

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

Pada tahun 1970, Anita Roddick bersama sang suami Gordon Roddick mengunjungi *San Francisco Bay Area*, dan mengunjungi sebuah toko di Telegraph Avenue di Berkeley yang menjual shampoo, losion dan krim tubuh. Toko itu, didirikan oleh dua wiraswastawan lokal dan disebut *The Body Shop*, mempublikasikan kepedulian terhadap lingkungan, dan menawarkan kepada pelanggan diskon jika bersedia menggunakan botol-botol lama mereka, daripada menggunakan botol baru. Kemudian pada 27 Maret 1976, *The Body Shop* pertama dibuka di 22 Kensington Gardens, Brighton.

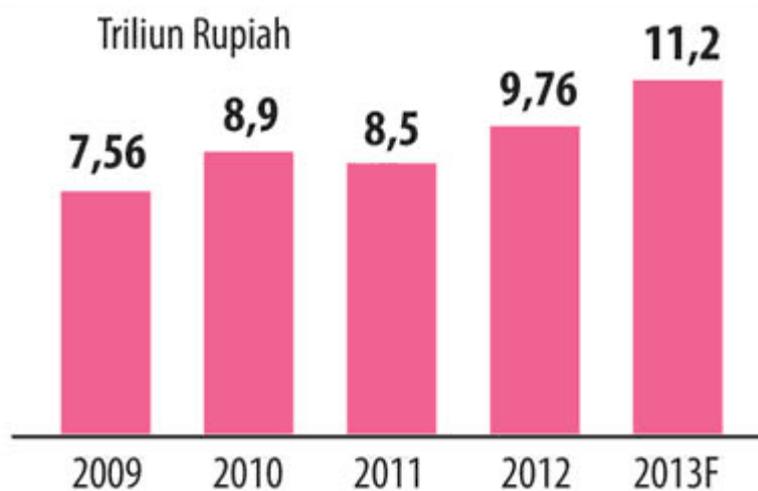
The Body Shop International plc, atau lebih dikenal dengan *The Body Shop*, memiliki sekitar 2,400 toko di 61 negara. Menurut O Boticario, sebuah perusahaan dari Brazil, *The Body Shop* adalah perusahaan franchise kosmetika kedua terbesar di dunia. Perusahaan ini, yang berpusat di Littlehampton, Sussex Barat, Inggris, didirikan oleh Dame Anita Roddick dan terkenal oleh produk-produknya yang menggunakan zat herbal mulai dari *Body Butter*, *Peppermint Foot Lotion*, dan *Hemp*. *The Body Shop* juga menekankan dukungannya terhadap berbagai macam isu yang beredar di seluruh dunia.

1.2 Latar Belakang

Wanita adalah makhluk yang identik dengan keindahan, wanita selalu ingin tampil cantik dalam berbagai keadaan dan selalu ingin menjadi pusat perhatian bagi sekelilingnya. Hal inilah yang menjadi alasan mengapa wanita senang mempercantik diri dengan menggunakan berbagai macam kosmetik.

Kondisi ini dimanfaatkan betul oleh produsen kosmetik. Jumlah penduduk di Indonesia sekitar 250 juta jiwa, menjadikan Indonesia sebagai pasar yang menjanjikan bagi perusahaan kosmetik. Kendati mayoritas industri kosmetik membidik target konsumen utama kaum wanita, belakangan ini perusahaan kosmetik mulai berinovasi dengan produk-produk untuk pria.

Saat ini perkembangan industri kosmetik Indonesia tergolong solid. Hal ini dengan nilai nominal penjualan terlihat dari peningkatan penjualan kosmetik pada 2012 yaitu sebesar 14% atau sebanyak Rp 9,76 triliun dari sebelumnya Rp 8,5 triliun, berdasarkan data Kementerian Perindustrian. Persatuan Perusahaan Kosmetika Indonesia (PERKOSMI) memperkirakan tahun 2013 penjualan kosmetik di Indonesia dapat tumbuh hingga Rp 11,22 triliun, naik 15% dibanding proyeksi 2012 sebesar Rp 9,76 triliun. Dari sisi ekspor, industri kosmetik ditaksir tumbuh 20% menjadi US\$ 406 juta. Seperti yang terlihat pada gambar 1.2 di bawah ini.



