



PENDAPAT MAHASISWA FARMASI TERHADAP PRODUK *SKINCARE* YANG TIDAK TERDAFTAR BPOM

Diah Kartika Putri¹, Vicko Suswiantoro², Riza Dwiningrum³, Yuli Yanti⁴

^{1,2,3}Program Studi S1 Farmasi Fakultas Kesehatan Universitas Aisyah Pringsewu

⁴Mahasiswa Program Studi S1 Farmasi Fakultas Kesehatan Universitas Aisyah Pringsewu

*Corresponding Author : diahtika25@gmail.com

ABSTRAK

Skincare sangatlah penting untuk menunjang penampilan seseorang, semakin berkembang *skincare* saat ini menjadi suatu kebutuhan pokok bagi masyarakat. Salah satu sediaan *Skincare* yang banyak digunakan oleh masyarakat terutama oleh kaum wanita adalah produk pemutih wajah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pendapat mahasiswa Farmasi Universitas Aisyah Pringsewu terhadap *skincare* yang tidak berlabel BPOM. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Sampel penelitian ini mahasiswa Farmasi Universitas Aisyah Pringsewu sejumlah 80 responden. Hasil wawancara terkait *skincare* yang tidak terdaftar BPOM informen berpendapat bahaya untuk digunakan karena belum melewati pengawasan resmi. Pentingnya label BPOM pada *skincare* semua informan berpendapat sangat penting. Berdasarkan hasil kuisioner pendapat terkait *skincare* ada tiga indikator yaitu budaya, sosial, pribadi. Memilih *skincare* berdasarkan budaya (95% Responden), sosial (67% Responden), dan pribadi (27% Responden). Hal yang memengaruhi mahasiswa dalam memilih *skincare* berdasarkan hasil wawancara yaitu 7 informan memilih *skincare* dengan berdasarkan jenis kulit, 6 informan melihat kandungan pada *skincare*. Hasil wawancara terkait *skincare* yang tidak terdaftar BPOM informen berpendapat bahaya untuk digunakan karena belum melewati pengawasan resmi, dengan adanya label BPOM pada suatu produk *skincare* menunjukkan bahwa produk tersebut aman untuk digunakan. Berdasarkan kuisioner mahasiswa memilih produk *skincare* paling tinggi berdasarkan faktor budaya. Pertimbangan paling tinggi mahasiswa farmasi membeli *skincare* yaitu berdasarkan jenis kulit, dan melihat kandungan pada *skincare*, dan melihat label BPOM pada produk *skincare*.

Kata Kunci : Label BPOM, Mahasiswa, Pendapat, Skincare

Abstract

Skincare is very important to support a person's appearance, increasingly *skincare* is now becoming a basic need for society. One of the *skincare* preparations that is widely used by the public, especially women, is facial whitening products. This research aims to find out the opinions of Aisyah Pringsewu University Pharmacy students regarding *skincare* that does not have a BPOM label, so that it is hoped that students will not make a mistake in choosing *skincare*. This research is quantitative and qualitative research. The research sample was 80 Aisyah Pringsewu University Pharmacy students. Students' opinions in choosing *skincare* consist of three factors, namely cultural factors (95% of respondents), social (67% of respondents), and personal factors (27% of respondents). Things that influenced students in choosing *skincare* were 7 informants choosing *skincare* based on skin type, 6 informants looked at the ingredients in *skincare*, and only 3 informants looked at the BPOM label on *skincare* products. The results of the interview on the BPOM label on *skincare*, all informants think it is very important. So it can be concluded that the opinion of students regarding the BPOM label on a *skincare* product is very important, the BPOM label on a *skincare* product shows that the product has gone through an official supervision process. Based on the questionnaire, students choose the highest *skincare* products based on cultural factors. The highest consideration for pharmacy students when buying *skincare* is based on skin type and looking at the ingredients in the *skincare*.

