

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Saat ini sedang berkembang dengan cukup pesat di tengah masyarakat yang dikenal dengan *green beauty*. *Green beauty* adalah sebuah trend konversi produk kosmetik dan skincare konvensional ke produk yang lebih alami dan *eco-friendly*. Konsep ini dibuat dengan kesadaran bahwa tidak sedikit limbah yang dibuang oleh manusia berasal dari industri kecantikan. Selain itu penggunaan produk *green cosmetics* juga didukung oleh banyaknya penelitian mengenai produk kecantikan konvensional yang mengandung berbagai macam bahan berbahaya. Produk dari *green cosmetics* memiliki klaim bahwa bahan baku yang digunakan adalah material yang *ethically sourced* dan proses produksinya menerapkan prosedur yang *eco-friendly*.

Berdasarkan data dari Acme Hardesty (Acme Hardesty, n.d.), *green cosmetics market* telah mengalami 15% tingkat pertumbuhan tahunan dan diperkirakan akan mencapai \$25.11 miliar pada 2025. Minat beli *green cosmetics* sangatlah tinggi karena di zaman yang modern ini, konsumen tidak hanya fokus pada penawaran dari suatu produk namun juga mementingkan proses yang dilakukan untuk menghasilkan suatu produk tersebut. Ditambah lagi dengan pemahaman dan kesadaran masyarakat akan *sustainability*, berbagai produsen *cosmetics* melakukan inovasi dan mencari cara yang lebih *natural* dan *eco-friendly* sebagai emulsi dan bahan baku produknya.

Salah satu *green cosmetics* yang tumbuh dan berkembang dengan baik di Indonesia adalah Sensatia Botanicals. Sensatia Botanicals telah berdiri sejak tahun 2000 dan semakin berkembang seiring dengan perkembangan zaman. Sensatia Botanicals merupakan local brand yang memproduksi *skincare product* dengan bahan baku alami namun berkualitas tinggi. Sensatia Botanicals mengklaim bahwa dalam proses produksinya setiap produknya tidak menggunakan bahan kimia, zat buatan atau sintetis lainnya. Selain itu, tiap bahan baku yang diterima di tes terlebih dahulu di dalam laboratorium perusahaan sebelum diproses dan tanpa

dilakukan percobaan terhadap hewan. Sejumlah lebih dari 300 produk Sensatia Botanicals telah terdaftar di BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) dan telah bersertifikasi GMP (*Good Manufacturing Practice*). Sensatia Botanicals memiliki komitmennya kepada komunitas lokal dan lingkungan sekitar dengan mengadakan program kebersihan di daerah sekitar pabriknya yaitu di Desa Jasri, Bali, Indonesia dan menggunakan tas belanja yang dapat terurai dengan mudah untuk setiap pembelian di toko ritel serta menerima botol kosong yang dikembalikan oleh pelanggan untuk didaur ulang.

Sensatia Botanicals melakukan penjualannya secara *offline store* dan *online store*. Sensatia Botanicals memiliki 31 *offline store* yang tersebar di Bali, Jakarta, Bandung, Bekasi dan Surabaya, Indonesia. Selain itu, Sensatia Botanicals juga aktif melakukan penjualan *online store* nya via whatsapp, *website*, *social media* seperti Instagram dan Facebook, serta *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, Blibli, Sociolla, JD.ID, Lazada, Zalora dan juga Grabmart. Sensatia Botanicals merupakan local brand green cosmetics yang besar di Indonesia dan bahkan telah memperluas pasarnya ke ranah internasional. Sensatia Botanicals memiliki followers sebanyak 111 ribu followers di social media Instagramnya, 105 ribu pengikut pada akun *e-commerce* Shopee dengan penilaian sebanyak 87,7 ribu dan 19,7 ribu pengikut pada akun *e-commerce* Tokopedia dengan ulasan sebanyak 21728 dan *rating* penilaian sebesar 4.9 pada akun *e-commerce* Shopee dan Tokopedia.



