

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini, penggunaan kosmetik merupakan bagian dari kebutuhan sehari-hari bagi masyarakat, tidak hanya untuk wanita, tetapi juga untuk pria. Menurut Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) (2024), kosmetik adalah bahan atau sediaan yang digunakan untuk luar tubuh manusia (epidermis, rambut, gigi, membran mukosa, kuku, bibir dan organ genital luar) yang berfungsi untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan, memperbaiki bau badan dan melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi yang baik. Produk kosmetik ini digunakan oleh masyarakat seluruh dunia untuk meningkatkan atau mengubah penampilan mereka. Penampilan fisik seseorang mempunyai peran penting dalam hubungan sosial sehari-hari, karena di beberapa budaya menganggap bahwa kulit yang cerah sebagai simbol kecantikan bagi pria maupun wanita (Khan, 2020). Hal ini juga menjadi perhatian di kalangan masyarakat untuk menggunakan produk kosmetik sebagai upaya meningkatkan rasa percaya diri (Latifah dan Tranggono, 2013).

Seiring dengan meningkatnya jumlah penggunaan produk kosmetik di Indonesia yang begitu menjanjikan, beberapa perusahaan menghadirkan berbagai produk kosmetik dalam beragam bentuk sediaan yang mengandung bahan kimia (Putri, 2019). Adapun, beberapa persyaratan yang harus dicantumkan pada produk kosmetik berdasarkan BPOM pada tahun 2024 yaitu, nama kosmetik, kemanfaatan atau kegunaan, cara penggunaan, komposisi, negara produsen, nama dan alamat lengkap pemilik nomor notifikasi, nomor batch, ukuran, isi atau berat bersih, tanggal kadaluarsa, nomor notifikasi, 2D *barcode* dan peringatan dan perhatian. Namun, menurut *European Union (EU) Cosmetic Regulation 1223/2009*, label produk kosmetik wajib mencantumkan informasi seperti identitas

penanggung jawab, negara asal jika produk berasal dari luar Eropa, berat produk, periode setelah pembukaan atau *Period After Opening* (PAO), instruksi penggunaan dan tindakan pencegahan, nomor batch, serta fungsi produk dan daftar bahan yang terkandung di dalamnya. Sebagai bagian dari persyaratan pelabelan, *Period After Opening* (PAO) menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan karena memiliki peran penting dalam menentukan keamanan dan efektivitas produk setelah kemasan dibuka, sehingga akan menjadi fokus utama dalam penelitian ini.

Aturan lain yang mengatur mengenai pencantuman *Period After Opening* (PAO) adalah *Ministry of Food and Drug Safety* (MFDS) oleh Kementerian Korea Selatan yang menjelaskan pencantuman waktu ketahanan setelah produk dibuka (*best-before date after opening*) harus diikuti dengan pencantuman tanggal produksi (*manufacturing date*) serta *Saudi Food and Drug Authority* (SFDA) oleh Pemerintah Kerajaan Arab Saudi yang mengikuti standar *Gulf Cooperation Council Standardization Organization* (GSO) 1943:2021/2024 yang mewajibkan produsen mencantumkan *period after opening* dalam bulan atau tahun dalam angka bagi produk yang mengalami kerusakan setelah 30 bulan sejak tanggal pembuatan.

Period After Opening (PAO) merupakan batasan waktu suatu produk dapat digunakan setelah kemasan dibuka yang memastikan bahwa produk masih dalam keadaan stabil dan aman untuk digunakan (Jammet, 2018). *Period After Opening* (PAO) memiliki perbedaan dengan *Beyond Use Date* (BUD) dan *Expired Date* (ED). *Beyond Use Date* (BUD) adalah batasan waktu suatu sediaan obat tidak diperbolehkan lagi penggunaannya dan batasan penggunaan ditentukan berdasarkan waktu pembukaan sediaan obat dari kemasan primer (Cokro, 2021). Sedangkan *Expired Date* (ED) adalah batas waktu kadaluarsa suatu produk yang diberikan oleh pabrik pembuat produk, baik sebelum atau sesudah produk dibuka dan selamat produk disimpan pada tempat yang sesuai. ED ditempatkan pada kemasan produk dan ditandai dengan penggalan tanggal (Noviani, 2021).