Keywords: BPOM label, opinions, *skincare*, students

PENDAHULUAN

Seiring perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, kebutuhan hidup manusia kian meningkat. Tidak hanya kebutuhan akan sadang, pangan, pendidikan, kesehatan saja, akan tetapi kebutuhan untuk mempercantik diri kini menjadi prioritas utama. Salah satu cara untuk mempercantik diri yaitu dengan menggunakan kosmetik (Herlina & Vestabilivy, 2019). Kosmetik bukan perawatan yang berkaitan dengan make-up saja, tetapi juga berkaitan dengan *skincare*, *bodycare*, dan *haircare* (Kusumaningrum, 2021). *Skincare* digunakan sebagai suatu rangkaian kegiatan yang dapat memberikan dukungan bagi kulit untuk tampak sehat, meningkatkan penampilan serta memperbaiki keadaan kulit. Beberapa jenis *skincare* yaitu *facial wash*, *toner*, pelembab, dan lain-lain (Riha et al., 2021). Salah satu sediaan *skincare* yang banyak digunakan masyarakat terutama kaum wanita adalah produk pemutih wajah (Indriaty et al., 2018).

Impian wanita maupun pria memiliki kulit wajah yang putih, cerah, bersih, bebas jerawat dan flek hitam, hal tersebut dapat diperoleh dengan menggunakan produk *skincare* (A. N. Putri & Apriani, 2022). Jenis produk *skincare* yaitu, *facial wash*, bertujuan untuk mengangkat kotoran di wajah yang dapat mengakibatkan penyumbatan pada pori-pori. *Toner*, digunakan untuk menyegarkan kulit, serta menutup pori-pori. *Moisturizer*, berfungsi untuk melembabkan kulit (Hayatunnufus, 2022). *Sunscreen*, untuk melindungi kulit dari sinar ultraviolet pada paparan sinar matahari. Masker, digunakan untuk mengencangkan kulit, jerawat, komedo, dan lain-lain (Isnaini et al., 2022). Keamanan pada *skincare* sangatlah penting, salah satu cara untuk melihat *skincare* tersebut aman yaitu dengan cara melihat label BPOM pada kemasan *skincare*.

BPOM merupakan sebuah lembaga di Indonesia yang berfungsi mengawasi peredaran obat dan makanan, lalu untuk

kosmetik digolongkan sebagai obat. BPOM merupakan lembaga nondepartemen yang dibentuk oleh pemerintah yang bertanggung jawab secara langsung kepada Presiden dalam menjalankan tugasnya (Putriana et al., 2020). Perizinan suatu produk *skincare* sangat penting karena dengan adanya izin BPOM dapat dipastikan *skincare* tersebut aman untuk digunakan (Tirtayasa et al., 2022). *Skincare* yang tidak terdaftar BPOM adalah *skincare* yang belum terjamin keamanannya, karena belum melalui tahap uji laboratorium, dan berkemungkinan *skincare* tersebut mengandung bahan berbahaya (Halu & Suliantoro, 2023). Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Farmasi. Farmasi yaitu jurusan yang mempelajari berbagai obat, baik obat tradisional, obat herbal, dan obat modern (Haeria, 2017). Berdasarkan survei peneliti 10,8% mahasiswa Farmasi UAP menggunakan *skincare* yang tidak ada izin edar BPOM. Berdasarkan penelitian Sutomo et al (2022) mengatakan bahwa mahasiswa Farmasi universitas aisyah pringsewu masih ada yang menggunakan *skincare* yang mengandung merkuri. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait *skincare* berlabel BPOM pada mahasiswa farmasi universitas aisyah pringsewu (Sutomo et al., 2022).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan populasi mahasiswa farmasi universitas aisyah pringsewu. Teknik pengambilan sampel secara acak sesuai kriteria inklusi.

Kriteria Inklusi:

1. Mahasiswa aktif reguler farmasi angkatan 2020 dan angkatan 2023.
2. Mahasiswa yang bersedia menjadi responden.
3. Mahasiswa yang menggunakan kosmetik atau *skincare*.