Gambar 1. Akun Social Media Instagram Sensatia Botanicals

Dapat dilihat pada gambar diatas Sensatia Botanicals memiliki 111 ribu pengikut pada akun instagramnya.

Alyssa Nadira Salsabila Suy, 2021

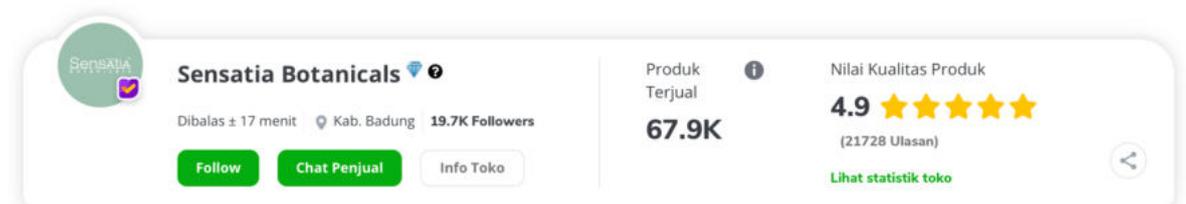
ENVIRONMENTAL CONCERN DAN HEALTH CONSCIOUSNESS TERHADAP MINAT BELI SENSATIA BOTANICALS

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen S1
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]



Gambar 2. Akun *e-commerce* Shopee Sensatia Botanicals

Selanjutnya, gambar diatas menunjukkan bahwa Sensatia Botanicals memiliki sebanyak 105 ribu pengikut pada akun *e-commerce* Shopee dan memiliki penilaian sebanyak 87.700.



Gambar 3. Akun *e-commerce* Tokopedia Sensatia Botanicals

Kemudian akun *e-commerce* Tokopedia Sensatia Botanicals memiliki pengikut sejumlah 19.700 dan 21.728 ulasan. Dapat disimpulkan berdasarkan pengikut dari akun *social media* Instagram dan akun *e-commerce* seperti Shopee dan Tokopedia, Sensatia Botanicals memiliki peminat yang cukup banyak. Selain dari pengikutnya, minat akan Sensatia Botanicals dapat dilihat dari jumlah penjualan *skincare products* Sensatia Botanicals pada *e-commerce* Shopee dan Tokopedia yang terlampir sebagai berikut ini.

Tabel 1. Penjualan Skincare Product Sensatia Botanicals 2021

Skincare Products Sensatia Botanicals	Penjualan via Shopee (pcs)	Rata-rata Penjualan via Shopee Per-bulan (pcs)	Penjualan via Tokopedia (pcs)
Seastem Marine Essence	2000	54	681
Unscented Soapless Facial Cleanser	6700	98	2020
Original Soapless Facial Cleanser	3300	35	1074
Green Tea & Tamarind Facial Cleanser	5400	58	1736
Cleopatra's Rose Facial Cleanser	2800	46	1013
Tea Tree & Lemon Facial Cleanser	1000	205	3281
Cleopatra's Rose Facial C-Serum	1500	37	477
Neroli Blossom Facial C-Serum	2800	26	579
Sandalwood Dream Facial C-Serum	4400	38	992
Neroli Blossom Facial Toner	2100	36	513
Aloe Vera Botanical Gel -	1900	17	615

Alyssa Nadira Salsabila Suy, 2021

ENVIRONMENTAL CONCERN DAN HEALTH CONSCIOUSNESS TERHADAP MINAT BELI SENSATIA BOTANICALS

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen S1
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