GAMBAR 1.2

Penjualan Kosmetik di Indonesia

Sumber : www.kemenperin.go.id, 2013

Nuning S Barwa, Ketua Umum PERKOSMI, mengatakan pertumbuhan volume penjualan kosmetik ditopang oleh peningkatan permintaan, khususnya dari konsumen kelas menengah. Pertumbuhan penjualan kosmetik juga didorong oleh *trend* kenaikan penggunaan kosmetik oleh kaum pria. Dulu pria tidak tertarik membeli produk perawatan kulit yang maskulin, tapi sekarang ketertarikan mereka tinggi.

Produsen kosmetik nasional perlu memenuhi kebutuhan konsumen yang terus meningkat. Kementerian Perindustrian juga memberikan insentif untuk mendorong pengembangan industri kosmetik di Tanah Air. MS Hidayat, Menteri

Perindustrian, mengatakan pemberian insentif tersebut dilakukan untuk meningkatkan daya saing, khususnya dalam menghadapi persaingan dengan produk impor. Insentif diberikan kepada industri kosmetik antara lain dalam bentuk *tax allowance* dan pembebasan bea masuk atas impor mesin. Dengan adanya insentif tersebut, pemerintah berharap industri kosmetik mampu berekspansi secara rutin untuk meningkatkan kapasitas produksi. Menurut Hidayat, industri kosmetik juga perlu didorong dalam kemandirian bahan baku, khususnya bahan baku herbal. Hidayat juga mengatakan Indonesia memiliki keanekaragaman hayati dengan 30 ribu spesies tanaman obat, kosmetik, dan aromatik, terbanyak kedua setelah Brazil. (www.kemenperin.go.id, 2013).

Perusahaan di Indonesia yang bergerak di bidang kosmetik cukup banyak, seperti yang dilansir oleh www.kemenperin.go.id pada tahun 2013, pada tabel 1.1 di bawah ini.

Tabel 1.1
Daftar Perusahaan Kosmetik

| No | Perusahaan | Komoditi | Kelompok Industri |
|-----|--------------------------------|-----------------------------|-------------------|
| 1. | Asma Asri Lestari, Pt | Kosmetik | Kosmetik |
| 2. | Astoria Prima | Kosmetik | Kosmetik |
| 3. | Bigenindo Nusantara, Pt | Cat Rambut | Kosmetik |
| 4. | Biotech Surindo,Pt | Bahan Kosmetik | Kosmetik |
| 5. | Body Shop | Kosmetik | Kosmetik |
| 6. | Cedefindo, Pt | Kosmetika | Kosmetik |
| 7. | Cipta Kenayu Lestari, Pt | Lipstik,Bedak Padat,Pemutih | Kosmetik |
| 8. | Cosmolab Prima, Pt | Lipstik | Kosmetik |
| 9. | Cussons Indonesia, Pt | Sabun Mandi | Kosmetik |
| 10. | Dahlia Cosmetics Indonesia, Pt | Kosmetika | Kosmetik |
| 11. | Damik Lestari Indonesia, Pt | <i>Talk, Lotion, Cream</i> | Kosmetik |
| 12. | Duta Jaya Makmur, Cv | Kosmetik | Kosmetik |
| 13. | Empat Musim Pt | <i>Cream Muka</i> | Kosmetik |
| 14. | Estee Gold Feet Interprise, Pt | <i>Parfume</i> | Kosmetik |

(Bersambung)