Sampel diambil secara acak dan dihitung berdasarkan rumus Slovin dan

rumus Proporsi. Berdasarkan perhitungan diketahui bahwa jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu 80 responden, angkatan 2020 27 responden dan angkatan 2023 53 responden.

Instrumen penelitian ini berupa kuesioner dan daftar wawancara. Kuesioner pendapat dalam memilih skincare terdiri dari tiga indikator yaitu budaya, sosial, dan pribadi, dan terdiri dari 17 pertanyaan, kuesioner diadopsi dari Putri (2019)(N. D. Putri, 2019). Sedangkan untuk daftar wawancara terdiri dari 12 pertanyaan, daftar wawancara diadopsi dari Larasati (2019) (Larasati, 2019).

Sebelum digunakan, kuesioner diuji terlebih dahulu terkait validitas dan reliabilitas. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan pada kuesioner menggunakan 30 responden mahasiswa diluar target populasi. Item kuesioner dikatakan valid apabila $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ (Sahir, 2022). Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus koefisien *Cornbach's Alpha*. Kuesioner dikatakan reliabel jika nilai koefisien reliabilitas > 0.60 (Sahir, 2022). Analisis univariat dilakukan untuk mengetahui atau menggambarkan tingkat pengetahuan mahasiswa farmasi dengan menghitung persentase. Wawancara menggunakan metode Snowball sampling, wawancara akan dihentikan jika informan yang sedang di wawancara jawabannya sama dengan dua informan sebelumnya.

Uji Validitas Dan Reliabilitas

Berikut merupakan hasil uji validitas dan reliabilitas yang dilakukan pada 30 mahasiswa Farmasi Universitas Aisyah Pringsewu.

Tabel 1 Uji Validitas Kuesioner Pendapat Dalam Membeli Skincare

No Item	r-hitung	r-tabel 10% (30)	Kriteria
B1	0,741	0,306	Valid
B2	0,799	0,306	Valid
B3	0,545	0,306	Valid
B4	0,303	0,306	Tidak Valid
B5	0,583	0,306	Valid
B6	0,473	0,306	Valid
S1	0,167	0,306	Tidak Valid
S2	0,036	0,306	Tidak Valid
S3	0,660	0,306	Valid
S4	0,596	0,306	Valid
S5	0,688	0,306	Valid
S6	0,627	0,306	Valid
P1	0,379	0,306	Valid
P2	0,686	0,306	Valid
P3	0,563	0,306	Valid
P4	0,316	0,306	Valid
P5	0,320	0,306	Valid
P6	0,542	0,306	Valid
P7	0,581	0,306	Valid

Keterangan : B : Budaya; S : Sosial; P : Pribadi

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa pertanyaan tidak valid adalah B4 (Saya membeli kosmetika (*Skincare*) perawatan wajah yang sesuai dengan jenis dan kondisi kulit saya), S1 (Saya sering melihat review suatu produk kosmetika (*Skincare*) sebelum membelinya) dan S2 (Saya tidak pernah mencoba rekomendasi *Skincare* perawatan wajah dari *beauty-vlogger*), hal ini dikarenakan $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$. Jika pertanyaan kuisoner tidak valid dan tidak dapat mewakili indikator penelitian dapat diatasi dengan cara mengambil data lagi dengan cara menambah sampel validitas. Syarat pertanyaan yang tidak valid dapat dihapus apabila pertanyaan kuisoner lebih dari dua (Herlina & Vestabilivy, 2019).

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Pendapat Dalam Membeli Skincare Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	N of items
,645	16

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* kuesioner sebanyak 16 pertanyaan adalah $> 0,60$

sehingga kuesioner dikatakan reliabel. Rentang Nilai Alpha Cronbach's 0.50 < alpha < 0.70 reliabilitas moderat (Chumair et al., 2023).

