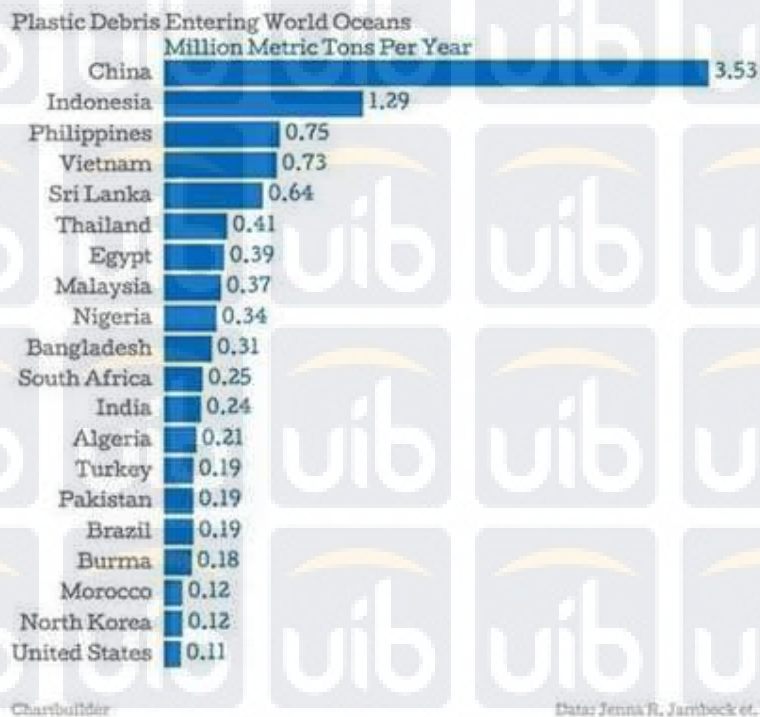


## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Keadaan perekonomian dunia saat ini mengakibatkan perusahaan-perusahaan dipaksa untuk terus mencari ide-ide baru untuk dicetuskan kedalam dunia usaha. Hal ini diharapkan agar perusahaan-perusahaan dapat bersaing dengan kompetitor lainnya. Kegiatan yang bersifat produksi dan distribusi serta konsumsi konsumen telah berdampak besar dengan lingkungan. Untuk mendapatkan keuntungan yang besar, terkadang perusahaan sama sekali tidak memikirkan hal buruk yang akan terjadi dengan lingkungan. Keadaan sampah di Indonesia saat ini sangat memprihatinkan. Berdasarkan grafik di bawah ini.



Gambar 1.1 Data sampah plastik, Sumber: Mongabay (2019)

Pada data di atas Indonesia berada di urutan nomor dua sebagai Negara yang memproduksi sampah terbanyak kedua di lautan. Pada data di atas Indonesia hanya di kalahkan oleh cina sebagai penghasil sampah terbesar dengan menghasilkan sampah sebesar 3, 53 juta ton/tahun. Di urutan kedua ada Indonesia yang mengasilkan sampah sebesar 1,29 juta ton/tahun. Kemudian ketiga ada Filipina yang menghasilkan sampah sebesar 750 ribu ton/tahun. Urutan keempat adalah Vietnam yang menghasilkan sampah sebesar 730 ribu ton/tahun. Urutan kelima ada Srilanka yang menghasilkan sampah 640 ribu ton/tahun. Urutan keenam ada Thailand yang menghasilkan sampah sebesar 410 ribu ton/tahun. Urutan ketujuh ada mesir yang menghasilkan sampah sebesar 390 ribu ton/tahun. Urutan kedelapan adalah Malaysia yang menghasilkan sampah sebesar 370 ribu ton/tahun. Urutan kesembilan adalah Nigeria yang menghasilkan sampah sebesar 340 ribu ton/tahun. Kesepuluh adalah Bangladesh yang memproduksi sampah sebesar 310 ribu ton/tahun. Kesebelas adalah afrika selatan yang menghasilkan sampah sebesar 250 ribu ton/tahun. Kedua belas adalah india yang menghasilkan sampah sebesar 240 ribu ton/tahun. Ketiga belas Algeria yang menghasilkan sampah sebesar 210 ribu ton/tahun. Keempat belas adalah turki yang menghasilkan sampah sebesar 190 ribu ton/tahun. Kelima belas adalah Pakistan yang memproduksi sampah sebesar 190 ribu/tahun. Keenam belas adalah Brazil yang memproduksi sampah sebesar 190 ribu ton/tahun. Ketujuh belas adalah Burma yang menghasilkan sampah sebesar 180 ribu ton/tahun. Kedelapan belas adalah Moroco yang menghasilkan sampah sebesar 12 ribu ton/tahun. Kesembilan belas adalah korea utara yang menghasilkan samapah sebesar 12 ribu ton/tahun.

