

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kelangsungan dan keberadaan manusia tidak lepas dari eksistensi lingkungan yang menyediakan berbagai sumber daya bagi makhluk hidup di dalamnya. Berbagai jenis sumber daya yang dibutuhkan serta dimanfaatkan oleh seluruh makhluk hidup termasuk manusia tersedia dalam suatu ruang yang disebut dengan lingkungan (Dewata, dkk., 2023:32). Lingkungan dan makhluk hidup di dalamnya saling memengaruhi satu sama lain. Upaya manusia untuk menyejahterakan dirinya dengan mengambil dan mengelola lingkungan hidup di sekitar dapat memberikan dampak pada kondisi lingkungan itu sendiri. Menurut Efendi (2012:346), diacu dalam Cahyani (2020:55), tidak jarang upaya pengelolaan lingkungan hidup yang dilakukan oleh manusia berakibat buruk bagi lingkungan karena manusia cenderung melakukannya untuk kepentingan ekonomi tanpa memperhatikan perlindungan lingkungan dan sosial budaya.

Indonesia menerapkan regulasi yang berkaitan dengan lingkungan hidup dalam undang-undang Republik Indonesia. Salah satunya yaitu Undang-undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 1997 tentang pengelolaan lingkungan hidup. Pada undang-undang tersebut di pasal 1 ayat (2) disebutkan bahwa pengelolaan lingkungan hidup adalah upaya terpadu untuk melestarikan lingkungan hidup yang meliputi kebijaksanaan penataan, pemanfaatan, pengembangan, pemeliharaan, pemulihan, pengawasan dan pengendalian lingkungan hidup. Melalui regulasi ini, kegiatan pengelolaan lingkungan hidup harus dilakukan dengan memperhatikan kelestarian lingkungan hidup dengan pengendalian dan pengawasan ketat dari pemerintah. Namun pengendalian pencemaran lingkungan ini belum maksimal. Melalui siaran pers pejabat pengelola informasi dan dokumentasi (PPID) Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan yang diterbitkan pada 29 Desember 2023, disebutkan bahwa beberapa kabupaten atau kota di Wilayah Jabodetabek mengalami penurunan kualitas udara sepanjang bulan Juli sampai Oktober tahun 2023 (*Kinerja Pengendalian Pencemaran dan Kerusakan Lingkungan Tahun 2023*, 2023). Hal ini menandakan regulasi pengelolaan

lingkungan hidup belum dilakukan secara maksimal sehingga masih terjadinya pencemaran dan kerusakan lingkungan.

Kerusakan dan pencemaran lingkungan tentu menimbulkan efek negatif bagi masyarakat juga kualitas lingkungan. Kualitas lingkungan memiliki peran yang signifikan terhadap kesehatan mental masyarakat sehingga jika kualitas lingkungan buruk maka dapat menimbulkan dampak yang buruk bagi kesehatan mental individu yang tinggal di lingkungan tersebut (Leuwol, dkk., 2023:718). Kesehatan mental yang memburuk akibat penurunan kualitas lingkungan bisa ditandai dengan peningkatan kecemasan dan depresi (Castells-Quintana, dkk., 2021). Selain kesehatan mental, kesehatan fisik dari masyarakat juga dapat terdampak oleh pencemaran dan kerusakan lingkungan. Berbagai penyakit yang diderita manusia disebabkan oleh polutan yang mencemari lingkungan. Zat-zat yang terkandung dalam limbah plastik seperti bisphenol A (BPA), ftalat, penghambat nyala, dan bahan kimia perfluorinasi yang mencemari laut dapat menyebabkan masalah kesehatan seperti gangguan sistem endokrin, kerusakan sistem syaraf, dan meningkatkan risiko kanker (Landrigan, dkk., 2020).

Efek negatif dari pencemaran lingkungan yang dirasakan oleh masyarakat merupakan akibat dari rendahnya kesadaran lingkungan masyarakat itu sendiri (Sembel, 2015:58). Kesadaran lingkungan yang rendah membuat masyarakat secara tidak sadar turut berperan dalam pencemaran lingkungan. Beberapa contoh pencemaran lingkungan yang umum terjadi adalah membuang sampah ke sungai, membakar sampah, limbah domestik seperti sampah plastik, sisa cat, atau sisa oli kendaraan bermotor yang zat berbahayanya terserap ke dalam tanah, serta bentuk-bentuk pencemaran lain seperti pencemaran cahaya (*light pollution*), pencemaran bunyi, dan pencemaran visual (Sembel, 2015:48-55).

