

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN PROFIL RESPONDEN

2.1 Sejarah Love Beauty and Planet

Love Beauty and Planet merupakan produk *skincare* yang diluncurkan oleh PT Unilever Indonesia pada tahun 2019. Pada merek Love Beauty and Planet ini adalah bentuk inovasi dari PT Unilever Indonesia yang menciptakan produk menggunakan bahan-bahan alami yang membuat produk Love Beauty and Planet ini ramah lingkungan yang berkelanjutan dan memiliki kemasan produk yang dapat di daur ulang. Produk Love Beauty and Planet memiliki produk unggulan di bidang *skincare*, seperti *body wash*, *conditioner*, *shampo*, hingga *body lotion*.

Love Beauty and Planet berkomitmen untuk menghadirkan produk *skincare* berkualitas tinggi yang tetap mempertimbangkan dampak lingkungan. Merek ini menjalankan inisiatif untuk mengurangi karbon serta menggunakan bahan yang berkelanjutan dalam setiap produknya. Produk yang ditawarkan mencakup berbagai macam *skincare*, seperti *body wash*, *conditioner*, *shampo*, hingga *body lotion*, *sheet mask*.

Ciri khas pada produk Love Beauty and Planet adalah fokus pada produk yang ramah lingkungan, bebas bahan kimia berbahaya, dan tanpa kandungan sulfat. Kemasan produknya sebagian besar dibuat dari bahan dasar yang dapat di daur ulang, termasuk botol yang berasal dari 100% plastik daur ulang. Seluruh produk dikembangkan berdasarkan prinsip keberlanjutan, yaitu *refine*, *reduce*, *reuse*, dan *retrieve energy*. Prinsip *refine* mengacu pada penggunaan bahan yang aman dan

ramah lingkungan, sementara *reduce* berfokus pada optimalisasikan pada bahan baku dengan pengurangan limbah. *Reuse* melibatkan pemrosesan limbah agar dapat digunakan kembali, dan *retrieve energy* menekankan penghematan energi dalam proses produksi.

Selain menghadirkan produk ramah lingkungan, Love Beauty and Planet juga aktif dalam upaya pelestarian lingkungan, pengurangan emisi karbon, serta keterlibatan dalam berbagai program sosial dan lingkungan.

Konsep keberlanjutan yang diusung oleh merek ini telah meningkatkan popularitasnya, menjadikan pilihan utama bagi konsumen yang peduli ramah lingkungan. Produk-produk Love Beauty and Planet memenuhi standar keberlanjutan, sehingga menjadi alternatif yang menarik bagi mereka yang mencari produk *skincare* yang mendukung nilai-nilai ramah lingkungan.

2.2 Logo Love Beauty and Planet



Gambar 2.1 Logo Love Beauty and Planet

Sumber : Love Beauty and Planet, 2024

2.3 Visi dan Misi Love Beauty and Planet

Love Beauty and Planet memiliki Visi:

“Menciptakan keindahan yang berdampak baik untuk planet dan manusia”

Sedangkan Misi yang dimiliki oleh Love Beauty and Planet sendiri adalah menciptakan planet dan masyarakat yang lebih baik dengan cara:

- a. Menggunakan sumber bahan yang bertanggung jawab

Love Beauty and Planet memiliki komitmen untuk menggunakan bahan baku yang alami dan dapat diperbaharui.

- b. Mengurangi limbah plastik

Love Beauty and Planet memiliki komitmen untuk menggunakan bahan kemasan yang dapat didaur ulang untuk mengurangi limbah.

- c. Menimalisir jejak karbon

Love Beauty and Planet memiliki komitmen untuk mengurangi emisi karbon melalui proses produksinya.

- d. Mendukung aktivis lingkungan

Love Beauty and Planet memiliki komitmen untuk dukungan terhadap aktivisi dan program-program kelestarian lingkungan.

- e. Inovasi yang baik

Love Beauty and Planet memiliki komitmen untuk terus melakukan inovasi produk yang membawa dampak positif baik untuk konsumen dan untuk lingkungan.