Kedua puluh adalah amerika serikat yang memproduksi sampah sebesar 110 ribu ton/tahun.

Dari data di atas mayoritas di isi oleh Negara dari benua asia dengan jumlah sepuluh Negara yaitu, cina, Indonesia, Filipina, Vietnam, srilanka, Thailand, Malaysia, Bangladesh, india, dan korea utara. Dari sepuluh Negara asia di atas terdapat lima negara yang berasal dari asia tenggara antara lain, Indonesia, Filipina, Vietnam, Thailand, dan Malaysia. Sedangkan pada posisi lima besar, mayoritas di isi oleh Negara dari asia tenggara dengan jumlah tiga Negara, yaitu Indonesia, Filipina, dan Thailand.

Melihat kondisi saat ini para konsumen sadar akan lingkungan, maka dari itu pemakaian produk ramah lingkungan mulai memberikan pengaruh terhadap gaya hidup masyarakat sekarang. Ada pun masyarakat yang terpengaruh pemakaian terhadap produk ramah lingkungan mayoritas dari masyarakat milenial.

Masyrakat milenial menyadari pentingnya menjaga bumi. Selain menjaga bumi, mengkonsumsi produk ramah lingkungan dapat memberikan manfaat yaitu kesehatan yang lebih baik dan peluang untuk dapat memberikan kontribusi terhadap kelestarian lingkungan (Leonidou, Leonidou, Fotiadis, & Zeriti, 2013).

Melihat keadaan ini, perusahaan-perusahaan mulai menyadari adanya peluang terhadap produk ramah lingkungan untuk kebutuhan dan permintaan dari pengguna. Produk yang ramah lingkungan mengacuh pada produk yang tidak merusak alam dan dapat di daur ulang (Y. K. Kim, Jombart, Valentin, & Kim, 2013).

Industri kosmetik memang merupakan sektor yang menarik bagi orang asing dan investor domestik. Indonesia yang memiliki tingkat perkembangan ekonomi yang baik dengan tingkat pertumbuhan PDB 5,02% (Investasi.kontan.co.id, 2019), pertumbuhan masyarakat muda negara ini dilaporkan menghasilkan pertumbuhan perkonomian yang baik dari tahun ketahun. Di luar kelompok ini, khususnya perempuan telah mengalami peningkatan dalam tingkat pekerjaan dari 46% dari usia kerja populasi perempuan menjadi 52% dalam satu dekade (EU-Indonesia Business Network, 2019).

Perlambatan ekonomi yang dicatat oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pertumbuhan perekonomian Indonesia melambat yang sebelumnya sebesar 5,17% pada 2018 dan pada 2019 menjadi 5,02% (Investasi.kontan.co.id, 2019) telah ditandai dengan kenaikan harga produk. Produk kosmetik telah menjadi kebutuhan utama bagi perempuan Indonesia yang secara umum adalah target utama dunia industri kosmetik. Menurut laporan oleh Euromonitor International, Pasar Masa Depan, ASEAN pada tahun 2020, Indonesia juga disebut sebagai pasar kecantikan dengan pertumbuhan tercepat di Asia untuk kecantikan dalam hal tingkat pertumbuhan tahunan gabungan. Total penjualan domestik produk kecantikan di negara ini adalah Rp11 triliun atau USD818 juta pada tahun 2015 berdasarkan data dari Kementerian Perindustrian.