(Sambungan)

| | | | |
|-----|---|-----------------------------|----------|
| 15. | Firmenix Indonesia, Pt | Minyak Wangi | Kosmetik |
| 16. | Gizi Cosmetics/Sri Suyati | <i>Cream</i> Kosmetik | Kosmetik |
| 17. | Gloria Orgita Cosmetic,Pt | <i>Cosmetic</i> | Kosmetik |
| 18. | Hay Yen Cosmetic, Cv | Kosmetik | Kosmetik |
| 19. | Herlina Indah | Kosmetik | Kosmetik |
| 20. | Hollywood Sisters | Kosmetik Shampo Rambut | Kosmetik |
| 21. | Inti Kosmetik | Kosmetik | Kosmetik |
| 22. | John Francis Laboratories, Cv | <i>Hair Cream</i> | Kosmetik |
| 23. | Kao Indonesia,Pt | Biore Muka | Kosmetik |
| 24. | Kimia Farma Unit Produksi Semarang, Pt | Rbd | Kosmetik |
| 25. | Kinocare Era Kosmetindo, Pt | Kosmetik | Kosmetik |
| 26. | Kosmetika Super Indah.Pt | Kosmetik,Bedak,Lipstick | Kosmetik |
| 27. | Kosmindah Wangi, Pt | Obat Keriting | Kosmetik |
| 28. | Lafonda Beaute, Pt | <i>Hair Spray</i> | Kosmetik |
| 29. | Liana Kosmetik | Barang-Barang Kosmetik | Kosmetik |
| 30. | Lilas Cosmetic, Pt | Minyak Rambut | Kosmetik |
| 31. | Lulur Sekarsari/Ratna Husen | Lulur Wangi | Kosmetik |
| 32. | Mahasirijaya, Pt | Kosmetik | Kosmetik |
| 33. | Mahkota Kita, Pt | <i>Wig</i> | Kosmetik |
| 34. | Malidas Sterilindo, Pt | Kosmetik | Kosmetik |
| 35. | Mandom/Tancho Indonesia Co Ltd Pt | Kosmetik | Kosmetik |
| 36. | Marion Berkat Anugerah, Pt | Kosmetik | Kosmetik |
| 37. | Martina Berto, Pt | Kosmetik | Kosmetik |
| 38. | Martina Berto/Estrella Laboratories, Pt | Kosmetik | Kosmetik |
| 39. | Multi Elok Modern Cosmetics, Pt | Kosmetik | Kosmetik |
| 40. | Multi Rona Anugerah,Pt | Kosmetika | Kosmetik |
| 41. | Mustika Ratu | Jamu | Kosmetik |
| 42. | Neo Kosmetika Industri,Pt | Kosmetik | Kosmetik |
| 43. | Ogawa Indonesia, Pt | <i>Flavor Dan Fragrance</i> | Kosmetik |
| 44. | Pabindo Sejahtera, Pt | <i>Cosmetic</i> | Kosmetik |
| 45. | Pradasari Kimindo | Kosmetik | Kosmetik |
| 46. | Pradasari Kosmetik/Pradasarikimindo, Pt | Lulur Mandi | Kosmetik |
| 47. | Priskila Prima Makmur Pt | Minyak Wangi | Kosmetik |
| 48. | Promedik Dyna Farma Pt | Kosmetik | Kosmetik |
| 49. | Pyramid Cahaya Mulia Chem & Cos Fac, Pt | Minyak Rambut | Kosmetik |
| 50. | Rama Emeral Pharmacuetical Industri, Pt | Minuman Bervitamin | Kosmetik |
| 51. | Rembaka, Pt | Kosmetik | Kosmetik |
| 52. | Ristra Indolab,Pt | Kosmetika | Kosmetik |
| 53. | Rudy Soetady & Co. Pt | Kosmetika | Kosmetik |

(Bersambung)

(Sambungan)

| | | | |
|-----|--|-----------------------|----------|
| 54. | Sara Lee Body Care / Prodentia Indonesia | Kosmetik | Kosmetik |
| 55. | Sara Lee House Hold Indonesia Pt/Kiwi | Kosmetik | Kosmetik |
| 56. | Seger Surya, Pt | <i>Assence</i> | Kosmetik |
| 57. | Sekawan, Cv | Kosmetik | Kosmetik |
| 58. | Triple Ace Corp, Pt | <i>Eau De Cologne</i> | Kosmetik |
| 59. | Unilever Indonesia, Pt | Kosmetika | Kosmetik |
| 60. | Universe Lion, Pt | Kosmetik | Kosmetik |
| 61. | Unza Vitalis, Pt | Kosmetik | Kosmetik |
| 62. | Valentino Indah Pratama,Pt | Bahan Kosmetik | Kosmetik |
| 63. | Vera Kosmetik, Cv | <i>Shampoo</i> | Kosmetik |
| 64. | Vitapharm, Pt | Kosmetik | Kosmetik |
| 65. | Vycaris Cosmetics | Minyak Rambut | Kosmetik |
| 66. | White Oil Nusantara, Pt | Bahan Baku Kosmetik | Kosmetik |
| 67. | Yasulor Indonesia Pt | Kosmetik | Kosmetik |
| 68. | Yeny Kosmetik | Kosmetik | Kosmetik |
| 69. | Yupharin Pharmaceutical, Pt | Kosmetik | Kosmetik |