Skincare Products Sensatia Botanicals	Penjualan via Shopee (pcs)	Rata-rata Penjualan via Shopee Per-bulan (pcs)	Penjualan via Tokopedia (pcs)
Coconut & Vanilla Facial Scrub	1800	15	701
Cleopatra's Rose Facial Toner	2700	25	711
Calming Chamomile Facial Toner	2100	29	558
Sandalwood Dream Facial Toner	5600	64	1537
Tea Tree & Lemon Facial C-Serum	7500	100	1520
Kakadu Plum & Argan Botanical Eye Serum	3600	47	1224
Hydrating Pomegranate Cleansing Water	518	15	214
Lemon Meringue Cream Cleanser	1200	8	325
Tea Tree & Lemon Facial Hydrate	2200	35	418
Cleopatra's Rose Facial Hydrate	1400	13	319
Unscented Sensitive Facial C-Serum	2400	32	575
Wild Honey Facial Mask	1900	9	635
Aloe Cucumber Facial Mist	725	20	409
Rejuvenating Pomegranate Cleansing Oil	1200	6	376
Neroli Blossom Facial Hydrate	552	12	188
Tea Tree & Lemon Spot Treatment	2200	51	793
Surf Naked Sunscreen	2100	34	-
Tea Tree & Lemon Facial Scrub	1400	23	628
Blossom Facial Dream Cream	914	9	260
Wild Honey Day Barrier Cream	647	5	249
Tea Tree & Lemon Facial Mask	2500	21	584
Indian Fig Finishing Dream Cream	1200	15	371
Jasmine Sambac Facial C-Serum	560	7	156
Sandalwood Dream Facial Hydrate	788	10	302
Unscented Sensitive Cream Cleanser	819	2	332
Anti-Wrinkle Serum for 50+ - 20 ml	318	4	113
3-Step Skincare Set - Oily to Acne-Prone Skin	217	28	-
Green Tea & Tamarind Facial Mask	300	10	150
Anti-Wrinkle Serum for 40+	365	11	241
Cleopatra's Rose Facial Mask	158	4	126
Anti-Wrinkle Serum for 30+	569	5	312
Clarifying Cica Sheet Mask	251	3	146
Anti-Wrinkle Serum for 20+	279	7	106
Firming Pomegranate Sheet Mask	161	4	152
3-Step Skincare Set - Combination Skin	126	14	-
Green Tea & Tamarind Facial Scrub	162	5	133
Unscented Sensitive Facial Mask	138	4	65
Toning Kakadu Plum Sheet Mask	139	2	114
Unscented Sensitive Facial Scrub	151	2	105
Cleopatra's Rose Facial Scrub	131	3	116
Hydrating Argan Sheet Mask	124	1	-
3-Step Skincare Set - Dry Skin	67	9	-
Deluxe Skincare Set - Combination Skin	52	3	-
Deluxe Skincare Set - Oily to Acne-Prone Skin	71	2	-
3-Step Skincare Set - Normal Skin	60	2	-
3-Step Skincare Set -	52	4	-

Alyssa Nadira Salsabila Suy, 2021

ENVIRONMENTAL CONCERN DAN HEALTH CONSCIOUSNESS TERHADAP MINAT BELI SENSATIA BOTANICALS

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen S1
 [www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

Skincare Products Sensatia Botanicals	Penjualan via Shopee (pcs)	Rata-rata Penjualan via Shopee Per-bulan (pcs)	Penjualan via Tokopedia (pcs)
Sensitive/Mature Skin			
Seastem Marine Hydrating Toner	29	17	26
Deluxe Skincare Set - Normal Skin	33	1	-
Seastem Marine Barrier Cream	18	9	17
Deluxe Skincare Set - Dry Skin	31	2	-
Deluxe Skincare Set - Sensitive/Mature Skin			
Seastem Marine Eye Concentrate	10	6	23
Seastem Marine Facial Cleanser	14	9	18
Seastem Marine Advanced Cream	7	4	13
Seastem Marine Skincare Collection Set	2	2	-