Karakteristik Responden Penelitian

Tabel 3 Karakteristik Responden Penelitian

Karakteristik Responden	Jumlah	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki-laki	11	14%
Perempuan	69	86%
Jumlah	80	100%
Usia		
17-18	27	34%
19-23	53	66%
Jumlah	80	100%

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa karakteristik responden tertinggi berdasarkan jenis kelamin adalah perempuan sebanyak 69 orang (86%), dan jumlah tertinggi berdasarkan usia adalah usia 19-23 (usia dewasa) sebanyak 66%.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 5 Pendapat Mahasiswa Dalam Membeli Skicare Berdasarkan Sosial

	Angkatan 2020	Angkatan 2023
Tinggi	63%(17 Responden)	70%(37 Responden)
Sedang	37%(10 Responden)	28%(15 Responden)
Rendah	0	2% (1 Responden)

Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan bahwa pendapat mahasiswa Farmasi dalam membeli *Skincare* berdasarkan Sosial (membeli *skincare* karena dipengaruhi oleh rekomendasi orang terdekat, atau *review* sosial media) dikategorikan tinggi,

Pendapat Mahasiswa Farmasi Dalam Membeli *Skincare*

Berikut merupakan tabel kategori pendapat mahasiswa Farmasi angkatan 2020 dan 2023 dalam membeli *Skincare*.

Tabel 4 Pendapat Mahasiswa Dalam Membeli Skicare Berdasarkan Budaya

	BUDAYA	
	Angkatan 2020	Angkatan 2023
Tinggi	100% (27 Responden)	89%(47 Responden)
Sedang	0	11%(6 Responden)
Rendah	0	0

Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan bahwa pendapat mahasiswa Farmasi dalam membeli *Skincare* berdasarkan Budaya (membeli *skincare* berdasarkan kebiasaan *skincare* yang sudah lama digunakan dan cocok). dikategorikan tinggi, angkatan 2020 100% responden, dan angkatan 2023 89% responden membeli *skincare* berdasarkan budaya.

Tabel 6 Pendapat Mahasiswa Dalam Membeli Skicare Berdasarkan Pribadi

	Angkatan 2020	Angkatan 2023
Tinggi	37%(10 Responden)	17%(9 Responden)
Sedang	63%(17 Responden)	79%(42 Responden)
Rendah	0	4%(2 Responden)

angkatan 2020 63% responden, dan angkatan 2023 70% responden membeli *skincare* berdasarkan sosial.

Berdasarkan Tabel 6 menunjukkan bahwa pendapat mahasiswa Farmasi dalam pembelian *Skincare* berdasarkan Pribadi (membeli *skincare* berdasarkan keinginan diri sendiri yang menurutnya cocok) dikategorikan sedang, angkatan 2020 63% responden, dan angkatan 2023 79% responden membeli *skincare* berdasarkan pribadi.

Pendapat Mahasiswa Farmasi Terhadap *Skincare* Label BPOM

1. Produk *skincare* yang digunakan mahasiswa farmasi
Berikut merupakan grafik produk *skincare* yang digunakan oleh mahasiswa Farmasi angkatan 2020 dan 2023.

Tabel 7 Produk *Skincare* yang digunakan

	<i>Micella Water</i>	<i>Facial Wash</i>	<i>Eksfoliasi</i>	<i>Sunscreen</i>	<i>Toner</i>	<i>Moisturizer</i>	<i>Serum</i>
Angkatan 2023	2	5	1	4	3	5	1
Angkatan 2020	0	5	0	4	3	4	2
Total	2	10	1	8	6	9	3

Berdasarkan Tabel 7 menunjukkan bahwa produk *skincare* yang digunakan oleh mahasiswa Farmasi paling banyak yaitu *moisturizer*, dan *facial wash*.

2. Merk produk *skincare* yang digunakan mahasiswa farmasi
Berikut merupakan grafik merk produk *skincare* yang digunakan oleh mahasiswa Farmasi Angkatan 2020 dan 2023.

