pertama adalah setelah didapatkan jawaban kuisioner dari beberapa mahasiswi prodi SI, FST, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, akan diolah untuk melihat validitas dan reliabilitas dari pertanyaan-pertanyaan kuisioner tersebut. Jika hasilnya valid dan reliabel, maka kuisioner siap untuk segera disebarluaskan ke 12 universitas umum yang ada di beberapa kota yang telah disebutkan di atas. Jika hasilnya sebaliknya maka perlu dilakukan perbaikan kuisioner sebelum melakukan penyebaran tahap kedua.

Analisis data tahap kedua yaitu setelah mendapatkan jawaban dari sekitar kurang lebih 1000 responden yang diolah metode SEM dengan bantuan SMART PLS, untuk mengetahui nilai korelasi antar faktor serta menganalisis besaran nilai korelasi tersebut.

2. Dokumentasi

Pada tahap dokumentasi terdapat 3 jenis dokumentasi, yaitu :

a. Laporan Penelitian

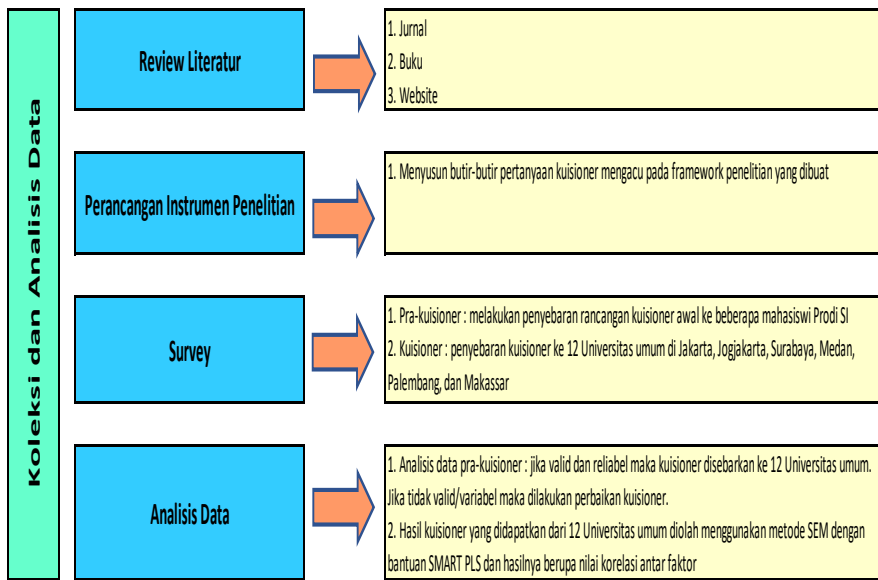
Laporan penelitian di sini terdiri atas 3 jenis yang berbeda, yaitu laporan penelitian, buku penelitian, serta laporan pertanggungjawaban keuangan.

b. Artikel Jurnal

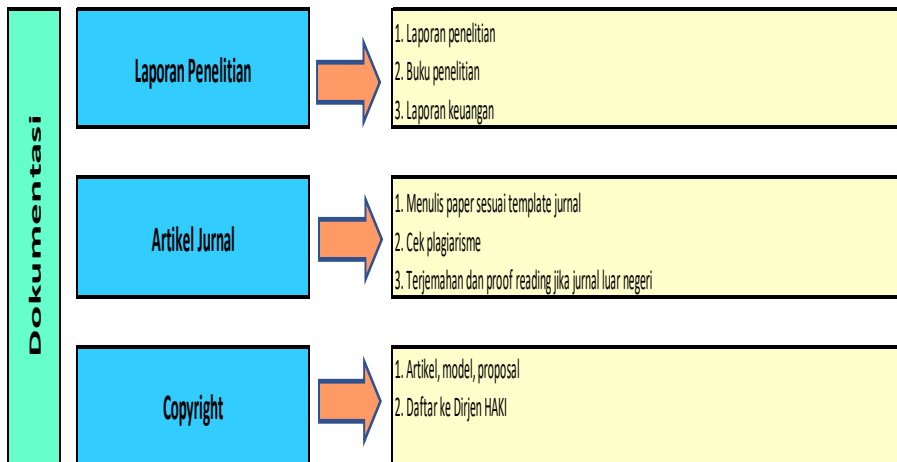
Meyusun artikel sesuai dengan template jurnal yang akan peneliti tuju, mengecek plagiarisme serta melakukan penterjemahan dan *proof reading* jika jurnal tersebut jurnal luar negeri.