Beberapa penelitian mengenai pemahaman PAO telah diteliti, seperti penelitian yang dilakukan oleh Cho (2017) dimana didapatkan persentase responden yang mengetahui makna simbol PAO pada kemasan kosmetik adalah 39,7%. Penelitian mengenai label pada kemasan produk kosmetik pun telah dilakukan di beberapa negara seperti yang dilakukan Mohammed (2021) dimana didapatkan 54,8% responden tidak yakin terhadap label informasi pada kosmetik, 62,2% tidak yakin jika produk kosmetik memiliki efek samping, dan 49,4% tidak yakin produk kosmetik memiliki tanggal kadaluarsa. Penelitian serupa dilakukan oleh Rybowska (2022) dimana didapatkan 22% responden tidak pernah memperhatikan label kemasan pada produk yang dibeli.

Di Indonesia sendiri belum banyak dilakukan penelitian mengenai PAO, salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Septianingrum (2022) dan tim terhadap remaja putri di kota Tangerang dimana hasil yang didapatkan adalah 56,0% dari responden memiliki pengetahuan yang baik mengenai PAO. Namun, sosialisasi mengenai PAO telah dilakukan oleh Tambunan (2024) kepada siswa SMA di kota Medan dengan hasil evaluasi pemahaman siswa setelah sosialisasi mencapai 90%. Di kota Makassar sendiri, penulis belum mendapatkan adanya penelitian yang diterbitkan terkait PAO baik terhadap remaja maupun dewasa.

Pada penelitian ini, penulis memilih mahasiswa khususnya mahasiswa sarjana Farmasi sebagai sampel penelitian dengan alasan mahasiswa sarjana Farmasi merupakan calon tenaga kefarmasian yang diharapkan memiliki pengetahuan yang mumpuni mengenai kosmetik salah satunya mengenai PAO agar di dunia kerja kedepannya dapat menjadi sumber informasi terpercaya bagi masyarakat. Namun, penelitian mengenai pengetahuan kepada mahasiswa sarjana Farmasi mengenai PAO belum pernah dilakukan. Oleh karena itu, penulis berpikir perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui tingkat pengetahuan mahasiswa sarjana Farmasi tentang PAO sebagai dasar tambahan kurikulum maupun edukasi tepat sasaran.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka didapatkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat pengetahuan mahasiswa sarjana Farmasi Universitas Hasanuddin tentang *Period After Opening* (PAO) ?
2. Bagaimana cara meningkatkan pengetahuan mahasiswa sarjana Farmasi Universitas Hasanuddin tentang *Period After Opening* (PAO) ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka didapatkan tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengetahui tingkat pengetahuan mahasiswa sarjana Farmasi Universitas Hasanuddin tentang *Period After Opening* (PAO).
2. Mengetahui cara meningkatkan pengetahuan mahasiswa sarjana Farmasi Universitas Hasanuddin tentang *Period After Opening* (PAO).

BAB II

METODE PENELITIAN

2.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian farmasi sosial menggunakan jenis penelitian survei deskriptif kuantitatif pada hasil data primer.

Penelitian deskriptif kuantitatif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena atau karakteristik suatu populasi atau sampel tertentu secara kuantitatif (Waruwu, 2025).

2.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini bertempat di Fakultas Farmasi Universitas Hasanuddin dan dilaksanakan pada bulan Januari 2026.

2.3 Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif sarjana Farmasi Universitas Hasanuddin. Perhitungan jumlah sampel yang akan digunakan pada penelitian ini dihitung menggunakan rumus Slovin dengan batas kesalahan sebesar 10% atau 0,01 (Swarjana, 2023).