Tabel 8 Merk Produk *Skincare* Yang Dipakai Angkatan 2023

The Originote	Garnier	Scralett	Viva	Kelly	Wardah	Facetology	Ms Glow For Men
1	1	1	1	1	1	1	1

Tabel 9 Merk Produk *Skincare* Yang Dipakai Angkatan 2020

The Originote	Garnier	Azarine	Scora	Skintific	Acnes	YOU	Npure	Marcks	Whitelab	Something
2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1

Tabel 10 Pertimbangan Dan Yang Memengaruhi Membeli *Skincare*

	Sesuai jenis kulit	Kandungan Produk	Label BPOM	Harga produk	Keamanan
Angkatan 2023	3	4	2	2	1
Angkatan 2020	4	2	1	0	4
Total	7	6	3	2	5

Berdasarkan Tabel 8 dan 9 menunjukkan bahwa merk produk *skincare* yang digunakan oleh mahasiswa Farmasi angkatan 2020 dan 2023 paling banyak digunakan yaitu *The Originote*.

Berdasarkan Tabel 10 menunjukkan bahwa pertimbangan dan yang memengaruhi mahasiswa Farmasi angkatan 2020 dan 2023 dalam membeli *skincare* paling banyak yaitu sesuai dengan jenis kulit dan melihat kandungan produk.

Skincare merupakan suatu rangkaian produk yang digunakan untuk merawat kulit agar tampak sehat, meningkatkan penampilan serta memperbaiki keadaan kulit (Riha et al., 2021). Kategori keputusan pembelian *Skincare* dibagi menjadi tiga indikator yaitu budaya, sosial, dan pribadi:

1. Budaya

Budaya adalah faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang dalam memutuskan suatu hal (Amanah, 2021). Budaya merupakan suatu hal yang menjadi kebiasaan yang sukar diubah (Syakhrani, 2022). Dalam memutuskan membeli *skincare* berdasarkan budaya, membeli *skincare* berdasarkan kebiasaan dan *skincare* yang sudah lama digunakan dan cocok, cenderung akan sulit untuk digantikan dengan produk *skincare* yang lain. Faktor paling tinggi minat mahasiswa farmasi dalam membeli *skincare* berdasarkan budaya dikategorikan tinggi, angkatan 2023 (89% Responden), angkatan 2020 (100% responden). Mahasiswa farmasi dalam menggunakan *skincare* cenderung dipengaruhi oleh faktor budaya.

2. Sosial

Sosial adalah sikap dan tingkah laku manusia di dalam suatu lingkungan (Dora & Endayani, 2018). Dalam memutuskan membeli *skincare* berdasarkan sosial dipengaruhi oleh rekomendasi orang terdekat, atau pun melihat *review* dari sosial media. Pendapat mahasiswa farmasi dalam membeli *skincare* berdasarkan faktor sosial dikategorikan tinggi, angkatan 2023 70% (responden), angkatan 2020 (63% responden).

3. Pribadi

Pribadi merupakan sosok atau benda tertentu dari sebuah kumpulan (Suraji, 2021). Faktor pribadi merupakan karakteristik psikologis seseorang yang berbeda satu sama lain (Larasati, 2019). Dalam memutuskan membeli *skincare* berdasarkan pribadi, membeli *skincare* berdasarkan kebutuhan, dan pengetahuan terkait *skincare* seperti kandungan dalam *skincare*, keamanan, dan kecocokan pada jenis kulit. Pendapat mahasiswa farmasi dalam membeli *skincare* berdasarkan faktor pribadi berdasarkan Pribadi dikategorikan sedang, angkatan 2023 (79% Responden), angkatan 2020 (63% responden).

