

# Hubungan Pengetahuan dengan Sikap Mengenai *Period After Opening* dan *Expired Date* Kosmetik Perawatan Kulit di Toko Kosmetik X

Lifia Putri Zahrotul Zannati Al-Gojali<sup>1</sup>, Salma Hilmy Rusydi Hashim<sup>1\*</sup>, Iin Hardiyati<sup>1</sup>,  
Sri Rachmi Firdausi<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Sarjana Farmasi, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Medika Suherman

Email: [amaimy9@gmail.com](mailto:amaimy9@gmail.com)

## ABSTRACT

*Period After Opening and Expired Date are important information that should be understood by consumers to support the safety, quality, and efficacy of skin care cosmetics. Limited knowledge of Period After Opening and Expired Date may influence attitudes toward cosmetic use. This study aimed to determine the relationship between the level of knowledge and attitudes regarding Period After Opening and Expired Date of skin care cosmetics at X Cosmetic Store. This was a quantitative analytic study using an associative approach. Purposive sampling was used and involved 86 respondents. Data were collected using a questionnaire that had been tested for validity and reliability. Univariate and bivariate analyses were performed using the Chi-Square test with a 95% significance level ( $\alpha = 0.05$ ). Most respondents had a good level of knowledge (72 respondents; 83.7%), while 46 respondents (52.0%) had a positive attitude. The Chi-Square analysis showed a p-value of 0.475 ( $p > 0.05$ ), indicating that there was no statistically significant relationship between knowledge level and attitudes regarding Period After Opening and Expired Date of skin care cosmetics at X Cosmetic Store.*

**Keywords:** *Expired Date, Knowledge, Period After Opening, Skin Care Cosmetics, Attitude*

## ABSTRAK

*Period After Opening dan Expired Date merupakan informasi penting yang perlu dipahami masyarakat untuk menjamin keamanan, mutu, serta khasiat penggunaan Kosmetik Perawatan Kulit. Kurangnya pengetahuan mengenai Period After Opening dan Expired Date dapat memengaruhi sikap dalam menggunakan kosmetik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan tingkat pengetahuan dengan sikap mengenai Period After Opening dan Expired Date Kosmetik Perawatan Kulit di Toko Kosmetik X. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan desain analitik menggunakan pendekatan asosiatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 86 orang. Instrumen penelitian berupa kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitas. Analisis data dilakukan secara univariat dan bivariat menggunakan uji Chi-Square dengan tingkat signifikansi 95% ( $\alpha = 0,05$ ). Sebagian besar responden memiliki tingkat pengetahuan yang baik (72 responden; 83,7%), sedangkan 46 responden (52,0%) memiliki sikap positif. Hasil uji Chi-Square menunjukkan nilai p-value sebesar 0,475 ( $p > 0,05$ ), sehingga tidak terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat pengetahuan dengan sikap mengenai Period After Opening dan Expired Date pada Kosmetik Perawatan Kulit di Toko Kosmetik X.*

**Kata Kunci:** *Expired Date, Kosmetik Perawatan Kulit, Pengetahuan, Period After Opening, Sikap.*

## 1. PENDAHULUAN

Kebutuhan pada setiap individu perlu dipenuhi sesuai dengan kondisi dan karakteristik masing-masing terhadap produk yang dapat menunjang kesehatan dan penampilan kulit salah satunya

dengan Kosmetik Perawatan Kulit (Adjeng et al., 2023). Kebutuhan Kosmetik Perawatan Kulit dilakukan oleh berbagai kelompok usia, terutama remaja hingga dewasa muda, karena pada rentang usia tersebut individu mulai lebih memperhatikan kesehatan dan penampilan kulit (Chairina et al., 2023). Produk basic skin care yang meliputi facial wash, toner, moisturizer, dan sunscreen telah banyak digunakan sebagai bagian dari rutinitas perawatan kulit untuk menunjang proses pembersihan, pelembapan, serta perlindungan kulit terhadap paparan radiasi ultraviolet. Perlindungan terhadap radiasi ultraviolet dapat diberikan melalui penggunaan sunscreen sebagai salah satu Upaya preventif, sedangkan Tingkat kemampuan fotoprotektif suatu produk dapat dinilai berdasarkan nilai (SPF) (Andrini, 2023; Rusydi et al., 2022; Hashim et al., 2026).

Keamanan penggunaan kosmetik tidak hanya dipengaruhi oleh komposisi dan cara penyimpanan, tetapi juga oleh perhatian konsumen terhadap batas waktu penggunaan. *Period After Opening* merupakan batas waktu penggunaan produk setelah kemasan dibuka, sedangkan *Expired Date* merupakan batas waktu penggunaan yang ditetapkan selama kemasan belum dibuka dan produk disimpan sesuai ketentuan (Septianingrum et al., 2022; Parliament & Union, 2009).