Usaha pemerintah untuk meningkatkan kesadaran lingkungan masyarakat dalam rangka mengatasi kerusakan dan pencemaran lingkungan dituangkan dalam Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 4 Tahun 2001 tentang pengendalian kerusakan dan atau pencemaran lingkungan hidup yang berkaitan dengan kebakaran hutan dan atau lahan dalam pasal 42 ayat (1) dijelaskan bahwa pemerintah bertugas untuk meningkatkan pemahaman masyarakat termasuk penanggung jawab usaha dan

aparatur terhadap peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan bidang kehutanan atau lahan, pemberian bimbingan teknis, pendidikan dan pelatihan, serta pemberian insentif bagi orang-orang yang berjasa dalam pengendalian pencemaran dan kerusakan lingkungan. Melalui usaha-usaha ini diharapkan kesadaran lingkungan dapat timbul pada masyarakat serta masyarakat turut berperan aktif dalam upaya pengendalian pencemaran dan kerusakan lingkungan. Salah satu contoh dari timbulnya kesadaran lingkungan adalah upaya masyarakat untuk mengonsumsi produk ramah lingkungan (Lukiarti, 2019:18).

Dalam legalitasnya, produk ramah lingkungan memerlukan label khusus untuk menandai bahwa produk tersebut memenuhi syarat sebagai produk yang ramah lingkungan. Label produk ramah lingkungan diatur dalam peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia Nomor P.5/MENLHK/SETJEN/KUM.1/2/2019 tentang tata cara penerapan label ramah lingkungan hidup untuk pengadaan barang dan jasa ramah lingkungan hidup. Dalam peraturan tersebut, suatu barang atau jasa harus melalui skema sertifikasi untuk mendapatkan label ramah lingkungan. Skema sertifikasi label memuat ruang lingkup yang mencakup jenis barang atau jasa ramah lingkungan hidup, persyaratan evaluasi barang atau jasa ramah lingkungan hidup yang mencakup kriteria yang menjadi acuan evaluasi, informasi untuk pembuktian kesesuaian, informasi pemenuhan persyaratan yang antara lain melalui asesmen, inspeksi dan pengujian, informasi lembaga sertifikasi atau lembaga verifikasi, pemberian tanda pemenuhan persyaratan, dan pemantauan penerapan label ramah lingkungan hidup. Ketentuan ini harus dipatuhi oleh penyedia barang atau jasa ramah lingkungan hidup di Indonesia.

Salah satu produk yang dikonsumsi secara masif oleh masyarakat saat ini adalah produk kosmetik. Walaupun bukan termasuk dalam kebutuhan primer, konsumsi kosmetik meningkat karena adanya peningkatan kualitas dan promosi yang gencar dilakukan oleh *brand* kosmetik (Safira, dkk., 2020:141). Berdasarkan kutipan dari situs Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia jumlah industri kosmetik di Indonesia mengalami pertumbuhan dari 913 perusahaan di tahun 2022 menjadi 1.010 perusahaan pada pertengahan tahun 2023 hal ini menunjukkan bahwa terdapat peningkatan sebesar 21,9% pada industri kosmetik

nasional (Limanseto, 2024). Pada awal tahun 2024 sendiri pendapatan pasar kosmetik di Indonesia mencapai 31,5 triliun rupiah dan diproyeksikan akan tumbuh setiap tahunnya sebesar 5,35% sampai tahun 2028 (Sumber: Cosmetics - Indonesia, 2024). Dalam skala global, ukuran pasar produk kecantikan dan perawatan diperkirakan akan mencapai 521,61 miliar dolar Amerika Serikat di tahun 2023 dan dapat mencapai 659,52 miliar dolar Amerika Serikat pada tahun 2028, dengan tingkat pertumbuhan tahunan gabungan (*compound annual growth rate*) sebesar 4,64% selama lima tahun ke depan. Wilayah Asia Pasifik merupakan pasar industri kosmetik dengan pertumbuhan tercepat seiring dengan meningkatnya permintaan akan produk kosmetik di negara-negara dalam wilayah tersebut diantaranya, Tiongkok, Vietnam, Jepang, India, dan Indonesia (Sumber: *PERSONAL CARE INDUSTRY SIZE & SHARE ANALYSIS - GROWTH TRENDS & FORECASTS (2024 - 2029)*, t.t.).