c. Copyright

Melakukan pendaftaran hak cipta atas framework penelitian, artikel jurnal, proposal penelitian serta laporan penelitian yang peneliti buat ke Dirjen HAKI.



Gambar 1. 3Tahapan Penelitian Koleksi dan Analisis Data



Gambar 1. 4 Tahapan Dokumentasi

1.7 Sistematika Penulisan

Buku ini terbagi dalam lima bab yang secara singkat diuraikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang, permasalahan, tujuan dan manfaat, signifikansi penelitian, penelitian terdahulu, metode, analisis data dan telaah teoritik, serta sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN TEORI

Bab ini menguraikan tentang teori pendukung penelitian ini seperti kosmetik, definisi halal menurut agama serta penerapan kehalalan pada produk yang ada di Indonesia, kebutuhan halal produk oleh dunia saat ini, *Teori of Reasoned Action* (TRA), *Theory of Planned Behavior* (TPB), beberapa teori berkaitan perkembangan dari TRA dan TPB tersebut. Teori penyusunan kuisioner, tentang pertanyaan, skala pertanyaan yang digunakan, uji validitas dan reliabilitas terhadap butir pertanyaan, teknik pengambilan sampel, metode analisis SEM dan *tools* SMART PLS.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini akan menjelaskan metode proses pelaksanaan penelitian, yang terdiri atas popuasi dan sampel penelitian, teknik pengambilan sampel, variabel penelitian, definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV ANALISIS PERSEPSI WANITA INDONESIA TERHADAP KOSMETIK HALAL

Bab ini untuk mengetahui hasil uji validitas dan reliabilitas masing-masing faktor, gambaran subjektif penelitian dan analisis demografis responden..

BAB V PENUTUP

Bab ini membahas tentang kesimpulan penelitian dan saran terhadap pengembangan selanjutnya.

BAB II

KAJIAN TEORI

KOSMETIK DAN HALAL

2.1 Kosmetik

Kosmetik merupakan sebuah bahan yang digunakan pada area maupun bagian wajah untuk menutupi kekurangan pada kulit, sehingga hasilnya wajah akan terlihat lebih menarik atau mempesona dan para perempuan akan lebih percaya terhadap dirinya sendiri. Tak bisa dipungkiri jika saat ini kosmetik seakan-akan menjelma menjadi salah satu kebutuhan yang wajib dimiliki bagi setiap perempuan dari berbagai strata sosial maupun kalangan. Terlebih lagi untuk perempuan yang bekerja di luar rumah penggunaan kosmetik sangat dibutuhkan untuk menunjang penampilan mereka agar tetap terlihat menawan (Intansari 2013).

Menurut *Food and Drug Administration* (FDA) yaitu badan yang mengatur industri kosmetika, menjelaskan bahwa kosmetik adalah produk yang digunakan oleh manusia untuk membersihkan, mempercantik, mempromosikan daya tarik, atau mengubah penampilan tanpa mempengaruhi struktur atau fungsi tubuh (Walangitan, Rorong, and Sudewi 2018).

Kosmetik dikenal sebagai penunjang penampilan agar tampak lebih menarik. Seiring dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi, beragam produk kosmetika beredar dan dijual di pasaran. Penggunaan kosmetika harus disesuaikan dengan aturan pakainya, misalnya harus sesuai jenis kulit, warna kulit, iklim, cuaca, waktu penggunaan, umur dan jumlah pemakaiannya sehingga tidak menimbulkan efek yang tidak diinginkan (Armin 2013).