Kurangnya pemahaman mengenai perbedaan *Period After Opening* dan *Expired Date* masih ditemukan pada masyarakat. Penelitian Septianingrum et al. (2022) menunjukkan bahwa sebagian responden belum mampu membedakan kedua informasi tersebut. Edukasi mengenai *Period After Opening* dan *Expired Date* juga terbukti dapat meningkatkan pengetahuan peserta secara signifikan (Candrakanti et al., 2025). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pemahaman konsumen mengenai batas waktu penggunaan kosmetik perlu diperhatikan sebagai bagian dari penggunaan kosmetik yang aman.

Toko Kosmetik X yang berlokasi di Kecamatan Cikarang Timur, Kabupaten Bekasi, menyediakan berbagai produk *basic skin care*, seperti *facial wash*, toner, *moisturizer*, dan *sunscreen*. Penelitian mengenai hubungan tingkat pengetahuan dengan sikap konsumen terhadap *Period After Opening* dan *Expired Date* pada kosmetik perawatan kulit di lokasi tersebut belum dilakukan. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis hubungan tingkat pengetahuan dengan sikap mengenai *Period After Opening* dan *Expired Date* Kosmetik Perawatan Kulit di Toko Kosmetik X.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan desain analitik menggunakan pendekatan asosiatif. Penelitian dilaksanakan di Toko Kosmetik X, Kecamatan Cikarang Timur, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat, pada bulan Juni 2026. Populasi penelitian adalah masyarakat yang berkunjung ke Toko Kosmetik X selama periode penelitian. Berdasarkan data kunjungan, populasi dalam satu bulan berjumlah 600 orang. Besar sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan batas kesalahan 10%, sehingga diperoleh 85,71 dan dibulatkan menjadi 86 responden. Pengambilan sampel dilakukan secara purposive sampling berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi yang telah ditetapkan.

Variabel bebas dalam penelitian adalah tingkat pengetahuan mengenai *Period After Opening* dan *Expired Date*, sedangkan variabel terikat adalah sikap mengenai *Period After Opening* dan *Expired Date*. Data primer diperoleh melalui kuesioner tertutup yang disebarakan menggunakan *Google Form*. Kuesioner pengetahuan terdiri atas pertanyaan benar-salah dengan skor 1 untuk jawaban benar dan 0 untuk jawaban salah. Kategori pengetahuan terdiri atas baik (76-100%), cukup (56-75%), dan kurang (<56%). Sikap diukur menggunakan skala Likert lima poin dan dikategorikan positif apabila skor  $T \geq \text{mean } T$  serta negatif apabila skor  $T < \text{mean } T$  (Azwar, 2021).

Uji validitas dilakukan terhadap 30 responden menggunakan korelasi Pearson Product Moment dengan r-tabel 0,361. Uji reliabilitas dilakukan menggunakan *Cronbach's Alpha* dengan

kriteria  $\alpha > 0,60$ . Analisis data meliputi analisis univariat untuk menggambarkan distribusi frekuensi dan persentase, serta analisis bivariat menggunakan uji *Chi-Square*. Keputusan statistik didasarkan pada *p-value* dengan taraf signifikansi 0,05.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Karakteristik Responden

Penelitian melibatkan 86 responden. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pekerjaan disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden

| Karakteristik         | Frekuensi | Persentase (%) |
|-----------------------|-----------|----------------|
| <b>Jenis kelamin</b>  |           |                |
| Laki-laki             | 3         | 3,5            |
| Perempuan             | 83        | 96,5           |
| <b>Usia</b>           |           |                |
| Remaja (10-17 tahun)  | 37        | 43,0           |
| Dewasa (18-59 tahun)  | 49        | 57,0           |
| <b>Pendidikan</b>     |           |                |
| SD                    | 0         | 0              |
| SMP                   | 4         | 5,8            |
| SMA/K sederajat       | 67        | 75,6           |
| Perguruan Tinggi (S1) | 15        | 18,6           |
| Perguruan Tinggi (S2) | 0         | 0              |
| <b>Pekerjaan</b>      |           |                |
| Pegawai Negeri/Swasta | 13        | 15,1           |
| Wirausaha             | 4         | 4,7            |
| Ibu Rumah Tangga      | 3         | 3,5            |
| Pelajar/Mahasiswa     | 56        | 65,1           |
| Lainnya               | 10        | 11,6           |
| Total                 | 86        | 100            |

Berdasarkan Tabel 1, responden didominasi perempuan sebanyak 83 orang (96,5%). Kelompok usia dewasa (18-59 tahun) merupakan kelompok terbanyak, yaitu 49 orang (57,0%). Berdasarkan pendidikan, sebagian besar responden merupakan lulusan SMA/K sederajat sebanyak 67 orang (75,6%), sedangkan berdasarkan pekerjaan mayoritas merupakan pelajar/mahasiswa sebanyak 56 orang (65,1%). Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa konsumen kosmetik pada lokasi penelitian didominasi oleh perempuan dan kelompok usia remaja hingga dewasa muda yang aktif menggunakan produk perawatan kulit.

