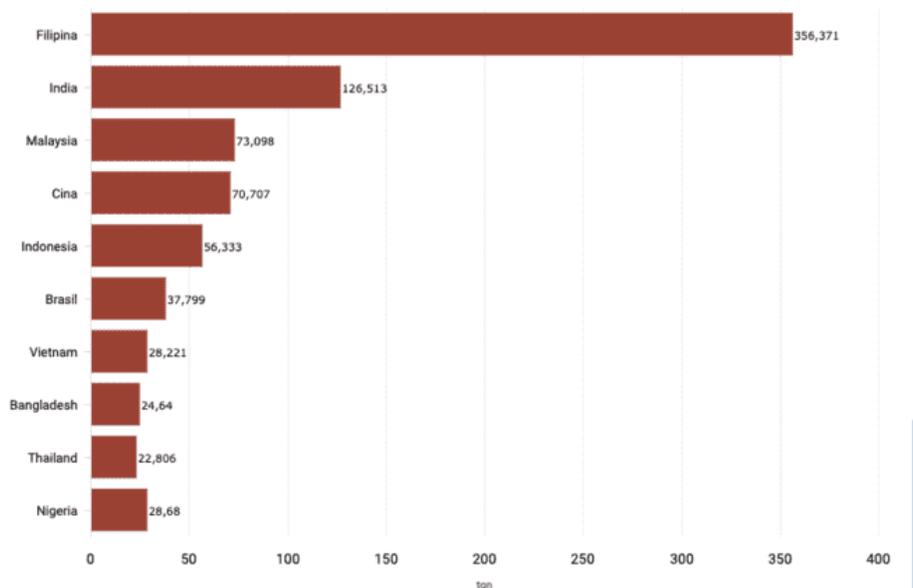


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Limbah plastik merupakan salah satu isu permasalahan yang besar bagi beberapa negara di dunia tanpa terkecuali Indonesia, Indonesia adalah salah satu produsen limbah plastik terbesar di dunia. Berbagai faktor menyebabkan masalah ini, termasuk konsumsi plastik yang tinggi, kurangnya kesadaran akan dampak negatif plastik terhadap lingkungan, kurangnya infrastruktur pengelolaan limbah, dan kurangnya pengawasan dan penegakan hukum terkait masalah limbah plastik. (Wecare.id, 2023)



Gambar 1. 1 Indonesia Peringkat Kelima Penyumbang Limbah ke Laut

Sumber : Databoks, 2022

Berdasarkan gambar 1.1 Indonesia peringkat kelima Penyumbang limbah ke laut menurut catatan data *World Population Review* di tahun 2022 Indonesia adalah salah satu negara penyumbang limbah plastik terbesar ke perairan dunia dengan menempati peringkat kelima dan menjadi penyumbang limbah kelautan yang mencapai 56,333 ton, diantara 10 penyumbang limbah teratas ke laut diantaranya yang menempati

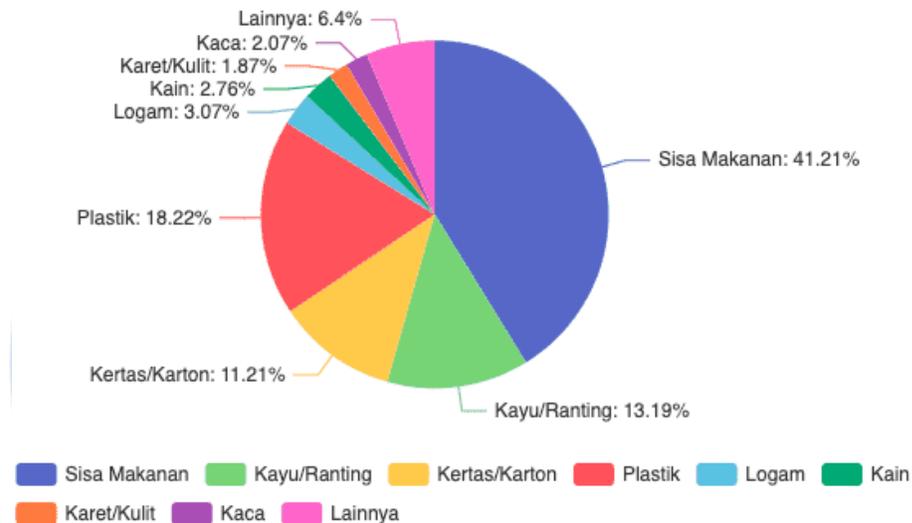
posisi pertama adalah Filipina, India, Malaysia, Cina, Indonesia, Brasil, Vietnam, Bangladesh, Thailand dan yang menempati posisi ke 10 adalah Nigeria (Databoks, 2022).