Menurut Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 220 tahun 1976 "Kosmetik adalah bahan atau campuran bahan untuk digosokkan, diletakkan, 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 dan tidak termasuk golongan obat." Berdasarkan yang telah dijelaskan di atas dapat diuraikan yang dimaksud kosmetik adalah suatu produk dimana terdapat campuran-campuran bahan yang digunakan pada tubuh bagian luar dengan berbagai macam cara yang digunakan untuk merawat dan mempercantik diri sehingga dapat

menambah daya tarik pada diri dan menambah rasa percaya diri pemakaian dan tidak bersifat mengobati atau menyembuhkan suatu penyakit tertentu. Sekarang ini telah banyak produk kosmetik yang beredar di pasaran dengan berbagai macam jenis dan merek dan sesuai dengan kegunaannya masing-masing.

Surat Keputusan Kepala Badan POM RI Nomor: HK.00.05.4.1745 tentang Kosmetik, berdasarkan surat keputusan tersebut yang dimaksud dengan 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 atau mukosa mulut terutama membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan dan atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik.

Kosmetik sekarang ini menjadi kebutuhan penting bagi manusia terutama bagi para wanita, karena ingin dirinya lebih terlihat cantik dan menarik. Kosmetik pun kini tidak hanya digunakan untuk fungsi estetika, tetapi juga berperan dalam penyembuhan dan perawatan kulit. Kosmetika merupakan produk yang diformulasi dari berbagai bahan-bahan aktif serta bahan-bahan kimia yang akan bereaksi ketika diaplikasikan pada jaringan kulit. Bahan berbahaya merupakan bahan-bahan aktif yang mengakibatkan reaksi negatif dan berbahaya khususnya bagi kesehatan kulit dan tubuh pada umumnya ketika diaplikasikan, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang (Mulyawan and Suriana 2013).

Salah satu jenis kosmetika yang banyak digunakan oleh masyarakat terutama oleh kaum wanita ialah produk pemutih wajah. Dimana produk pemutih wajah saat ini banyak beredar dan dijual di sekitaran kita, tetapi kitapun harus berhati-hati dan jeli akan bahan-bahan yang terkandung dalam kosmetik tersebut. Terkadang produsen yang tidak bertanggung jawab memasukkan bahan yang berbahaya yang digunakan sebagai pemutih kulit yaitu logam merkuri (Hg), dimana jika digunakan dalam jangka panjang dapat menimbulkan kerusakan pada organ tubuh dan juga bersifat toksin (racun) (Wijaya 2013).

Krim pemutih merupakan salah satu jenis kosmetik yang beredar di pasaran yang merupakan campuran bahan kimia ataupun bahan lainnya dengan khasiat dapat memucatkan atau memudahkan noda hitam pada kulit. Tujuan penggunaan dalam jangka waktu panjang supaya dapat menghilangkan atau mengurangi hiperpigmentasi pada kulit, akan tetapi jika penggunaan dilakukan secara terus menerus akan menimbulkan pigmentasi dengan efek permanen (Citra 2007).

Menurut Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 445/MENKES/PER/V/1998 tentang bahan, zat warna, substrat, zat pengawet, dan tabir surya pada kosmetik, dalam kadar yang sedikitpun merkuri dapat bersifat racun. Mulai dari perubahan warna kulit, bintik-bintik hitam, alergi, iritasi, serta pada pemakaian dosis tinggi dapat menyebabkan kerusakan permanen otak, ginjal dan gangguan perkembangan janin. Bahkan paparan jangka pendek dalam dosis tinggi dapat menyebabkan muntah-muntah, diare dan kerusakan paru-paru serta merupakan zat karsinogenik.

Sedangkan hidrokinon mampu mengelupas kulit bagian luar dan menghambat pembentukan melanin yang membuat kulit tampak hitam, penggunaan hidroquinon dalam kosmetik tidak boleh lebih dari 2%, hidroquinon tidak boleh digunakan dalam jangka waktu yang lama, dan jika pemakaian lebih dari 2% harus dibawah kontrol dokter. Penggunaan hidroquinon yang berlebihan dapat menyebabkan ookronosis, yaitu kullit berbintil seperti pasir dan berwarna coklat kebiruan, penderita ookronosis akan merasa kulit seperti terbakar dan gatal (Astuti, Prasetya, and Irsalina 2016).