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

Keterangan:

n = besar sampel

N = besar populasi

e = batas kesalahan yang dikehendaki (10%)

$$n = \frac{539}{1+539 (10\%)^2}$$

= 85 responden

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus diatas, didapatkan jumlah sampel minimal dalam penelitian ini adalah 85 responden.

Adapun pemilihan responden dalam penelitian menggunakan kriteria inklusi dan eksklusi, dengan kriteria sebagai berikut:

1. Kriteria inklusi dalam penelitian ini adalah:
 - a. Mahasiswa yang bersedia menjadi responden
 - b. Mahasiswa yang pernah menggunakan produk kosmetik
2. Kriteria eksklusi dalam penelitian ini adalah :
 - a. Mahasiswa yang tidak mengisi kuesioner dengan lengkap

Untuk memastikan kelancaran penelitian, ditetapkan pula kriteria pengunduran diri sebagai berikut;

1. Mahasiswa yang tidak bersedia menjadi responden
2. Mahasiswa yang tidak memenuhi kriteria penelitian

2.4 Instrumen Penelitian

Instrumen uji yang digunakan pada penelitian ini berupa kuesioner yang diadaptasi dari kuesioner penelitian oleh penelitian terdahulu oleh Yopi Septianingrum beserta tim yang telah digunakan pada penelitian terkait berjudul Tingkat Pengetahuan tentang *Period After Opening* (PAO) dan Perilaku Penyimpanan Kosmetika Perawatan pada Remaja di Kota Tangerang (Septianingrum, 2022). Adaptasi kuesioner yang digunakan berupa modifikasi perubahan urutan pertanyaan dan pengubahan detail pertanyaan.

Kuesioner penelitian ini menggunakan skala Guttman yang memiliki skala pengukuran variabel dengan jawaban konsisten seperti “ya-tidak”, “benar-salah”, “yakin-tidak yakin”, dan sebagainya dimana jawaban ini akan membuat responden memberikan jawaban tegas dan konsisten terhadap kuesioner yang diberikan (Sudaryono, 2016).

Kuesioner penelitian ini terdiri dari 3 bagian yaitu Persetujuan (*Inform Consent*), Demografi Individu, dan Pengetahuan Mengenai PAO dan terdapat 10 pertanyaan. Skala penilaian pengetahuan kuesioner adalah “BENAR” = 3, “SALAH” = 2, dan “TIDAK TAHU” = 1.

2.5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Instrumen penelitian yang akan digunakan pada penelitian ini di uji validitasnya menggunakan *Bivariate Pearson Correlation* pada program SPSS dan di uji reliabilitasnya menggunakan rumus *Alpha Cronbach* pada program SPSS. Uji validitas pada suatu kuesioner dinyatakan valid jika hasil r hitung $\geq r$ tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,005) dan untuk uji reliabilitas pada suatu kuesioner didasarkan pada suatu angka yang disebut nilai koefisien reliabilitas yang dianggap tinggi jika mendekati angka 1 (Sanaky, 2021).

2.6 Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan secara online menggunakan kuesioner dalam bentuk *Google Forms* yang disebarakan melalui media sosial berupa *WhatsApp* dan *Instagram*. Data yang dikumpulkan berupa identitas dan data jawaban responden.

2.7 Analisis Data

Data responden yang telah dikumpulkan akan dianalisis menggunakan *Microsoft Excel* untuk menghasilkan hasil rata-rata dalam bentuk persentase. Hasil persentase data

kemudian dianalisis secara deskriptif dan dimasukkan dalam bentuk tabel dan diagram batang untuk mempermudah presentasi hasil.

2.8 Izin Etik Penelitian

Penelitian dilaksanakan sesuai dengan prinsip etika penelitian yang dibuktikan dengan adanya izin etik dengan nomor 297/UN4.1.23.3.1/KP.06.05/2026 yang diberikan oleh Komite Etik Penelitian Farmasi dan Kesehatan Fakultas Farmasi Universitas Hasanuddin.