#### 3.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh butir pertanyaan pada variabel pengetahuan dan sikap memiliki nilai *r*-hitung lebih besar daripada *r*-tabel 0,361. Nilai *r*-hitung pada variabel pengetahuan berkisar antara 0,554-0,812, sedangkan pada variabel sikap berkisar antara 0,423-0,677, sehingga seluruh butir dinyatakan valid.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

| Variabel            | Cronbach's Alpha | Kriteria | Keterangan |
|---------------------|------------------|----------|------------|
| Tingkat pengetahuan | 0,617            | >0,60    | Reliabel   |
| Sikap               | 0,692            | >0,60    | Reliabel   |

Berdasarkan Tabel 2, nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel tingkat pengetahuan sebesar 0,617 dan pada variabel sikap sebesar 0,692. Kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,60, sehingga instrumen penelitian

dinyatakan reliabel dan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data (Fitria Dewi Puspita Anggraini et al., 2022).

### 3.3 Tingkat Pengetahuan dan Sikap Responden

Tabel 3. Distribusi Tingkat Pengetahuan Responden

| Tingkat Pengetahuan | Frekuensi | Persentase (%) |
|---------------------|-----------|----------------|
| Baik                | 72        | 83,7           |
| Cukup               | 10        | 11,6           |
| Kurang              | 4         | 4,6            |
| Total               | 86        | 100            |

Tabel 4. Distribusi Sikap Responden

| Sikap   | Frekuensi | Persentase (%) |
|---------|-----------|----------------|
| Positif | 46        | 52,0           |
| Negatif | 40        | 48,0           |
| Total   | 86        | 100            |

Tabel 3 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat pengetahuan dalam kategori baik, yaitu 72 responden (83,7%). Kategori cukup sebanyak 10 responden (11,6%) dan kategori kurang sebanyak 4 responden (4,6%). Tingginya proporsi pengetahuan baik dapat berkaitan dengan pendidikan responden, pengalaman menggunakan kosmetik, serta kemudahan memperoleh informasi mengenai keamanan kosmetik melalui media digital.

Berdasarkan Tabel 4, sebanyak 46 responden (52,0%) memiliki sikap positif dan 40 responden (48,0%) memiliki sikap negatif. Sikap terhadap penggunaan kosmetik dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, tidak hanya pengetahuan, tetapi juga pengalaman pribadi, pengaruh lingkungan sosial, media massa, serta faktor emosional (Azwar, 2021).

### 3.4 Hubungan Tingkat Pengetahuan dengan Sikap

Tabel 5. Analisis Bivariat Tingkat Pengetahuan dengan Sikap

| Tingkat Pengetahuan | Sikap Positif n (%) | Sikap Negatif n (%) | Total | p-value |
|---------------------|---------------------|---------------------|-------|---------|
| Kurang              | 3 (75,0)            | 1 (25,0)            | 4     | 0,475   |
| Cukup               | 4 (40,0)            | 6 (60,0)            | 10    |         |
| Baik                | 33 (45,8)           | 39 (54,2)           | 72    |         |
| Total               | 40 (46,5)           | 46 (53,5)           | 86    |         |

Berdasarkan Tabel 5, hasil analisis bivariat menggunakan uji *Chi-Square* menunjukkan nilai *p-value* sebesar 0,475 ( $p > 0,05$ ). Dengan demikian, tidak terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat pengetahuan dengan sikap mengenai *Period After Opening* dan *Expired Date* pada Kosmetik Perawatan Kulit di Toko Kosmetik X.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan yang baik belum secara otomatis diikuti oleh sikap yang positif. Pada kelompok pengetahuan baik, 39 responden (54,2%) memiliki sikap negatif dan 33 responden (45,8%) memiliki sikap positif. Tidak ditemukannya hubungan yang signifikan dapat dipengaruhi oleh faktor lain yang turut membentuk sikap, seperti pengalaman pribadi, pengaruh orang lain, lingkungan sosial, paparan media, dan faktor emosional. Temuan ini sejalan dengan Mustari et al. (2024) yang menunjukkan bahwa pengetahuan tidak selalu berhubungan secara signifikan dengan sikap.

## 4. KESIMPULAN

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini yakni:

- Tingkat pengetahuan responden mengenai *Period After Opening* dan *Expired Date* pada Kosmetik Perawatan Kulit di Toko Kosmetik X sebagian besar berada pada kategori baik, yaitu 72 responden (83,7%).