Gambar 1.2 Contoh Produk kosmetik Ramah Lingkungan, Sumber: Wardah, Marta Tilaar, Mustika Ratu, The Body Shop

Bisnis kosmetik telah sangat berkembang di Indonesia, dan dampak ini telah dirasakan oleh para produsen kosmetik dalam negeri mau pun luar negeri (EU-Indonesia Business Network, 2019). Euromonitor International juga memperkirakan bahwa Indonesia bersama dengan Vietnam akan menjadi pasar kosmetik dengan pertumbuhan tercepat di Asia (Global Business Guide Indonesia, 2018). Status sosial serta gaya hidup dampak yang sangat penting dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli produk bermerk (Putra, Edy Yulianto & Fitrianingrum, 2018). Indonesia akan mencapai 10 besar dipasaran untuk produk kecantikan dan perawatan kulit secara global pada tahun 2019, bernilai lebih dari 130 miliar USD secara global Wardah, Marta Tilaar, Mustika Ratu merupakan kosmetik yang berasal dari Indonesia, ketiga merk lokal memproduksi produk

mereka dengan mengutamakan factor-factor halal dalam dalam setiap produk maupun saat produksi (Global Business Guide Indonesia, 2018). Halal yang dimaksud berarti menggunakan bahan-bahan yang aman bagi kulit manusia dan disesuaikan berdasarkan hukum islam. Selain menggunakan bahan-bahan yang halal Wardah, Marta Tilaar, Mustika Ratu juga memproduksi produk berdasarkan syariat islam dan tanpa menyakiti makhluk hidup lainnya. Dengan tidak menggunakan hewan sebagai bahan percobaan sebagai bagian dari produksi.

The body shop merupakan perusahaan kosmetik yang berlatar belakang tentang produk yang ramah lingkungan. Semua produk yang di produksi oleh the body shop terbuat dari bahan-bahan alami yang tidak merusak lingkungan dan aman bagi kulit juga kesehatan. Selain dari itu perusahaan ini memiliki visi dan misi yang bertujuan untuk mengajak masyarakat untuk lebih peduli terhadap bumi. Selain ramah lingkungan perusahaan ini juga tidak menjadikan hewan sebagai objek un tuk uji coba produk yang di hasilkan oleh perusahaan. Perusahaan ini juga melakukan dukungan terhadap penegakan HAM dengan membantu anak-anak miskin yang berada di afrika dan juga membantu masyarakat disana menjual bahan pertanian herbal, yang selanjutnya digunakan untuk produksi produk kecantikan.

Di Indonesia produk the body shop lumayan banyak diminati oleh pengguna kosmetik di Indonesia, hal ini didasari oleh terdapat 147 toko yang di buka di kota-kota besar di Indonesia. Bahan baku alami the body shop menjadi daya tarik tersendiri terhadap produk ini, serta tidak menjadikan hewan sebagai bahan percobaan atau biasa disebut dengan *no animal testing program*. Karena

program ini pada tahun 1990 the body shop mendapatkan penghargaan RSCPCA atau *Lifetime achievement* dari *Royal Society for Prevention of Cruelty to Animals* (Fimela, 2015).

Terdapat program-program yang dijalankan di Indonesia dengan tujuan untuk membantu pelestarian lingkungan, antara lain: *reduce, reuse, recycle plastic with bring back our bottle program*. Program ini sendiri mengembalikan botol bekas yang isinya sudah terpakai habis agar botolnya dapat didaur ulang kembali dan kemudian botol tersebut di jadikan sebagai wadah kembali bagi kemasan-kemasan baru dari produk kosmetik the body shop. Masyarakat yang mengembalikan botol itu sendiri dapat keuntungan berupa mendapatkan poin yang nantinya dapat ditukar menjadi *Voucher* potongan belanja.