Sumber: Akun Shopee & Tokopedia Sensatia Botanicals

Minat beli adalah rasa ketertarikan atau keinginan yang timbul dari dalam diri konsumen terhadap suatu produk barang atau jasa yang merupakan dampak dari suatu pengamatan dan pemahaman akan suatu hal terkait produk barang atau jasa tersebut. Minat beli merupakan salah satu bagian dari perilaku konsumen dalam mengkonsumsi suatu barang/jasa. “Minat beli konsumen adalah suatu tahapan dimana konsumen menjatuhkan pilihan mereka kepada suatu merek diantara beberapa merek yang tergabung dalam satu perbandingan, kemudian pada akhirnya melakukan pembelian pada suatu alternatif yang paling disukai atau proses yang dilalui konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang didasari oleh berbagai macam pertimbangan” (Suyono et al., 2012 hlm. 136). Pertimbangan-pertimbangan tersebut dapat didasari oleh beberapa hal dan salah satunya merupakan faktor lingkungan. Menurut Assael (2002 hlm. 72), lingkungan sekitar dapat menjadi faktor pendorong minat beli seseorang dalam memilih suatu produk barang dan jasa.

Environmental issue telah menjadi perhatian publik untuk waktu yang sangat lama. Terlebih lagi dalam beberapa tahun terakhir pun, berdasarkan data dari *Greenpeace* Indonesia (2020), terdapat beberapa *environmental issue* yang sangat serius di negara Indonesia sendiri seperti kerusakan dan menurunnya kualitas terumbu karang, deforestasi, polusi udara dan sampah plastik.

Pada awal tahun 2020, Indonesia mengalami kondisi yang mengkhawatirkan terkait terumbu karang yang merupakan tempat hidup para biota laut. *Greenpeace* Indonesia menyatakan bahwa 35,15% terumbu karang di Indonesia memiliki kategori buruk atau rusak. Hal ini merupakan kondisi yang cukup memprihatinkan

Alyssa Nadira Salsabila Suy, 2021

ENVIRONMENTAL CONCERN DAN HEALTH CONSCIOUSNESS TERHADAP MINAT BELI SENSATIA BOTANICALS

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen S1
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

mengingat chemicals dari skincare product sunscreen pun turut merusak terumbu karang.

Environmental issue lainnya yang berada sangat dekat dengan kita adalah permasalahan sampah plastik. Ironisnya 60% dari plastik di dunia merupakan jenis plastik sekali pakai sehingga setiap kali orang memakai plastik maka sampah plastik pun akan bertambah. Lalu sampah plastik tersebut akan terbang ke daerah perairan seperti sungai, danau dan laut. Pengelolaan sampah plastik di Indonesia pun dapat dikatakan masih rendah dan perusahaan-perusahaan masih belum dapat bertanggung jawab secara maksimal akan sampah yang mereka hasilkan. Namun di awal tahun 2020, pemerintah Indonesia menyatakan komitmennya pada *World Economic Forum 2020* bahwa Indonesia akan terbebas dari polusi plastik di tahun 2040 dengan mengutamakan ekonomi sirkuler. Selain itu, *Greenpeace* Indonesia juga mendorong perusahaan-perusahaan *fast moving consumer goods* (FMCG) untuk memulai komitmennya dalam mengurangi produksi plastik sekali pakai untuk produk-produknya dan menerapkan konsep *reuse* dan *refill*. Beberapa wilayah di Indonesia juga sudah meniadakan kantong plastik di supermarket maupun minimarket untuk mengurangi konsumsi plastik. Komitmen ini dapat membantu memperlambat krisis iklim karena kegiatan produksi plastik turut menyumbang emisi karbon ke udara.

Dapat dilihat bahwa *environmental issue* yang ada memang cukup serius. Namun seiring berkembangnya pengetahuan dan pemahaman akan lingkungan dan segala permasalahannya, *concern* masyarakat akan *environmental issue* pun semakin dalam sehingga tidak sedikit dari masyarakat yang benar-benar melakukan sesuatu untuk mencoba menjaga kelestarian bumi. Pada 2021, Direktur Komunikasi *Change.org*, Arief Aziz mengungkapkan pada *mediaindonesia.com* (Kartinah, 2021) bahwa dalam lima tahun terakhir kesadaran akan lingkungan semakin meningkat terbukti dari banyaknya masyarakat yang membahas tentang *environmental issue* dengan konsisten setiap tahunnya.