- b. Sikap responden mengenai *Period After Opening* dan *Expired Date* sebagian besar berada pada kategori positif, yaitu 46 responden (52,0%).
- c. Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat pengetahuan dengan sikap mengenai *Period After Opening* dan *Expired Date* pada Kosmetik Perawatan Kulit di Toko Kosmetik X berdasarkan uji *Chi-Square* dengan *p-value* 0,475 ( $p > 0,05$ ).

## 5. SARAN

- a. Masyarakat diharapkan menerapkan pengetahuan mengenai *Period After Opening* dan *Expired Date* dalam penggunaan kosmetik sehari-hari dengan memperhatikan tanggal kedaluwarsa dan batas penggunaan setelah kemasan dibuka.
- b. Toko Kosmetik X diharapkan dapat meningkatkan edukasi kepada konsumen mengenai *Period After Opening* dan *Expired Date* melalui pelayanan langsung, media edukasi di area penjualan, maupun media sosial.
- c. Penelitian selanjutnya disarankan melibatkan jumlah responden yang lebih besar dan cakupan lokasi yang lebih luas serta mempertimbangkan variabel lain, seperti pengalaman penggunaan kosmetik, paparan media sosial, edukasi tenaga kesehatan, dan perilaku penggunaan kosmetik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adjeng, A. N. T., Koedoes, Y. A., Muhammad, N. F., Ali, P., Palogan, A. N. A., & Damayanti, E. (2023). Edukasi bahan dan penggunaan kosmetik yang aman di Desa Suka Banjar Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*, 6(1), 89-102.
- Andrini, N. (2023). Karakteristik dan perawatan kulit untuk orang Asia. *Jurnal Pandu Husada*, 4(3), 14-23.
- Azwar, S. (2021). Sikap manusia: Teori dan pengukurannya (Edisi ke-2). Pustaka Pelajar.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan. (2024). Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 18 Tahun 2024 tentang Penandaan, Promosi, dan Iklan Kosmetik. BPOM RI.
- Candrakanti, B. H., Alivia, L., Fridayanti, A., Delarosa, D. A., Hartienah, S. D., & Darajat, N. Z. (2025). Edukasi *Period After Opening* (PAO) skincare, cantik sehat dengan produk aman pada siswa/i SMPN 10 Samarinda. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 8(4), 1307-1312.
- Chairina, R. R. L., Afandi, M. F., Adove, D. A., & Sularso, R. A. (2023). Dampak gender pada pembelian produk perawatan wajah di negara beriklim tropis. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 12(2), 368.
- COLIPA. (2004). Guidelines for compliance with the “*Period After Opening*” requirement introduced by the 7th amendment to the Cosmetics Directive.
- Dalimunthe, N. A., Nasution, A. R., & Amir, A. (2025). Analisis penggunaan uji *Chi-Square* pada penelitian pendidikan: Studi literatur. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(4), 287-295.
- Fitria Dewi Puspita Anggraini, Aprianti, V. A. V. S., & Hartanto, A. A. (2022). Pembelajaran statistika menggunakan software SPSS untuk uji validitas dan reliabilitas. *Jurnal Basicedu*, 6(5), 6491-6504.
- Hashim, S. H. R., Ulfa, U., Ananda, D. A., Susanti, D., & Salsabila, C. A. (2026). Formulasi dan evaluasi potensi tabir surya sediaan krim ekstrak terpurifikasi daun jambu air dan daun mangga. *Jurnal Mandala Pharmacon Indonesia*, 12(1), 268-276. <https://doi.org/10.35311/jmpi.v12i1.118>
- Mustari, R., Marlina, & Sahirah, S. (2024). Hubungan tingkat pengetahuan terhadap sikap remaja putri tentang perubahan fisik menghadapi pubertas di SMPN 1 Kota. *Saintekes: Jurnal Sains, Teknologi dan Kesehatan*, 1, 1-9.

- Parliament, E., & Council of the European Union. (2009). Regulation (EC) No 1223/2009 of the European Parliament and of the Council of 30 November 2009 on cosmetic products.
- Septianingrum, Y., Safrina, U., Puspita, N., & Surahman, S. (2022). Gambaran tingkat pengetahuan tentang Period After Opening (PAO) dan perilaku penyimpanan kosmetika perawatan pada remaja di Kota Tangerang. *Jurnal Sains dan Kesehatan*, 5(1), 5-13.
- Sidoretno, W. M., Dewi, A. P., Febriani, A., & Irawan, M. P. (2023). Edukasi dan sosialisasi tentang BUD (Beyond Use Date) kosmetika kepada siswa-siswi SMA Negeri 7 Pekanbaru, 3(2).