2.4 Lokasi Perusahaan

Love Beauty and Planet merupakan inovasi dari PT Unilever Indonesia Tbk yang dirancang sebagai produk ramah lingkungan, sesuai dengan laporan tahunan Unilever tahun 2019. Perusahaan ini memiliki kantor pusat di Graha Unilever, Jalan Jenderal Gatot Subroto Kav. 15, Jakarta 12930, Indonesia.

2.5 Produk Love Beauty and Planet

Love Beauty and Planet memiliki beberapa macam varian produk, antara lain:

2.5.1 Body Care

Produk dalam kategori perawatan tubuh merawat tubuh, seperti *body lotion* yang melembabkan kulit, *body wash* yang membersihkan, dan *body cream* yang membuat kulit lebih halus. Jenis *body care* yang berbeda dapat ditemukan dalam produk Love Beauty and Planet. Ini termasuk butter mumuru & rose, coconut water & bunga mimosa, shea butter & sandalwood, dan argan oil & lavender.

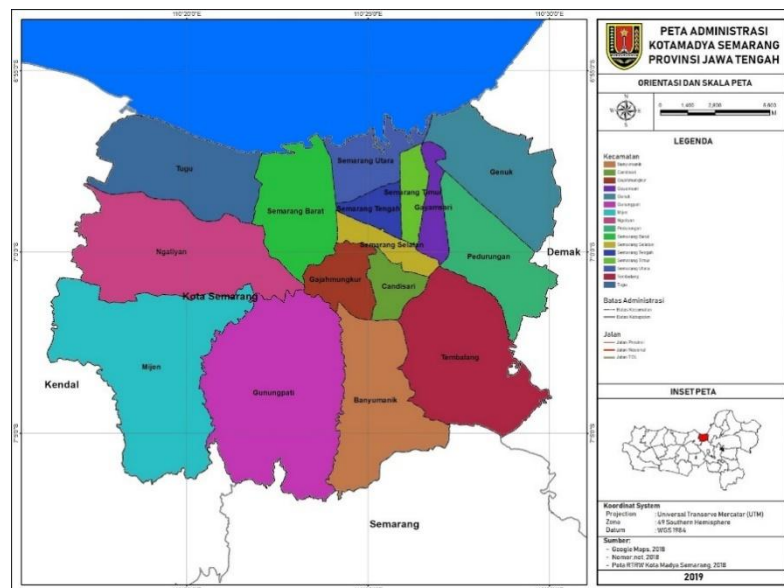
2.5.2 Hair Care

Sampo dan kondisioner termasuk dalam kategori produk *hair care*. Love Beauty and Planet memiliki produk perawatan rambut berbahan dasar alami dan dikemas dalam botol daur ulang sepenuhnya. Produk ini bebas dari bahan kimia, silikon, paraben, dan pewarna, dan disertifikasi sebagai vegan. Minyak dan ekstrak alami yang diambil secara etis berasal dari sampo dan kondisioner yang harum.

2.5.3 Face Care

Produk perawatan wajah Love Beauty and Planet terdiri dari sheet mask, cleansing oil, dan face scrub. Produk-produk ini dirancang untuk mendukung kesehatan kulit wajah melalui dalam bentuk sheet mask, cleansing oil, dan face scrub. Varian yang ditawarkan meliputi vetiver & tea tree oil, coconut water & mimosa flower, dan mumuru butter & rose oil.

2.6 Gambaran Umum Kota Semarang



Gambar 2.2 Peta Kota Semarang

Sumber: Pemkot Semarang Kota

Kota Semarang memiliki luas 373,70 km atau 37.366.836 ha dan terdiri dari 16 Kecamatan dan 117 Kelurahan. Penduduk di Kota Semarang berasal dari berbagai etnis seperti Jawa, Cina, Arab, dan keturunan lain. Mayoritas orang di sini beragama Islam, Kristen, Katholik, Hindu, dan Budha datang setelahnya. Pedagang, pegawai pemerintah, pekerja di pabrik, dan petani adalah salah satu dari banyak

jenis mata pencaharian masyarakat. Tabel di bawah menunjukkan luas wilayah Kota Semarang berdasarkan kecamatan.