Meningkatnya konsumsi produk kosmetik tentu mendorong produsen kosmetik untuk menyediakan lebih banyak produk untuk didistribusikan pada konsumen. Proses produksi yang membutuhkan banyak sumber daya di dalamnya akan berdampak pada kondisi lingkungan. Hal ini menjadi perhatian khusus bagi pelaku usaha karena pergeseran pola konsumsi yang berorientasi pada kelestarian lingkungan dan adanya kesadaran lingkungan yang tertanam pada masyarakat dapat mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk kosmetik tersebut (Lukiarti, 2019:20). Oleh karena itu, beberapa produsen kosmetik mulai mengintegrasikan prinsip *green cosmetic* pada produknya. *Green cosmetic* atau kosmetik hijau merupakan produk kosmetik yang menggunakan bahan-bahan alami yang berasal dari mineral dan tanaman, berkiblat pada kelestarian lingkungan dengan meminimalisir penggunaan sumber daya yang tak dapat diperbaharui, menggunakan kemasan ramah lingkungan, serta secara umum bersifat *sustainable* (berkelanjutan) (Limbu, dkk., 2023:2). Produk *green cosmetic* pada dasarnya mempunyai ketentuan seperti, tidak menggunakan hewan sebagai alat tes, pembatasan penggunaan beberapa bahan yang dapat membahayakan kesehatan manusia, menggunakan zat yang dapat diurai secara alami, dan tidak menyebabkan pencemaran pada lingkungan (Franca, dkk., 2020:142). Beberapa merek kosmetik

yang termasuk dalam jenis *green cosmetic* yang beredar di Indonesia adalah The Body Shop, Sukin, Skin Dewi, dan N'PURE.

Generasi muda cenderung lebih tertarik pada produk *green cosmetic* karena mereka mengetahui efek positif dari konsumsi produk *green cosmetic*, baik untuk dirinya maupun lingkungan (Kapoor dkk., 2019:12933). Melalui rasa ketertarikan akan suatu produk maka akan timbul minat untuk membeli produk tersebut (Kurnia, dkk., 2021). Minat beli berdasarkan definisi dari Duriyanto dkk.(2003:109), diacu dalam Halim (2019:417) merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana untuk membeli produk tertentu serta jumlah unit yang dibutuhkan pada periode tertentu. Pada situasi ini, konsumen masih menimbang untuk membeli produk tersebut dan belum sampai pada keputusan pembelian. Minat beli pada konsumen dapat dipengaruhi oleh keyakinan konsumen akan kualitas dan harga yang ditawarkan oleh produk tersebut (Halim, dkk., 2019:418). Keyakinan yang tinggi pada suatu produk akan menimbulkan minat konsumen untuk membeli produk itu.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Arlanti (2019:485) tentang analisis kesadaran, pengetahuan, dan sikap konsumen terhadap minat beli *green cosmetic* didapatkan hasil bahwa kesadaran lingkungan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli produk *green cosmetic*. Namun, dalam penelitian yang dilakukan oleh Martha dkk., (2019:224), terdapat hasil yang berbeda yaitu kesadaran lingkungan bukan merupakan faktor yang pengaruhnya signifikan terhadap minat beli produk *green cosmetic*, melainkan faktor kesediaan untuk membayar lebih (*willingness to pay*). Maka penelitian ini dilakukan untuk mencari tahu lebih lanjut apakah kesadaran lingkungan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli produk *green cosmetic* dengan subjek penelitian yang berbeda yaitu mahasiswa Tata Rias Universitas Negeri Jakarta (UNJ).

Sebagai salah satu bagian dari konsumen produk kosmetik, mahasiswa Tata Rias mempunyai kecenderungan yang lebih untuk membeli dan memakai produk kosmetik yang beredar di pasaran. Hal ini dikarenakan dalam menjalankan kegiatan perkuliahan, mahasiswa Tata Rias memerlukan produk-produk kosmetik untuk mata kuliah yang bersifat praktik. Kosmetik yang digunakan pun beragam, mulai dari kosmetik untuk wajah seperti *foundation*, bedak, *face painting*, dan lain-lain

serta kosmetik untuk rambut seperti *hairspray*, gel rambut, cat rambut dan lain sebagainya. Oleh karena itu, penelitian ini menjadikan mahasiswa Tata Rias Universitas Negeri Jakarta (UNJ) sebagai subjek penelitian.

Dari hasil survei pendahuluan yang telah dilakukan pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Rias UNJ angkatan tahun 2020 yang berjumlah 14 orang, diketahui bahwa yang telah mengetahui tentang kosmetik ramah lingkungan atau *green cosmetic* sebanyak 100% dari responden survei, lalu persentase responden yang sudah pernah membeli atau menggunakan produk *green cosmetic* adalah 85,7%, sedangkan persentase responden yang berminat untuk menambahkan produk *green cosmetic* dalam kelengkapan kosmetiknya adalah 100%.