Kosmetika merupakan kebutuhan yang penting peranannya dalam bidang kecantikan untuk keindahan tubuh manusia. Peraturan Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) tentang Persyaratan Teknis Kosmetika tahun 2011 menjelaskan bahwa Bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir, dan organ genital bagian luar) atau gigi, membrane mukosa mulut terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan, dan/atau memperbaiki badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik (BPOMRI 2011).

Sekarang ini telah banyak produk kosmetika yang beredar di pasaran dengan berbagai macam merek dan bentuk. (Mulyawan and Suriana 2013) menyatakan bahwa ditemukan banyak bahan berbahaya dalam produk-produk kosmetik yang dijual di pasaran. Bahan berbahaya umumnya ditemukan pada jenis kosmetik pemutih, *anti-aging*, dan beberapa kosmetik riasan. Beberapa bahan yang sudah dilarang penggunaannya oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) pada produk kosmetik diantaranya yaitu merkuri, hidrokinon, asam retinoat, zat warna merah K.3 (CI 15585), merah K.10 (Rhodamin B), jingga K.I (CL12075). Bahan berbahaya ini dapat menyebabkan iritasi, alergi, penyumbatan fisik di pori-pori,

keracunan lokal atau sistemik bahkan berpengaruh pada sistem jaringan dan organ-organ penting lainnya”.

Selain itu (Mulyawan and Suriana 2013) menjelaskan bahwa sebelum memutuskan untuk menggunakan kosmetika, seharusnya diikuti dengan pengetahuan yang memadai tentang produk kosmetik tersebut, seperti hal-hal berikut:

1. Apa fungsi dari produk kosmetik tersebut ?
2. Bagaimana cara menggunakannya ?
3. Adakah bahan-bahan berbahaya yang dapat merusak kulit dan berdampak terhadap kesehatan pada jangka panjang ?
4. Cocokkah jenis produk kosmetik tersebut dengan jenis kulit ?
5. Kapan batas kadaluwarsa produk ?

Menurut Keputusan Badan Obat dan Makanan Nomor: HK.00.05.4.1745 tahun 2008 tentang kosmetik pada bab 2 tentang persyaratan dan penggolongan, pasal 2 bahwa kosmetik yang diproduksi dan atau diedarkan harus memenuhi persyaratan sebagai berikut:

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

Tahun 2006 dan 2007 Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Republik Indonesia telah melakukan pengujian terhadap kosmetik yang beredar dan ditemukannya 23 (dua puluh tiga) merek kosmetik yang mengandung bahan yang dilarang digunakan dalam kosmetik yaitu merkuri (Hg), hidroquinon > 2% dan zat warna Rhodamin B (Sunarko and Riana 2007). Penggunaan kosmetik harus disesuaikan dengan aturan pakainya, misalnya harus sesuai jenis kulit, warna kulit, iklim, cuaca, waktu penggunaan, umur, dan jumlah pemakaiannya sehingga tidak menimbulkan efek yang tidak diinginkan. Sebelum mempergunakan kosmetik, sangat penting untuk mengetahui lebih dulu apa yang dimaksud dengan kosmetik, manfaat dan pemakaian yang benar, oleh karena itu perlu penjelasan lebih detail mengenai kosmetik.

2.1.1 Penggolongan Kosmetik

Kosmetik yang beredar di pasaran sangat beragam baik merek, jenis, kegunaannya, maupun warna dan bentuknya sehingga sering membingungkan para konsumen dalam pemilihan kosmetik. (Tranggono and Latifah 2007) mengatakan bahwa Penggolongan kosmetik menurut penggunaannya bagi kulit terbagi dalam 2 jenis yaitu kosmetik perawatan kulit (*skin-care cosmetic*), dimana kosmetik ini merupakan kosmetika untuk memelihara, merawat dan mempertahankan kondisi kulit dan yang kedua adalah kosmetik riasan (*dekoratif* atau *make up*), merupakan kosmetika untuk memperindah wajah.