Tabel 2.1 Luas Wilayah Berdasarkan Kecamatan di Kota Semarang Tahun 2023

No	Kecamatan	Luas (km ²)	Persentase
1	Semarang Tengah	5,17	1,38
2	Semarang Timur	5,42	1,45
3	Semarang Selatan	5,95	1,59
4	Gayamsari	6,22	1,66
5	Candisari	6,40	1,71
6	Gajah Mungkur	9,34	2,50
7	Semarang Utara	11,39	3,05
8	Pedurungan	21,11	5,65
9	Semarang Barat	21,68	5,80
10	Genuk	25,98	6,95
11	Tugu	28,13	7,52
12	Banyumanik	29,74	7,96
13	Tembalang	39,47	10,56
14	Ngaliyan	42,99	11,50
15	Mijen	56,52	15,12
16	Gunung Pati	58,27	15,59
Kota Semarang		373,70	100,00

Sumber: Badan Pusat Statistik, Kota Semarang (2023)

Kota Semarang memiliki lokasi yang strategis dan didukung oleh banyak sarana transportasi, seperti Pelabuhan Tanjung Emas, Bandar Udara Internasional Ahmad Yani, Terminal Terboyo, serta Stasiun Kereta Api Tawang dan Poncol. Peran Kota Semarang sebagai pusat pembangunan dan gerbang ekonomi di Provinsi Jawa Tengah dan wilayah tengah Pulau Jawa diperkuat oleh keberadaan fasilitas ini. Selain itu, pertumbuhan ekonomi kota didukung oleh kemudahan transportasi yang mudah. Semarang juga memiliki banyak fasilitas, seperti pendidikan, kesehatan, perbelanjaan, dan tempat bisnis, yang semakin meningkatkan posisinya. Kota Semarang berfungsi sebagai pusat pemerintahan dan pusat ekonomi Jawa Tengah

karena berada di jalur strategis lintas ekonomi Pulau Jawa dan merupakan ibu kota Provinsi Jawa Tengah.

2.6.1 Gambaran Geografis

Letak geografis, Semarang di antara 6 50' -7 10' Lintang Selatan dan 109 35' -110 50' Bujur Timur. Ini berbatasan dengan Laut Jawa di sebelah Utara, Kabupaten Demak di sebelah Timur, Kabupaten Kendal di sebelah Barat, dan Kabupaten Semarang di sebelah Selatan.

2.7 Strategi *Green Marketing* Love Beauty and Planet

Love Beauty and Planet berkomitmen untuk menerapkan konsep *green marketing* yang bertujuan menjaga keseimbangan antara kecantikan dan kelestarian bumi. Love Beauty and Planet memahami bahwa pelanggan tidak hanya mencari produk kecantikan yang efektif, tetapi juga menginginkan pilihan yang tidak memberikan dampak buruk bagi lingkungan. Love Beauty and Planet juga memberdayakan konsumen sebagai perubahan dengan memberikan manfaat yang tidak hanya memenuhi kebutuhan mereka akan produk kecantikan yang efektif tetapi juga memberikan kepuasan tambahan melalui kontribusi terhadap kelestarian lingkungan. Pendekatan *green marketing* yang diterapkan oleh Love Beauty and Planet menjadi bagian dari komitmen global yang diwujudkan melalui kampanye *#smallactsoflove*. Kampanye ini didukung oleh lima pilar utama oleh Love Beauty and Planet, diantaranya:

1. *Powerful & Passionate*

Setiap produk Love Beauty and Planet diformulasikan dengan kebaikan bahan-bahan alami yang berkualitas tinggi untuk memberikan manfaat terbaik bagi tubuh dan lingkungan. Sebagai wujud nyata dari komitmen terhadap keberlanjutan, kemasan produk dibuat dari 100% plastik daur ulang dan dapat didaur ulang kembali.

2. *Fast & Fabulous*

Meyakini bahwa tindakan kecil dapat memberikan dampak besar, Love Beauty and Planet menghadirkan teknologi *fast rinse* pada produk kondisionernya. Teknologi ini membantu konsumen menghemat waktu dan air saat membilas rambut, sekaligus menjaga kesehatan rambut agar tetap lembut dan ternutrisi.