Melalui data GAP Research dapat dilihat bahwa ada beberapa jurnal yang dijadikan sebagai acuan pedoman pengolahan data. Menurut Jurnal *Predicting The Purchase Intention and Behaviour Towards Green Skincare Products Among Malaysian Consumers* (Al Mamun et al., 2020), *Environmental Concern* memiliki

Alyssa Nadira Salsabila Suy, 2021

**ENVIRONMENTAL CONCERN DAN HEALTH CONSCIOUSNESS TERHADAP
MINAT BELI SENSATIA BOTANICALS**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen S1
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

pengaruh yang signifikan pada *Purchase Intention Towards Green Skincare Products*. Jurnal *Minat Beli Produk Hijau pada Generasi Milenial* (Lestari & Kardinal, 2018) juga menunjukkan bahwa *Ecological Concern* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli produk hijau pada generasi milenial.

Concern masyarakat akan *environment* juga berkaitan dengan *health consciousness* masyarakat. Karena berbagai *environmental issue* yang ada sendiri pun berdampak sangat buruk bagi kesehatan masyarakat. Maka dari itu sebenarnya ketika seseorang telah melakukan sesuatu yang baik untuk *environment*, berarti ia telah melakukan sesuatu yang baik untuk kesehatannya. Dan tidak sedikit pula masyarakat yang memang menjaga kelestarian lingkungan dengan kesadarannya akan kesehatan dan pengaruh yang dibawa dari lingkungan terhadap kesehatan masyarakat. *Health consciousness* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap masyarakat akan suatu produk. Berdasarkan penelitiannya, Becker *et al.* (1977) menyimpulkan bahwa kesadaran akan kesehatan (*health consciousness*) merupakan hal yang berhubungan dengan kesiapan seseorang untuk melakukan suatu tindakan kesehatan yang ditujukan untuk menjaga kesehatan individu ataupun masyarakat. Konsumen yang memiliki kesadaran dan kepedulian akan kesehatan mereka sendiri akan terdorong untuk memperbaiki dan menjaga kesehatan dan kualitas hidup mereka dengan tujuan untuk mencegah kesehatan yang buruk dengan menerapkan perilaku hidup sehat dan sadar akan kesehatan (Newsom *et al.*, 2005 hlm. 433).

Lebih lanjut menurut Jurnal *Generation X and Purchase Intention Toward Green Cosmetic and Skincare Products* (Fauzi & Hashim, 2015), *Health Consciousness* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Attitude Towards The Purchasing of Green Cosmetics and Skincare Products* dan *Environmental Consciousness* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap *Purchase Intention*. Berdasarkan permasalahan yang ada tersebut, maka penelitian ini akan membahas “Environmental Concern dan Health Consciousness Terhadap Minat Beli Sensatia Botanicals”.

I.2 Perumusan Masalah

Dapat disimpulkan berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *environmental concern* berpengaruh terhadap minat beli *green skincare products* Sensatia Botanicals?
2. Apakah *health consciousness* berpengaruh terhadap minat beli *green skincare products* Sensatia Botanicals?

I.3 Tujuan Penelitian

Dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi terkait minat beli *green skincare products* Sensatia Botanicals dan pengaruh dari minat beli tersebut dengan tujuan utama penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui, membuktikan dan menganalisis apakah *environmental concern* berpengaruh terhadap minat beli *green skincare products* Sensatia Botanicals.
2. Untuk mengetahui, membuktikan dan menganalisis apakah *health consciousness* berpengaruh terhadap minat beli *green skincare products* Sensatia Botanicals.

I.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari tujuan penelitian tersebut, diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Pembaca

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi tentang adanya pengaruh *environmental concern* dan *health consciousness* pada minat beli *green skincare products* Sensatia Botanicals yang sedang marak di era milenial ini.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah acuan untuk penelitian selanjutnya di masa depan, terutama mengenai minat beli *green skincare products*, serta kesadaran konsumen akan lingkungan dan kesehatan.