Sampah plastik sebuah jenis sampah yang sulit untuk terurai sehingga merupakan jenis sampah yang anorganik, biasanya sampah yang berbahan dasar plastik ini sebelumnya banyak digunakan sebagai kemasan makanan, minuman hingga digunakan sebagai kemasan perawatan diri seperti botol sampo, sabun dan perlengkapan rumah tangga lainnya. (Waste 4 Change, 2022)

Dalam industri, suatu pengemasan yang berbahan dasar plastik merupakan salah satu faktor yang penting dalam menunjang rantai pasok terhadap sektor bisnis seperti industri farmasi, elektronik makanan dan minuman hingga peralatan rumah tangga dan perawatan diri, berdasarkan kegiatan Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional (RIPIN), Kemenperin melakukan pencatatan data terdapat 925 perusahaan yang telah terjun ke industri plastik dan memproduksi berbagai macam jenis produk plastik. Pada sektor industri nonmigas di Indonesia terdapat 15 sub sektor industri dan salah satu penyumbang sampah plastik kelaut merupakan sampah plastik dari bekas pemakaian kosmetik, perawatan diri dan *bubble wrap* dengan sebanyak 17% atau sekitar 11,6 juta ton (Kemenperin, 2022).

Dikutip dari artikel Kompas.com 2022 berdasarkan laporan *Minderoo Foundation* pada setiap tahunnya industri kosmetik global memproduksi lebih dari 120 miliar unit kemasan untuk kosmetik dan *skincare* lainnya yang Sebagian besar tidak ramah lingkungan atau tidak dapat di daur ulang dengan berbagai jenis bahan dan bentuk pada kemasan, seperti tabung *lipgloss*, kotak *concealer* hingga wadah untuk *moisturizer*. (Kompas.com, 2022)

KOMPOSISI SAMPAH BERDASARKAN JENIS SAMPAH



Gambar 1. 2 Plastik urutan kedua terbanyak setelah limbah organik

Sumber : SIPSN, 2022

Berdasarkan gambar 1.2 Plastik urutan kedua terbanyak setelah limbah organik oleh karena itu produk kemasan dengan berbahan dasar plastik sangat menunjang keberlangsungan bisnisnya dikutip dari artikel kompasiana.com berdasarkan data Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) 2022 menyebutkan bahwa pada tahun 2022 limbah limbah plastik yang menempati posisi kedua terbanyak setelah limbah organik yaitu 18,22%. (SIPSN, 2022)

Karena permasalahan tersebut sudah banyak brand lokal maupun internasional yang mulai peduli terhadap lingkungan dengan berbagai jenis diantaranya adalah *Green Product*, *Vegan Product* hingga *Sustainable Product* dan mengubah bahan dasar yang lebih ramah lingkungan dengan mulai untuk membuat konsep *biodegradable* yaitu dimana bahan dasar ini sangat ramah lingkungan dibandingkan dengan plastik yang biasa hal ini karena *biodegradable* dapat terurai oleh mikroorganisme seperti bakteri dan jamur dalam waktu tertentu, atau dengan cara memanfaatkan kembali bekas pemakaian terhadap wadah *skincare* tersebut dengan menerapkan sebuah *campaign* dalam brand untuk mengajak para customer agar

tidak membuang kemasan bekas pemakaian *skincare* tersebut. (Femaledaily.com, 2022)