Berdasarkan tiga faktor diatas mahasiswa farmasi lebih cenderung dalam membeli dan menggunakan *skincare* berdasarkan faktor budaya, mahasiswa membeli *skincare* berdasarkan kebiasaan yang menurut mereka cocok dengan mereka maka akan membelinya lagi. Setelah responden mengisi kuisioner, peneliti melakukan wawancara, dari sebanyak 80 mahasiswa farmasi yang telah mengisi kuisioner peneliti hanya mewawancarai beberapa mahasiswa saja dengan menggunakan teknik *snowball*, *Snowball sampling* adalah pengambilan sampel dengan cara berantai, dimulai dengan jumlah sampel kecil yang kemudian membesar (Fauzy, 2019).

Setelah dilakukan wawancara dengan informan didapatkan hasil, yaitu:

1. Produk *skincare* yang digunakan

Setelah dilakukan wawancara produk terbanyak digunakan mahasiswa farmasi yaitu *facial wash* 10 informan, *moisturizer* 9 informan, dan *sunscreen* 9 informan. *Facial wash* berfungsi untuk mengangkat kotoran di wajah yang dapat mengakibatkan penyumbatan pada pori-pori. *Moisturizer* digunakan untuk menjaga kelembapan kulit (Hayatunnufus, 2022). *Sunscreen* digunakan untuk melindungi kulit dari sinar ultraviolet yang terdapat pada

paparan sinar matahari (Isnaini et al., 2022). Produk-produk tersebut sangat penting untuk kulit wajah. Selain menggunakan tiga produk tersebut mahasiswa farmasi juga menggunakan produk *micellar water*, *eksfoliasi*, *toner*, dan serum. *Micellar water* digunakan untuk menghapus *make up* pada wajah. Toner digunakan untuk menyegarkan kulit (Hayatunnufus, 2022). Sedangkan *exfoliator* dan serum digunakan untuk mengangkat sel-sel kulit mati (Isnaini et al., 2022).

2. Merk *skincare* yang digunakan

Merk *skincare* yang digunakan mahasiswa farmasi bermacam-macam, angkatan 2023 merk produk *skincare* yang digunakan yaitu Garnier, Scarlett, Viva, Kelly, Wardah, *Facetology*, *The Originote*, dan *Ms Glow For Men*. Sedangkan angkatan 2020 yaitu *Acne*, *Marcks*, *Scora*, *Skintific*, *YOU*, *Azarine*, *Toner Npure*, *Whitelab*, *The Originote*, *Something*, dan Garnier. Merk *skincare* yang paling banyak digunakan mahasiswa farmasi yaitu *The Originote* sebanyak 3 informan. Kandungan yang terdapat pada produk *skincare* *The Originote* yaitu *Hyaluronic Acid*, dan *Alpha Hydroxy Acid* (AHA). *Hyaluronic acid* berfungsi mengurangi garis-garis halus, dan kerutan (Aprisadiani, 2021).

3. Pertimbangan dan hal yang memengaruhi dalam membeli *skincare*

Pertimbangan yang memengaruhi mahasiswa farmasi dalam membeli *skincare*, yaitu:

a. Sesuai jenis kulit

Informan yang memutuskan untuk membeli suatu *skincare* dengan memperhatikan jenis kulit sebanyak 7 informan. Terdapat beberapa jenis kulit, yaitu kulit normal, kering, berminyak, dan sensitif. Kulit normal dapat menggunakan berbagai *skincare*, tetapi gunakan sesuai kebutuhan. Kulit kering harus rutin menggunakan pelembab dan toner. Kulit berminyak gunakan *skincare* berbahan dasar air atau tipe O/W.

Untuk kulit sensitif hindari *skincare* yang mengandung alkohol, sulfat, vitamin A dan C, bahan-bahan ini jika digunakan pada kulit sensitif dapat menimbulkan kemerahan dan kering (Isnaini et al., 2022). Informan 2 angkatan 2020 menyatakan bahwa informan memilih *skincare* dengan mempertimbangkan jenis kulit, dimana jenis kulit informan agak berminyak, kadang berjerawat sehingga informan memutuskan menggunakan *skincare* yang ada kandungan *salicylic acid*.