Sumber : www.kemenperin.go.id,2013

Tabel 1.1 menunjukkan betapa banyaknya perusahaan di Indonesia yang bergerak dibidang kosmetik. Meningkatnya kebutuhan akan kosmetik oleh para wanita memicu produsen untuk memproduksi lebih banyak kosmetik. Di Indonesia banyak produsen kosmetik yang menawarkan produknya kepada masyarakat, namun saat ini masih banyak produk yang membahayakan konsumen dalam penggunaannya.

Banyaknya permintaan terhadap kosmetik membuat beberapa produsen kosmetik melakukan hal-hal curang yang dapat merugikan konsumen. Seperti yang dilansir oleh (www.Liputan6.com, 2014), Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) pada tahun 2014 ini berhasil melakukan pengawasan peredaran kosmetika di Indonesia. Hasilnya, 68 item kosmetika mengandung bahan berbahaya bagi kesehatan. Ditemukan sebanyak 32 kosmetika buatan Luar Negeri dan 36 kosmetika buatan Dalam Negeri. Diantara 68 produk tersebut, 37 tidak ternotifikasi (terdaftar) dan 31 memiliki nomor notifikasi yang telah dibatalkan oleh BPOM. Sebagian besar produk kosmetika berbahaya didominasi oleh kandungan bahan pewarna dilarang (merah K3 dan rhodamin), cemaran logam

berat Pb, dan merkuri yang akan membahayakan kesehatan bila digunakan, yang berakibat mulai dari infeksi hingga cacat janin.

BPOM pun dengan tegas meminta masyarakat untuk tidak menggunakan kosmetika mengandung bahan berbahaya berikut ini:

Tabel 1.2
Daftar Kosmetik Berbahaya

| No | Merk | Jenis Produk |
|-----|-----------------------|--|
| 1. | BAOLISHI | <i>Lipstick No 15, No. 20 (gold case), Lipstick No. 15 , No. 20 (yellow case), Lipstick No.20 (green case), Lipstick No 25 dan No.33</i> |
| 2. | KISS Beauty | - |
| 3. | MISS BEAUTY | <i>Lipstick No 07</i> |
| 4. | MONALIZA | <i>Lipstick No 20 (cartoon casing), Series Lipstick No 20 (gold case), Lipstick No 20 (pink case), Lipstick No 5</i> |
| 5. | HAN'S SKIN CARE TRIAL | <i>Flawless Night Cream, Treatment Toner, Flawless Day Cream</i> |
| 6. | HAN'S SKIN CARE | <i>Flawless Night Cream, Treatment Toner, Flawless Day Cream</i> |
| 7. | PLATINUM | <i>Cream Malam</i> |
| 8. | MEILI | <i>Freckle Cream</i> |
| 9. | COSMEDIC | <i>Cream 4 Pagi Sore</i> |
| 10. | SARI Daily | <i>Cream for Oily Skin</i> |
| 11. | SARI | <i>Night Cream for Oily Skin, Sabun Muka Lime, Daily Cream for Normal Skin, Night Cream for Normal Skin, Sabun Muka Papaya + Honey</i> |
| 12. | CHANLEEVI | - |
| 13. | KISS BEAUTY | - |
| 14. | LADYMATE | <i>Lipstick No 02 (NA 1811302790), Lipstick No 03 (NA 1811302791), Lipstick No 04, Lipstick No 06 (NA 1811302889), Lipstick No 07, Lipstick No 08, Lipstick No 09, Lipstick No 10, Lipstick No 11, Lipstick No 12, Lipstick No 02 (NA 18121301026), Lipstick No 03 (NA 18121301027), Lipstick No 06 (NA 18121301030)</i> |