Saat ini produk yang ramah lingkungan memiliki beberapa jenis yaitu diantaranya seperti *Green Product* yaitu produk yang dirancang dan diproduksi dengan mempertimbangkan dampaknya terhadap lingkungan. Produk ini biasanya dibuat dengan menggunakan bahan-bahan ramah lingkungan, proses produksi yang hemat energi, dan memiliki siklus hidup yang lebih rendah dalam hal penggunaan sumber daya alam. Tujuan dari green product adalah untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, seperti emisi gas rumah kaca, polusi air, dan penggunaan sumber daya alam yang berlebihan. (Elsevier, 2011)

Vegan Product adalah produk yang tidak mengandung bahan-bahan yang berasal dari hewan atau hasil eksploitasi hewan. Produk ini dirancang untuk menghormati hak-hak hewan dan tidak terlibat dalam praktik eksploitasi hewan, seperti penggunaan kulit hewan, bulu, atau bahan-bahan lain yang dihasilkan melalui penderitaan hewan. Vegan product umumnya dikaitkan dengan makanan, pakaian, kosmetik, dan produk-produk lain yang biasanya mengandung bahan hewani (Kompas.com, 2022)

Sustainable Product produk yang dirancang dan diproduksi dengan mempertimbangkan aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan. Produk ini memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi masa depan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Produk yang berkelanjutan umumnya mencakup penggunaan bahan-bahan terbarukan, pengurangan limbah, efisiensi energi, dan perhatian terhadap keadilan sosial. Dalam konteks ini, keberlanjutan merujuk pada kesinambungan jangka panjang dalam semua aspek kehidupan manusia. (Lindungihutan.com, 2023)

Indonesia sudah banyak brand lokal maupun internasional yang mulai peduli terhadap lingkungan seperti The Body Shop yang sudah mengklaim bahwa

produknya berbahan herbal dan alami kemudian tidak di uji coba kepada hewan, pada kemasannya juga dapat didaur ulang.