Indonesia sebagai Negara dengan penduduk terbesar keempat didunia yaitu 237 juta penduduk menjadi pasar besar dan dapat diperhatikan oleh tren dunia terutama dalam produk ramah lingkungan (Hijauku.com, 2011). Tapi berdasarkan survei yang telah dilakukan di beberapa kota besar oleh WWF Indonesia dengan AC Nilsen menyatakan bahwa kesadaran masyarakat Indonesia terhadap produk yang berkaitan dengan lingkungan dan kesehatan masih sangat rendah. Faktor tentang lingkungan belum menjadi perhatian utama karena masyarakat Indonesia lebih mengutamakan harga sebagai patokan dalam menentukan pilihan. Sehingga isu tentang lingkungan tidak menjadi perhatian khusus bagi masyarakat Indonesia.

## 1.2 Pertanyaan Penelitian

Berikut pertanyaan yang bisa membantu dalam hal proses penelitian ini, yaitu:

1. Apakah *attitude* berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention*?
2. Apakah *subjective norm* berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention*?
3. Apakah *perceived behavioral control* berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention*?
4. Apakah *perceived behavioral control* berpengaruh signifikan terhadap *purchase behavior*?
5. Apakah *purchase intention* berpengaruh signifikan terhadap *purchase behavior*?
6. Apakah *environmental concern* berpengaruh signifikan terhadap *attitude*?
7. Apakah *environmental concern* berpengaruh signifikan terhadap *subjective norm* ?
8. Apakah *environmental concern* berpengaruh signifikan terhadap *perceived behavioral control* ?
9. Apakah *environmental concern* berpengaruh signifikan terhadap *purchase behavior* ?
10. Apakah *purchase intention* yang dimoderasi oleh *willingness to pay* berpengaruh signifikan terhadap *purchase behavior*?



### 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa tujuan yang akan dicapai kemudian juga sebagai pertimbangan tertentu yang dapat dijadikan landasan, yaitu sebagai berikut:

1. Agar dapat mengetahui kesadaran masyarakat milenial dalam menjaga bumi.
2. Untuk mengetahui bagaimana cara masyarakat milenial dalam menjaga bumi.
3. Untuk meningkatkan konsumsi produk ramah lingkungan.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1.1 Investor

Sebagai bahan pertimbangan dan juga landasan dalam keputusan dan kebijakan strategis mengenai perkembangan dan juga tingkat penjualan kosmetik ataupun produk yang aman bagi lingkungan, ramah (*eco friendly*).

#### 1.2 Manajemen Perusahaan

Dilakukannya penelitian ini dengan harapan dapat digunakan sebagai masukan bagi perusahaan dan pertimbangan untuk menjaga alam dengan meningkatkan produksi produk ramah lingkungan dan bukan hanya sekedar mencari untung saja.

#### 1.3 Akademisi

Penelitian yang dilakukan ini akan bermanfaat bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian yang berhubungan dengan topik ramah lingkungan, dapat menjadikan penelitian ini sebagai acuan.

#### 1.4 Bagi Pihak Lain

Harapan dari penulis agar penelitian ini dapat membantu dalam menambah informasi serta pengetahuan yang terkait pada pemecahan masalah, lebih pada meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap kepentingan menjaga alam.

#### 1.5 **Sistematika Penelitian**

Bagian-bagian berikut merupakan laporan penelitian yang dibagi menjadi lima bab:

##### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Pada bagian ini akan menjelaskan tentang latar belakang, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan & manfaat penelitian, dan juga sistematika pembahasan.

##### **BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bagian ini akan menjelaskan mengenai konsep-konsep teoretis yang dapat menjadi acuan untuk penelitian dan perumusan hipotesis.

##### **BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bagian ini menjelaskan tentang pembuatan penelitian, sampel yang digunakan dalam proses penelitian, serta variabel yang digunakan pada penelitian dan metode yang digunakan dalam penelitian.

#### BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini akan menampilkan hasil penelitian, serta pembahasan lainnya seperti statistik deskriptif dan pengujian hipotesis.

#### BAB 5 KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN REKOMENDASI

Pada bagian ini dijabarkan kesimpulan dari penelitian, keterbatasan yang membahas mengenai kekurangan yang dirasakan peneliti dalam melakukan penelitian, serta saran rekomendasi untuk peneliti yang melanjutkan penelitian ini selanjutnya.