(Bersambung)

(Sambungan)

| | | |
|-----|--------------------------|---|
| 15. | IMPLORA | <i>Lipstik 01, Fashionable Cosmetics Complete Make Up Tas (lipstik), Fashionable Cosmetics Complete Make Up Tas (eye shadow), Fashionable Cosmetic 707 (eye shadow), Fashionable Cosmetic 707 02 (eye shadow), Fashionable Cosmetic 707 02 (blush on), Lipstik 03</i> |
| 16. | STEFANI | <i>Cream Malam</i> |
| 17. | Citra Jelita | <i>Night Cream</i> |
| 18. | SULAMIT Miraculous | <i>White Day Cream Passion Series</i> |
| 19. | QB White | <i>Night Cream</i> |
| 20. | COSMEDIC | <i>Formula Baru Cream No 8</i> |
| 21. | Dr BL | <i>Skin Care Cairan Peremajaan Plus</i> |
| 22. | Herbal Health Ru | <i>Special Cream</i> |
| 23. | Herbal Health Ji | <i>Special Cream</i> |
| 24. | Herbal Health | <i>Cream Yi Special Cream</i> |
| 25. | Herbal Health Xiang | <i>Cream</i> |
| 26. | Protect & Serve, 2 Oz | - |
| 27. | AUBAINE | <i>Rejuvenating Intensive Serum</i> |
| 28. | BIO-K Sulf Anti | <i>Acne Cream</i> |

Sumber : www.Liputan6.com, 2014

Data pada tabel 2.2 di atas menunjukkan bahwa di Indonesia banyak terdapat praktek-praktek pembuatan kosmetik yang menggunakan bahan kimia berbahaya dan juga tidak memenuhi standard ISO (*International Standard of Organization*), maka sangat diharapkan masyarakat mengerti dan peka terhadap kualitas dan *standard* suatu kosmetik yang ingin digunakan. Sebelum melakukan pembelian, konsumen harus memperhatikan terlebih dahulu produk yang akan dibeli dan informasi tentang produk tersebut. Secara umum bahan kimia yang terdapat didalam kosmetik adalah Phtylates, Methyl, Propyl, Butyl, dan ethyl Paraben, Propylene Glycol, Synthetic colors, Petrochemicals yang dapat

menyebabkan kanker, masalah ginjal, saraf, kerusakan otak, anemia jangka panjang (www.kompasiana.com, 2014).

Pada akhirnya, dengan adanya *green product* memberikan suatu tantangan kepada para perusahaan-perusahaan yang memproduksi produk kecantikan. Tantangan yang didapatkan yaitu memperhatikan mengenai aspek keramahan lingkungan, produsen kosmetik harus memastikan agar produk kosmetik yang dihasilkan oleh masing-masing perusahaan sudah ramah lingkungan dan aman untuk digunakan oleh para konsumen. Perusahaan yang pintar akan menganggap tantangan ini bukan sebagai suatu ancaman melainkan sebagai peluang untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Konsumen yang semakin cerdas dalam memilih produk yang akan dibeli menjadi suatu motivasi bagi perusahaan untuk mengubah strategi pemasarannya. Perusahaan pun mulai memperhatikan berbagai aspek *green* dalam berbagai hal, mulai dari bahan baku, *design* produk, proses produksi, produk yang dihasilkan dan juga limbah yang dihasilkan. Terdapat beberapa perusahaan kosmetik di Indonesia yang menerapkan *green product*, seperti yang dilansir oleh majalah marketing (2011), pada tabel 1.3 dibawah ini.