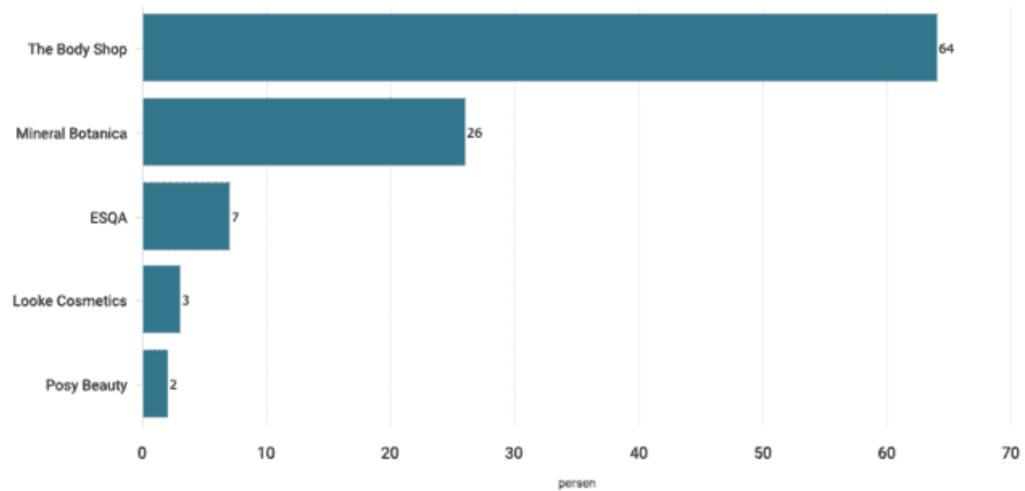
Gambar 1. 3 Logo The Body Shop

Sumber: Website The Body Shop, 2023

The Body Shop merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang kecantikan seperti kosmetik dan skincare yang terinspirasi dari alam dengan logo yang berwarna hijau sudah sangat menggambarkan bahwa The Body Shop merupakan *green product*, dikutip dari artikel Kompas.com The Body Shop merupakan merek kecantikan pertama yang menjadi pelopor dalam program yang berkelanjutan dengan memiliki visi misi mengenai sampah dan sustainability, The Body Shop sudah menjalankan berbagai macam *campaign* seperti *Bring Back Our Bottle*, pada program ini The Body Shop mengajak para pelanggan agar membawa kembali kemasan produk yang sudah kosong ke gerai untuk dilakukan daur ulang yang nantinya pada pengolahan kemasan kosong tersebut akan digunakan untuk pemberdayaan masyarakat, dengan adanya program ini tentunya dapat mengurangi adanya penumpukan sampah plastik, *Refill Reuse Repeat*, pada program ini para konsumen dapat membeli botol aluminium lalu kemudian botol tersebut dapat di *refill* ke *refill station* yang sudah di sediakan, pada program ini memiliki efek yang

sangat positif bagi lingkungan dikutip pada artikel The Body Shop pada program ini dapat membantu dalam menghemat lebih dari 25 ton penggunaan plastik setiap tahunnya. *Be Seen Be Hard*, pada program ini The Body Shop melakukan sebuah campaign untuk mengajak para *customer* dalam aksi menanggulangi isu terkait dengan perubahan iklim atau suhu dengan berperan aktif sebagai *change maker*, dengan aksi ini mengajak kaum muda untuk menerapkan gaya hidup yang *sustainable* dengan mulai untuk mengurangi penggunaan plastik sekali pakai, menggunakan transportasi umum hingga menggunakan barang-barang yang bisa di daur ulang, dalam *campaign* ini para *customer* The Body Shop dapat mengisi tes yang dapat di akses melalui website The Body Shop Indonesia hal ini bertujuan untuk mengetahui strategi atau langkah apa yang dapat digunakan oleh The Body Shop dalam menangani perubahan iklim ini, pada aksi ini The Body Shop juga mengajak kepada para *customer* untuk menggunakan *green skincare product* dengan mengarahkan pada *purchase* produk *The Changemakers Self Love Kit* dari setiap pembelian pada produk tersebut para *customer* sudah memberikan kontribusi sebesar Rp5.000 kepada *impact partners* yaitu CarbonEthics dan Teens Go Green yang bertujuan untuk mengatasi perubahan iklim dengan edukasi lingkungan. (Femina, 2022)

Penulis melakukan *mini survey* kepada 50 responden para pengguna *skincare* Vegan maupun Non vegan, hasil dari survey tersebut menunjukkan sekitar 60 % responden menggunakan *skincare* vegan dan 54% menggunakan *skincare* Non vegan, dengan perolehan data *skincare* vegan responden tertinggi pada brand Somethinc dengan 62,5% lalu Sensatia Botanica 50% The Body Shop 34,4% Envygreen 12,5% True to Skin 6,3% berdasarkan *mini survey* yang telah dilakukan rata rata para responden tidak menggunakan vegan produk dari brand The Body Shop karena harga dari produknya yang relative lebih mahal dibandingkan dengan brand produk vegan lainnya, lalu store The Body Shop yang masih sulit ditemukan dan pada kualitas produk yang tidak sesuai.



Gambar 1. 4 The Body Shop produk paling populer di Indonesia

Sumber : Databoks, 2022

Dikutip berdasarkan data dari artikel Databoks 2022 The Body Shop merupakan *green product* yang paling populer diantara beberapa merek lainnya berdasarkan hasil riset yang telah dilakukan 56% responden mengetahui terkait *green product* kosmetik vegan yang terbuat dari bahan yang aman tanpa ada unsur hewani dan hanya menggunakan dari tumbuhan saja tentunya hal ini menjadikan produk tersebut ramah bagi lingkungan kemudian pada 26% responden juga menjelaskan terkait dengan *green product* yang vegan tentulah sangat aman bagi kulit.