3. *Goodie & Goodness*

Love Beauty and Planet memastikan bahwa semua produknya mengandung bahan-bahan organik dan sustainable yang diperoleh melalui proses responsible sourcing. Bahan-bahan tersebut bebas dari paraben dan pewarna buatan, sehingga aman untuk kulit dan lingkungan. Selain itu, produk Love Beauty and Planet mendapatkan sertifikasi vegan dari Vegan.org dan *cruelty-free* dari PETA, yang menegaskan komitmennya terhadap keberlanjutan dan etika dalam produksi.

4. *Scents & Sensibility*

Bekerja sama dengan Givaudan, Love Beauty and Planet memberikan keharuman alami yang menenangkan pada produknya. Keharuman ini berasal dari ekstrak

tumbuhan seperti mawar dari Bulgaria, lavender dari Perancis, hingga vetiver dari Haiti, yang semuanya diperoleh melalui program *responsible sourcing*.

5. *Carbon Conscious & Caring*

Sebagai bagian dari misinya untuk mendukung keberlanjutan, Love Beauty and Planet berkomitmen mengurangi limbah tempat pembuangan akhir (*landfill waste*) dan emisi karbon yang dihasilkan selama proses produksi. Langkah ini termasuk menghitung dan mengkompensasi jejak karbonnya dengan investasi dalam program keberlanjutan yang bertujuan untuk menurunkan emisi hingga hampir nol di masa depan.

Sebagai bagian dari pendekatan *green marketing*, Love Beauty and Planet memperkuat dampaknya melalui kolaborasi dengan berbagai organisasi dan inisiatif lingkungan. Kampanye *#smallactsoflove* tidak hanya berfokus pada edukasi konsumen, tetapi juga mengajak mereka untuk berpartisipasi aktif dalam aksi nyata yang berdampak pada lingkungan dan sosial. Salah satu langkah nyata adalah kemitraan dengan Waste4Change, di mana Love Beauty and Planet menyediakan Drop Box di beberapa outlet Farmers Market untuk memudahkan konsumen mengembalikan kemasan bekas produk personal care dari brand apa pun. Selain itu, Unilever Sustainable Living Plan (USLP), Love Beauty and Planet memiliki komitmen jangka panjang untuk terus mengurangi dampak lingkungan dan memperbesar manfaat sosial. Melalui inovasi seperti *fast rinse technology* yang membantu menghemat air hingga skala besar, brand ini menunjukkan bahwa

perubahan besar dapat dimulai dari langkah kecil, seperti yang tercermin dalam kampanye *#smallactsoflove*.

2.8 Profil Responden

Identitas objek penelitian yang menjadi sampel penelitian digambarkan melalui karakteristik responden. Penelitian ini melibatkan pelanggan atau pengguna produk Love Beauty and Planet di Kota Semarang yang telah menggunakan dan telah menggunakannya. Jumlah responden dari usia 17 hingga 25 tahun terdiri dari 100 orang.

Berdasarkan hasil analisis sampel, responden dapat dikategorikan berdasarkan wilayah tempat tinggal, jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendapatan bulanan, dan lamanya penggunaan produk.

2.8.1 Responden Berdasarkan Wilayah Tempat Tinggal

Karakteristik responden berdasarkan tempat tinggal ke dalam enam belas kecamatan Semarang sebagai berikut.

Tabel 2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal

No	Wilayah	Jumlah Responden
1	Semarang Tengah	3
2	Semarang Timur	3
3	Semarang Selatan	4
4	Gayamsari	12
5	Candisari	3
6	Gajah Mungkur	6
7	Semarang Utara	2
8	Pedurungan	5
9	Semarang Barat	1
10	Genuk	4
11	Tugu	4
12	Banyumanik	15
13	Tembalang	30
14	Ngaliyan	1
15	Mijen	4
16	Gunung Pati	3
Total		100

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel 2.2 dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengisian kuesioner dilakukan responden yang berdomisili di Tembalang sebesar 30 responden atau 30% dari total responden penelitian.

2.8.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin terbagi menjadi dua kategori, yaitu laki-laki dan perempuan. Berdasarkan keseluruhan responden, pembagian karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut.