TABEL 1.3

Daftar Perusahaan Penghasil Produk Kosmetik Berbahan Alami

| No | Nama Perusahaan |
|----|-------------------|
| 1 | PT. Martha Tilaar |
| 2 | PT. Mustika Ratu |
| 3 | PT. Unilever |
| 4 | PT. Yasulor |
| 5 | PT. Vita Pharm |
| 6 | PT. Body Shop |

Sumber : Majalah Marketing, 2011

Tabel 1.3 menunjukkan bahwa salah satu produsen kosmetik yang menerapkan strategi *green product* adalah Body Shop. menerapkan ISO 9000 dan ISO 14001, dimana ISO 9001 adalah kumpulan *standard* untuk jaminan mutu yang bertujuan untuk menjamin bahwa organisasi akan memberikan produk (barang/ jasa) yang memenuhi persyaratan yang ditetapkan. Sedangkan ISO 14001 adalah kumpulan standar-standar terkait pengelolaan lingkungan yang

disusun untuk membantu organisasi meminimalisir dampak negatif kegiatan-kegiatan (proses dll) mereka terhadap lingkungan, seperti menimbulkan perubahan yang merugikan terhadap udara, air atau tanah, mematuhi peraturan perundangan-undangan dan persyaratan-persyaratan berorientasi lingkungan yang berlaku.

Keputusan pembelian yang dilakukan konsumen sangat bervariasi, ada yang sederhana dan kompleks. Kotler dan Keller (2012:166) mengemukakan bahwa proses pengambilan keputusan pembelian dapat dibagi menjadi lima tahapan yaitu : pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian. Menurut Kotler dan Keller (2012:166) jika dianggap bahwa keputusan membeli, maka pembelian akan menjumpai serangkaian keputusan menyangkut pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran pembelian, jumlah pembelian, dan waktu pembelian. Hubungan *green product* terhadap keputusan pembelian adalah konsumen masa kini cenderung berhati-hati atau dengan kata lain menjadi kritis terhadap lingkungan sekitarnya. Dalam hal pembelian produk, mereka mempunyai berbagai kriteria sebelum melakukan pembelian. Dengan adanya paradigma baru ini di kalangan konsumen, maka terjadi pergeseran pandangan pula dalam kaitannya dengan pemasaran. Sedangkan hubungan corporate social responsibility terhadap keputusan pembelian adalah konsumen akan membeli produk yang memberikan nilai lebih kepada konsumen, maka dari itu perusahaan membuat program tanggung jawab sosial, selain untuk memberikan nilai tambah kepada konsumen juga untuk sarana promosi perusahaan serta edukasi perusahaan kepada konsumennya. Untuk mengetahui “Pengaruh *Green Product* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Body Shop Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom”, dari latar belakang di atas maka penulis merumuskan masalah untuk penelitian ini.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap penerapan *green Product* The Body Shop ?
2. Bagaimana keputusan pembelian pada *green product* The Body Shop?
3. Berapa besar pengaruh *green product* terhadap keputusan pembelian produk The Body Shop?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini berdasarkan rumusan masalah di atas adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan konsumen terhadap penerapan *green product* The Body Shop
2. Untuk mengetahui keputusan pembelian terhadap *green product* The Body Shop
3. Untuk mengetahui berapa besar pengaruh *green product* terhadap keputusan pembelian produk The Body Shop

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sarana informasi untuk meningkatkan wawasan dan pengetahuan tentang sejauh mana pengaruh kepedulian terhadap lingkungan dengan keputusan membeli produk ramah lingkungan oleh konsumen. Selain itu memberikan kontribusi sebagai referensi untuk penelitian sejenis.

1.5.2 Aspek Praktisi

Dipraktikkan dan bahan pertimbangan bagi praktisi dan perusahaan yang akan mengambil kebijakan sistem manajemen lingkungan dan *green product* sebagai strategi pertumbuhan korporasi dan meningkatkan kinerja perusahaan dalam rangka mencapai keunggulan kompetitif.

1.6 Sitematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang di bahas dalam tiap-tiap bab, ada pun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan. Pada bab ini di uraikan tentang objek penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan, serta sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka. Pada bab ini diuraikan tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu dan kerangka penelitian teoritis.

Bab III Metode Penelitian. Pada bab ini diuraikan tentang jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis.

Bab IV Hasil Dan Pembahasan. Pada bab ini diuraikan mengenai deskripsi objek penelitian, analisis data dan pembahasan atas hasil pengolahan data.

Bab V Penutup. Bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, serta saran-saran yang diberikan kepada perusahaan dan pihak-pihak lain yang membutuhkan.