Peneliti melakukan interview pada salah satu karyawan The Body Shop yang ada di tengerang, berdasarkan data yang ada di perusahaan, terjadi penurunan penjualan pada produk skincare pada series olive dan seaweed lalu pada produk lainnya seperti parfum untuk pria karena pada produk ini masih belum banyak customer yang mengetahui mengenai jenis pada produk ini lalu memiliki kisaran harga yang cukup lumayan tinggi yang menyebabkan daya beli pada customer masih rendah, begitu pula pada campaign yang dilakukan pada refill reuse repeat, pada campaign ini refill stationnya hanya terdapat di beberapa mall saja sehingga ini masih sulit untuk ditemukan oleh customer.

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Salah satu sektor yang memiliki peran besar dalam penyumbang limbah plastik ini merupakan sektor industri kosmetik atau skincare dengan menyumbang limbah plastik sebanyak 17% atau sekitar 11,6 juta ton dari data tersebut limbah plastik yang tidak dapat di daur ulang dengan berbagai jenis bahan dan bentuk pada kemasan, seperti tabung lipgloss, kotak concealer hingga wadah untuk moisturizer, tingginya limbah plastik bekas penggunaan kemasan skincare ini disebabkan karena salah satu faktornya yaitu permintaan konsumen terhadap minat kepada skincare di Indonesia sangat tinggi, apabila limbah plastik ini tetap dibiarkan akan mencemari lingkungan terutama pada sektor industri perikanan dan limbah plastik jika tetap dibiarkan akan menghambat pertumbuhan atau perkembangan terumbu karang yang efeknya secara langsung akan mencemari ikan karena terumbu karang tersebut sudah terkontaminasi oleh zat kimia dari plastik.

oleh karena itu agar tetap menjaga kebersihan lingkungan diperlukannya kesadaran masyarakat terhadap penggunaan plastik termasuk dalam kemasan dari skincare yang biasanya sehari hari kita gunakan dengan harga bahan baku untuk membuat produk yang ramah lingkungan relatif lebih mahal, hal tersebut menjadi sebuah tantangan bagi *brand skincare green product* untuk memasarkan produknya.

Pada penelitian yang dilakukan saat ini bertujuan agar dapat melihat faktor yang berpengaruh terhadap *purchase intention* seseorang terhadap *green skincare product* pada *brand*, terdapat faktor yang dapat mempengaruhi *Purchase Intention* seseorang terhadap *green skincare product* yaitu *Environmental Concern, Attitude towards Green Skincare Products, Subjective Norms, Perceived Behavioural Control, Availability of Green Skincare Products, Intention and Purchase of Green Skincare Products* terhadap *Purchase Intention* pada *brand* The Body Shop.

Oleh karena itu untuk menarik para *beauty enthusiast* saat ini sudah banyak brand produk yang ramah lingkungan dengan berbagai macam *campaign* yang telah dilakukannya seperti The Body Shop

Berdasarkan fenomena yang terjadi, pertanyaan untuk rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah *Environmental Concern* berpengaruh positif terhadap *Purchase Intention*?
2. Apakah *Attitude towards Green Skincare Products* berpengaruh positif terhadap *Purchase Intention*?
3. Apakah *Subjective Norms* berpengaruh positif terhadap *Purchase Intention*?
4. Apakah *Perceived Behavioural Control* berpengaruh positif terhadap *Purchase Intention*?
5. Apakah *Availability of Green Skincare Products* berpengaruh positif terhadap *Purchase Intention*?
6. Apakah *Intention and Purchase of Green Skincare Products* berpengaruh positif terhadap *Purchase Intention*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Environmental Concern* terhadap *Purchase Intention*?
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Attitude towards Green Skincare Products* terhadap *Purchase Intention*?
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Subjective Norms* terhadap *Purchase Intention*?
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Perceived Behavioural Control* terhadap *Purchase Intention*?

5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Availability of Green Skincare Products* terhadap *Purchase Intention*?
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Intention and Purchase of Green Skincare Products* terhadap *Purchase Intention*?