b. Kandungan Produk *Skincare*

Informan yang memutuskan untuk membeli suatu *skincare* dengan melihat kandungan yang terdapat pada *skincare* sebanyak 6 informan. Bahan yang digunakan dalam produk *skincare* terdiri dua, yaitu bahan yang diizinkan dan bahan yang tidak diizinkan. Bahan yang diizinkan dalam *skincare* salah satunya ada *Salicylic Acid*. *Salicylic acid* bermanfaat sebagai *anti-inflammatory*. *Salicylic acid* bekerja dengan menetralkan bakteri penyebab jerawat (Aprisadiani, 2021). Sedangkan bahan yang tidak diizinkan dalam *skincare* salah satunya ada Merkuri. Merkuri digunakan sebagai bahan pemutih kulit. Merkuri meskipun dalam kadar sedikit dapat bersifat racun, dapat menimbulkan flek hitam dan iritasi pada kulit (Haryanti et al., 2018).

c. Label BPOM

Informan yang menjawab pertanyaan terkait pertimbangan membeli suatu *skincare* dengan melihat label BPOM sebanyak 3 informan. Label BPOM pada suatu produk *skincare* sangatlah penting, dengan adanya label BPOM pada *skincare* menunjukkan bahwa produk tersebut telah melewati proses pengawasan resmi (Putriana et al., 2020).

Pertanyaan terkait pentingnya label

BPOM pada suatu *skincare* semua informan menjawab bahwa label BPOM pada suatu *skincare* sangatlah penting. Dari 10 informan yang menjawab dapat disimpulkan bahwa label BPOM pada suatu produk *skincare* sangatlah penting, karena *skincare* yang tidak ada label BPOM hasilnya memang cepat, instan dan harganya pun murah tetapi sewaktu waktu dapat merusak kulit kapan pun itu, dan dikhawatirkan mengandung bahan berbahaya seperti merkuri. Label BPOM pada suatu produk *skincare* menunjukkan bahwa produk tersebut telah melewati proses pengawasan resmi. Label BPOM menjamin bahwa produk tersebut telah diuji untuk keamanan, kualitas, dan keefektifannya sebelum dijual kepada konsumen. Label BPOM bisa dicek di *website* atau barcode pada kemasan *skincare* dapat di *scan* dan nanti langsung tertuju ke halaman BPOM pada *skincare* yang dicek.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dihasilkan dari penelitian ini yaitu, Pendapat mahasiswa dalam memilih *skincare* paling tinggi berdasarkan faktor budaya, mahasiswa memilih produk *skincare* berdasarkan kebiasaan dimana *skincare* yang menurut mereka cocok dengan mereka maka akan membelinya lagi, dan melihat label BPOM yang tertera pada kemasan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, N. (2021). *Analisis Perilaku Mahasiswi Dalam Menggunakan Kosmetik Label Halal Di Purwokerto*. Purwokerto: UIN Saifuddin Zuhri.
- Aprisadiani, S. N. (2021). *Aplikasi Pewarnaan Graf dalam Mengombinasikan Pemakaian Produk Skincare dengan Kandungan Bahan Aktif*. Bandung: ITB.
- Chumair, N. O., Purnami, C. T., & Nuridzin, D. Z. (2023). Pengembangan dan Uji Validitas Reliabilitas Kuesioner Dokumentasi Hasil Layanan Pos Binaan Terpadu Penyakit Tidak Menular (Posbindu PTM). *Jurnal Kesehatan*, 14(3), 489–498.
- Dora, N., & Endayani, H. (2018). *Pengantar Ilmu Sosial* (Issue 57). Medan: CV. Widya Puspita.
- Fauzy, A. (2019). *Metode Sampling*. Tangerang Selatan: Versi RDA.
- Haeria. (2017). *Pengantar Ilmu Farmasi*. Makassar: UIN Alauddin Makassar.
- Halu, S. Z., & Suliantoro, A. (2023). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Peredaran Produk Kosmetik Tanpa Izin Edar BPOM Di Kota Semarang. *Junran Pro Hukum*, 12(3), 570–575.
- Haryanti, R., Suwantika, A., & Abdassah, M. (2018). Tinjauan Bahan Berbahaya Dalam Krim Pencerah Kulit. *Jurnal Farmaka*, 16(2), 214–224.
- Hayatunnufus. (2022). *Tata Rias Wajah*. Padang: CV. Muharika Rumah Ilmiah.
- Herlina, & Vestabilivy, E. (2019). Pengaruh Pengetahuan Dan Penggunaan Kosmetik Pemutih Terhadap Kulit Wajah Pada Mahasiswi STIKes Persada Husada Indonesia. *Jurnal Persada Husada Indonesia*, 6(20), 30–40.
- Indriaty, S., Hidayati, N. R., & Bachtiar, A. (2018). Bahaya Kosmetika Pemutih yang Mengandung Merkuri dan Hidroquinon serta Pelatihan Pengecekan Registrasi Kosmetika di Rumah Sakit Gunung Jati Cirebon. *Jurnal Surya Masyarakat*, 1(1), 8–11.
- Isnaini, Asnawati, Oktaviyanti, I. kustiyah, & Hadi, S. (2022). *Pesona Skincare Dan Karamunting*. Surakarta: PT Indiva Media Kreasi.
- Kusumaningrum, D. (2021). Kajian pustaka dalam penentuan tipe dan permasalahan kulit wajah. *Jurnal Snanti*, 1(1), 17–21.
- Larasati, D. (2019). *Persepsi Mahasiswa Terhadap Produk Kosmetik Yang Tidak Terdaftar Pada Bpom Ditinjau Dari Prilaku Konsumen (Studi Kasus Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan 2014 Di Iain Metro Lampung)*. Lampung: IAIN Metro.
- Putri, A. N., & Apriani, R. (2022). Perlindungan Konsumen Atas Predaran Skincare Yang Belum Mendapat Izin Edar Dari BPOM. *Jurnal Ilmu Hukum Dan Humaniora*, 9(3), 1227–1233.