Selain dapat dilihat dari penggunaannya kosmetik juga dapat dilihat dari bahan dasar dan cara pengolahannya. Menurut bahan yang digunakan dan cara pengolahannya, kosmetik dapat dibagi menjadi 2 golongan besar yaitu kosmetik tradisional dan kosmetik modern (Tranggono 2007).

a. Kosmetik Tradisional

Kosmetik alamiah atau kosmetik asli yang dapat dibuat sendiri langsung dari bahan-bahan segar atau yang telah dikeringkan, buah-buahan dan tanaman disekitar kita.

b. Kosmetik Modern

Kosmetik yang diproduksi secara pabrik (laboratorium), dimana telah dicampur dengan zat-zat kimia untuk mengawetkan kosmetik tersebut agar tahan lama, sehingga tidak cepat rusak.

2.1.2 Efek Kosmetik

Kosmetik perawatan kulit wajah maupun kosmetika riasan wajah dapat memberikan pengaruh positif maupun pengaruh negatif terhadap kulit jika bahan yang digunakan serta cara pengolahannya tidak memenuhi standard yang ditentukan. (Hayatunnufus 2009) menjelaskan akibat atau pengaruh yang ditimbulkan kosmetik terhadap kulit ada dua macam yakni :

1. Pengaruh positif

Pemakaian kosmetika diharapkan kulit menjadi bersih, sehat dan segar serta menjadi lebih muda dengan cara pemilihan kosmetika yang tepat sesuai dengan jenis kulit dan teknik atau cara pemakaian yang tepat serta teratur.

2. Pengaruh negatif

Pengaruh negatif ini akan menimbulkan kelainan-kelainan pada kulit, mungkin saja kulit menjadi gatal-gatal, kemerahan, bengkak-bengkak ataupun timbul noda-noda hitam.

Efek kosmetik terhadap kulit merupakan sasaran utama dalam menerima berbagai pengaruh dari penggunaan kosmetik. Ada dua efek atau pengaruh kosmetik terhadap kulit, yaitu efek positif dan efek negatif. Tentu saja yang diharapkan adalah efek positifnya, sedangkan efek negatifnya tidak diinginkan karena dapat menyebabkan kelainan-kelainan kulit (Tranggono and Latifah 2007). Pemakaian kosmetika yang sesuai dengan jenis kulit akan berdampak positif terhadap kulit sedangkan pemakaian kosmetikan yang tidak sesuai dengan jenis kulit akan berdampak negatif bagi kulit.

Ada berbagai reaksi negatif yang disebabkan oleh kosmetik yang tidak aman pada kulit maupun sistem tubuh, antara lain:

1. Iritasi

Reaksi langsung timbul pada pemakaian pertama kosmetik karena salah satu atau lebih bahan yang dikandungnya bersifat iritan. Sejumlah deodorant, kosmetik pemutih kulit (misalnya kosmetik impor *Pearl Cream* yang mengandung merkuri) dapat langsung menimbulkan reaksi iritasi (Tranggono and Latifah 2007).

2. Alergi

Reaksi negatif pada kulit muncul setelah dipakai beberapa kali, kadang-kadang setelah bertahun-tahun, karena kosmetik itu mengandung bahan yang bersifat alergenik bagi seseorang meskipun tidak bagi yang lain.

3. Fotosensitisasi

Reaksi negatif muncul setelah kulit yang ditempelinya kosmetik terkena sinar matahari karena salah satu atau lebih dari bahan, zat pewarna, zat pewangi yang dikandung oleh zat kosmetik itu bersifat photosensitizer.

4. Jerawat (*acne*)

Beberapa kosmetik pelembap kulit yang sangat berminyak dan lengket pada kulit, seperti yang diperuntukkan bagi kulit kering di iklim dingin, dapat menimbulkan jerawat bila digunakan pada kulit yang berminyak. Terutama di negara-negara tropis