Tabel 2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki – Laki	31	31%
Perempuan	69	69%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel 2.3 dapat disimpulkan bahwa minat beli produk Love Beauty and Planet lebih banyak dilakukan oleh Perempuan sebesar 69 responden atau 69% dari total responden penelitian. Hal ini kemungkinan dipengaruhi oleh jenis produk yang ditawarkan Love Beauty and Planet, yaitu produk *skincare* dan *body care*.

2.8.3 Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia terdapat pada rentang 13 hingga 28 tahun. Berdasarkan total responden, kategori usia terbagi menjadi seperti pada tabel di bawah. Melalui tabel di bawah dapat dilihat bahwa frekuensi pengguna berada pada kategori usia 21 tahun sebanyak 34 responden.

Tabel 2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
13 Tahun	0	0%
14 Tahun	1	1%
15 Tahun	1	1%
16 Tahun	1	1%
17 Tahun	1	1%
18 Tahun	5	5%
19 Tahun	2	2%
20 Tahun	10	10%
21 Tahun	30	30%
22 Tahun	26	26%
23 Tahun	4	4%
24 Tahun	2	2%
25 Tahun	6	6%
26 Tahun	6	6%
27 Tahun	4	4%
28 Tahun	1	1%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel 2.4 dapat disimpulkan dalam penelitian ini responden dengan usia 21 tahun yang mayoritas dalam pengisian penelitian ini sebanyak 30 responden atau 30%.

2.8.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan terbagi menjadi Pelajar/Mahasiswa, PNS/TNI/Polri, Pegawai BUMN, Karyawan Swasta, Wirausaha/Wiraswasta, Freelancer, Ibu Rumah Tangga dan Lainnya. Berdasarkan total responden, karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan adalah sebagai berikut.

Tabel 2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	78	78%
PNS/TNI/Polri	3	3%
Pegawai BUMN	7	7%
Karyawan Swasta	6	6%
Wirausaha/Wiraswasta	5	5%
Freelancer	1	1%
Ibu Rumah Tangga	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel 2.5 dapat diketahui bahwa sebagian besar pengguna Love Beauty and Planet yang menjadi responden memiliki pekerjaan sebagai Pelajar/Mahasiswa, yaitu sebanyak 78 responden.

2.8.5 Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Karakteristik responden berdasarkan pendapatan perbulan terbagi dalam lima bagian, yaitu < Rp 1.500.000, > Rp1.500.000 – Rp2.500.000, > Rp2.500.000 – Rp3.500.000, > Rp3.500.000 – Rp4.500.000, dan > Rp4.500.000. Berdasarkan total responden, karakteristik responden berdasarkan pendapatan perbulan adalah sebagai berikut.

Tabel 2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Pendapatan Perbulan	Jumlah	Persentase
< Rp 1.500.000	34	34%
> Rp1.500.000 – Rp2.500.000	24	24%
> Rp2.500.000 – Rp3.500.000	23	23%
> Rp3.500.000 – Rp4.500.000	9	9%
> Rp4.500.000	10	10%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel 2.6 dapat diketahui bahwa mayoritas responden memiliki pendapatan sebesar <Rp 1.500.000 sebanyak 34 responden.

2.8.6 Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Produk Love Beauty and Planet

Karakteristik responden berdasarkan lama penggunaan produk terbagi menjadi tiga kategori, yaitu, < 3 bulan, > 3 Bulan – 1 Tahun, > 1 Tahun.

Tabel 2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Produk

Lama Penggunaan Produk	Jumlah	Persentase
< 3 bulan	30	30%
> 3 Bulan – 1 Tahun	49	49%
> 1 Tahun	21	21%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Melihat tabel 2.8 mengenai karakteristik responden berdasarkan lamanya pemakaian produk Love Beauty and Planet ditemukan jumlah terbanyak responden dalam pemakaian produk dengan rentan 3 bulan hingga 1 Tahun dengan persentase responden sebesar 49%. Diikuti pemakaian selanjutnya berada di 3 bulan sebesar 30%. Hal ini menandakan bahwa Sebagian responden masih menggunakan produk Love Beauty and Planet.