- Putri, N. D. (2019). *Hubungan Pengetahuan komposisi Kandungan Kosmetika Terhadap Perilaku Keputusan Membeli Kosmetika Perawatan Wajah*. Jakarta: UNJ.
- Putriana, S. A., Maulida, A. N., & Matulatan, R. (2020). Restrukturisasi Kewenangan Bpom Dan Sistem Kooperatif Penanggulangan Peredaran Kosmetik Ilegal Secara Online. *Karya Ilmiah*, 3(2), 347–366.
- Riha, I. L., Maspiyah, Pritasari, O. K., & Dwiyantri, S. (2021). Analisis Perbandingan Minat Konsumen Remaja Putri Siswa Smk Pariwisata Terhadap Produk Kosmetik Skincare Antara Produk Lokal Di Surabaya Dan Produk Luar Negeri (Korea). *E-Jurnal*, 10(3), 181–190.
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: KBM Indonesia.
- Suraji, R. (2021). *Membangun Pribadi Yang Berkarakter*. Jakarta: Tribudhi Pelita Indonesia.
- Sutomo, A., Ridwan, M., Putri, D. K., Chandra, A. A., & Miftausakina, T. (2022). Analisis kualitatif merkuri pada krim wajah yang digunakan oleh mahasiswa farmasi universitas aisyah pringsewu. *Jurnal Farmasi*, 1(2), 37–41.
- Syahrani, A. W. (2022). Budaya Dan Kebudayaan: Tinjauan Dari Berbagai Pakar, Wujud-Wujud Kebudayaan, 7 Unsur Kebudayaan Yang Bersifat Universal. *Jurnal Farmasi*, 5(1), 782–791.
- Tirtayasa, I. G., Putu Budiarta, I. N., & Made, N. (2022). *Perlindungan konsumen terhadap peredaran kosmetik yang mengandung zat berbahaya di kota Denpasar*. 3(1), 1–5.