Berdasarkan pemaparan tersebut, maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kesadaran lingkungan mahasiswa Tata Rias UNJ terhadap minat beli produk *green cosmetic*. Penelitian ini juga dilakukan untuk mencari tahu lebih dalam terkait tingkat kesadaran lingkungan mahasiswa Tata Rias UNJ sebagai konsumen produk kosmetik serta pengetahuan mahasiswa Tata Rias UNJ terkait produk *green cosmetic* dan kaitannya dengan minat beli produk *green cosmetic*.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka dapat diidentifikasi masalah yang terdapat pada topik penelitian ini, yaitu:

1. Pengelolaan lingkungan hidup serta pengendalian pencemaran dan kerusakan lingkungan di Indonesia.
2. Dampak negatif pencemaran dan kerusakan lingkungan.
3. Kesadaran lingkungan masyarakat yang masih rendah.
4. Peran pemerintah dalam meningkatkan kesadaran lingkungan masyarakat di Indonesia.
5. Perubahan perilaku konsumsi masyarakat (*green consumption*) yang dipengaruhi oleh pencemaran dan kerusakan lingkungan.
6. Strategi pemasaran pengusaha produk *green cosmetic* dalam menargetkan konsumen yang sadar lingkungan.

7. Tingkat kesadaran mahasiswa Tata Rias UNJ sebagai konsumen produk kosmetik.
8. Minat beli mahasiswa Tata Rias UNJ terhadap produk *green cosmetic*.
9. Pengaruh kesadaran lingkungan mahasiswa Tata Rias UNJ terhadap minat beli produk *green cosmetic*.

1.3 Pembatasan Masalah

Melalui identifikasi masalah yang telah diuraikan dan agar pembahasan dari penelitian tidak melebar, berikut pembatasan masalah yang ditetapkan:

1. Pengaruh kesadaran lingkungan mahasiswa Tata Rias UNJ terhadap minat beli produk *green cosmetic*.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, dan pembatasan masalah di atas maka dirumuskan masalah pada penelitian ini, di antaranya:

1. Apakah kesadaran lingkungan mahasiswa Tata Rias UNJ berpengaruh terhadap minat beli produk *green cosmetic*?

1.5 Kegunaan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kesadaran lingkungan mahasiswa Tata Rias UNJ terhadap minat beli produk *green cosmetic*. Selain itu, penelitian ini juga dapat berguna bagi pengembangan IPTEKS dan pemecahan masalah praktis dalam pembangunan yang akan dirincikan dalam poin-poin berikut:

1. Pengembangan IPTEKS

Dalam pengembangan IPTEKS, penelitian ini berguna untuk menambah wawasan terkait mata kuliah pengantar ilmu lingkungan keluarga, kosmetik bahan alam, dan pengelolaan usaha tata rias. Hal ini dikarenakan dalam mata kuliah tersebut terdapat materi tentang lingkungan (ekologi), bahan-

bahan alami yang dapat dimanfaatkan untuk membuat produk kosmetik, dan cara mengelola usaha tata rias dengan memperhatikan target pemasaran produk kosmetik.

Dalam konteks teknologi, penelitian ini mendorong para produsen kosmetik untuk mengadaptasi teknologi yang terbaru dalam proses industri agar sesuai dengan prinsip *sustainable* dan ramah lingkungan untuk mengembangkan produk *green cosmetic*.

Pada bidang seni, diharapkan banyak *makeup artist* (MUA) yang bekerja sekaligus berkarya menggunakan produk *green cosmetic*. Produk kosmetik jenis ini dapat diaplikasikan oleh MUA pada tata rias sehari-hari, maupun tata rias yang lebih artistik seperti tata rias panggung maupun tata rias karakter.

2. Pemecahan masalah praktis pada pembangunan

Penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu solusi untuk memecahkan masalah yang ada yaitu masalah pencemaran dan kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh proses produksi kosmetik. Melalui pembahasan tentang kesadaran lingkungan dan minat beli produk *green cosmetic*, para pelaku industri kosmetik atau kecantikan dapat menggunakan penelitian ini sebagai acuan dalam mengembangkan produk kosmetik yang lebih ramah bagi lingkungan. Masalah limbah industri dan dampaknya pada lingkungan dapat berkurang jika lebih banyak pelaku usaha kosmetik menerapkan prinsip ramah lingkungan dan data tentang minat beli produk *green cosmetic* dapat dijadikan referensi untuk menetapkan strategi pemasaran produk tersebut.