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, peneliti mengharapkan agar temuan dari penelitian ini dapat bermanfaat baik dari segi akademis maupun praktis bagi berbagai pihak. Adapun manfaat yang diharapkan adalah sebagai berikut:

1. **Manfaat Akademis**

Peneliti mengharapkan bahwa penelitian yang sedang dilakukan ini dapat memberikan berbagai pengetahuan, berbagai informasi untuk para pembaca terkait dengan ilmu pemasaran, khususnya terhadap *Environmental Concern, Attitude towards Green Skincare Products, Subjective Norms, Perceived Behavioural Control, Availability of Green Skincare Products, Intention and Purchase of Green Skincare Products* terhadap *Purchase Intention*.

2. **Manfaat Praktis**

Pada penelitian ini di harapkan dapat menjelaskan berbagai informasi gambaran dan saran bagi para pengguna atau pelaku industri yang akan menggeluti bidang *skincare* yang ramah lingkungan dengan melihat hasil dari keputusan terhadap *Purchase Intention of Green Skincare Products*.

3. Penelitian ini diharapkan juga dapat memberikan manfaat bagi penulis untuk memperluas pengetahuan serta dapat mempelajari cara menganalisis mengenai *Environmental Concern, Attitude towards Green Skincare Products, Subjective Norms, Perceived Behavioural Control, Availability of Green Skincare*

Products, Intention and Purchase of Green Skincare Products terhadap *Purchase Intention*

1.5 Batasan Penelitian

Pada penelitian ini Peneliti membatasi ruang lingkup terhadap penelitian agar dapat fokus pada masalah yang di rumuskan. Batasan penelitian sebagai berikut:

1. Pada penelitian ini dibatasi pada *Environmental Concern, Attitude towards Green Skincare Products, Subjective Norms, Perceived Behavioural Control, Availability of Green Skincare Products, dan Intention and Purchase of Green Skincare Products*
2. Responden dari penelitian ini yaitu wanita pada usia 17 hingga > 36 tahun, yang mengetahui dan pernah menggunakan *Green Skincare Products*, dengan memiliki rekan yang menggunakan atau belum pernah menggunakan *Green Skincare Products*.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian dan penulisan skripsi ini dibagi dalam lima bab yang antar bab saling memiliki keterikatan, dengan sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab 1 ini berisikan mengenai latar belakang dengan menjelaskan secara garis besar mengenai hal yang berkaitan dengan permasalahan pokok, rumusan masalah yang menjadi dasar dilakukan penelitian, tujuan serta manfaat dilakukannya penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Di bab ini, berisikan berbagai kaitan teori dan hasil tinjauan pustaka yang digunakan sebagai dasar dalam menganalisis dan membahas inti permasalahan. Uraian teori akan berhubungan dengan permasalahan yang dirumuskan mengenai

Environmental Concern, Attitude towards Green Skincare Products, Subjective Norms, Perceived Behavioural Control, Availability of Green Skincare Products, Intention and Purchase of Green Skincare Products terhadap Purchase Intention.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai gambaran secara umum menjelaskan tentang metode yang digunakan dalam penelitian, termasuk pendekatan penelitian, desain penelitian, populasi dan sampel, instrumen pengumpulan data, prosedur pengumpulan data, dan prosedur analisis data, memberikan panduan dan penjelasan tentang metode yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab IV menjelaskan mengenai secara umum terhadap gambaran objek penelitian dan yang menjelaskan mengenai hasil kuesioner yang telah dikumpulkan lalu melakukan analisis berdasarkan teori dan hipotesis terkait *Environmental Concern, Attitude towards Green Skincare Products, Subjective Norms, Perceived Behavioural Control, Availability of Green Skincare Products, Intention and Purchase of Green Skincare Products terhadap Purchase Intention.*

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini, penulis memberikan kesimpulan dan saran yang telah dibuat dari hasil penelitian yang menjawab hipotesis penelitian. Sesuai dengan kesimpulan penulis juga akan memberikan saran bagi perusahaan dan peneliti selanjutnya dengan berkaitan pada objek penelitian.