

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM LOVE BEAUTY AND PLANET DAN IDENTITAS RESPONDEN**

Pada bab ini akan dijelaskan terkait gambaran umum merek Love Beauty and Planet. Hal ini dilakukan untuk menjelaskan perusahaan dan merek yang menjadi objek pada penelitian ini. Selain itu, akan dijelaskan pula identitas responden berdasarkan kriteria usia, jenis kelamin, jenis pekerjaan, jumlah pendapatan per bulan, serta waktu pembelian.

#### **2.1 Sejarah Love Beauty and Planet**

Love Beauty and Planet diluncurkan oleh PT Unilever Indonesia Tbk. pada tahun 2019. Merek ini merupakan bentuk inovasi PT Unilever Indonesia Tbk. untuk menciptakan produk alami dan ramah lingkungan (Annual Report Unilever, 2019). Love Beauty and Planet menyediakan produk-produk perawatan tubuh, seperti sabun, *body lotion*, dan shampoo, dengan bahan-bahan yang alami.

Love Beauty and Planet menemukan peluang pada pasar menengah yang mampu dan bersedia membelanjakan uang mereka untuk memenuhi kebutuhan yang spesifik. Love Beauty and Planet menargetkan pasar tersebut, terlebih terhadap orang-orang yang memiliki kepedulian atau orientasi terhadap kelestarian lingkungan. Hal ini berkaitan dengan komitmen Love Beauty and Planet memiliki untuk menjaga kelestarian lingkungan melalui produk-produknya yang ramah lingkungan.



Gambar 2. 1 Produk Love Beauty and Planet

Sumber : Unilever, 2019

Love Beauty and Planet mengawali perjalanannya dengan meluncurkan lima varian produk, yaitu Murumuru Butter and Rose, Coconut Water and Mimosa Flower, Tea Tree Oil and Vetiver, Coconut Oil and Ylang Ylang, serta Argan Oil and Lavender (Unilever, 2019). Produk-produk tersebut menggunakan bahan yang alami, tidak mengandung paraben, dan bebas dari *animal testing*. Hal ini sesuai dengan tujuan awal diluncurkannya produk Love Beauty and Planet untuk menjaga kelestarian lingkungan. Hingga saat ini, Love Beauty and Planet telah banyak berkembang dengan meluncurkan varian produk baru, seperti Tucuma Butter and Vanilla, Vitamin C and Juicy Mandarin Orange, serta varian Sea Salt and Bergamot yang mengangkat tema *clean ocean edition* (Annual Report Unilever, 2021).

## **2.2 Visi dan Misi Love Beauty and Planet**

### **2.2.1 Visi Perusahaan**

Sebagai merk yang berada di bawah naungan PT. Unilever Indonesia Tbk., Love Beauty and Planet tidak memiliki visi yang spesifik terhadap merknya. Love Beauty and Planet memiliki visi yang sama dengan induk perusahaan, yaitu PT. Unilever Indonesia Tbk. Visi PT. Unilever Indonesia Tbk adalah sebagai berikut.

“Menjadi pemimpin di pasar global dalam hal menciptakan pasar yang berkelanjutan (Unilever, 2023).”

### **2.2.2 Misi Perusahaan**

Love Beauty and Planet memiliki misi sebagai berikut (Love Beauty and Planet, 2023).

- a. Bahan baku yang bertanggung jawab  
Love Beauty and Planet memiliki komitmen untuk menggunakan bahan baku yang alami dan dapat diperbaharui.
- b. Mengurangi limbah  
Love Beauty and Planet memiliki komitmen untuk menggunakan bahan baku dan kemasan yang dapat didaur ulang untuk mengurangi limbah.
- c. Cepat bilas  
Love Beauty and Planet mengembangkan teknologi cepat bilas pada produknya dalam rangka menghemat penggunaan air.
- d. Mengurangi jejak karbon  
Love Beauty and Planet memiliki komitmen untuk mengurangi emisi karbon.
- e. Mendukung aktivis lingkungan  
Love Beauty and Planet memiliki komitmen untuk dukungan terhadap aktivisi dan program-program kelestarian lingkungan.

f. Inovasi yang baik

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

### 2.3 Logo Love Beauty and Planet

Love Beauty and Planet memiliki logo sebagai berikut.



Gambar 2. 2 Logo Love Beauty and Planet  
Sumber : Love Beauty and Planet, 2023

### 2.4 Produk Love Beauty and Planet

Love Beauty and Planet memiliki beberapa jenis dan varian produk, antara lain.

#### 2.4.1 Body Care

Love Beauty and Planet memiliki beberapa varian produk kategori *body care* untuk membantu merawat tubuh, seperti *body wash*, *body lotion*, dan *hand cream*. Jenis-jenis produk ini memiliki beberapa variasi, seperti Coconut Water and Mimosa Flower dan Murumuru Butter and Rose Oil. Love Beauty and Planet juga memiliki variasi produk yang memiliki klaim *vegan-friendly*, seperti varian Tucuma Butter and Vanilla dan Vitamin C and Juicy Mandarin Orange.



Gambar 2. 3 *Body Lotion Love Beauty and Planet*  
Sumber : Sociolla, 2023

#### 2.4.2 Hair Care

Love Beauty and Planet sebagai penyedia produk perawatan tubuh juga menyediakan produk yang membantu untuk merawat kesehatan rambut, seperti shampoo dan *conditioner*. Produk-produk ini memiliki beberapa varian, seperti Argan Oil and Lavender dan Coconut Oil and Ylang Ylang. Selain itu, Love Beauty and Planet juga menyediakan edisi khusus, yaitu *clean ocean edition*, yang mengandung Sea Salt dan Bergamot.



Gambar 2. 4 *Shampoo Clean Ocean Edition*  
Sumber : Sociolla, 2023

### 2.4.3 Face Care



Gambar 2. 5 Face Care Love Beauty and Planet  
Sumber : Sociolla, 2023

Sebagai merek yang menyediakan produk perawatan tubuh dan juga kecantikan, Love Beauty and Planet menyediakan produk yang membantu merawat kesehatan kulit wajah, yaitu *sheet mask*, *face scrub*, dan *cleansing oil*. Produk-produk ini memiliki beberapa varian Coconut Water and Mimosa Flower, Murumuru Butter and Rose Oil, dan Tea Tree Oil and Vetiver.

## 2.5 Identitas Responden

Karakteristik responden digunakan untuk menggambarkan identitas objek penelitian yang menjadi sampel penelitian. Responden yang digunakan pada penelitian ini merupakan konsumen atau pengguna Love Beauty and Planet di Kota Semarang yang telah melakukan pembelian dalam jangka waktu enam bulan terakhir. Responden yang dipilih berjumlah 100 orang yang berusia 17 hingga 28 tahun melalui pengisian google form.

Berdasarkan hasil analisis terhadap sampel, responden dapat diklasifikasikan berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendapatan, serta waktu pembelian.

### 2.5.1 Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia terdapat pada rentang 17 hingga 28 tahun. Berdasarkan total responden, kategori usia terbagi menjadi seperti pada tabel di bawah ini. Melalui tabel di bawah ini dapat dilihat bahwa frekuensi pengguna terbanyak berada pada kategori usia 21 tahun.

Tabel 2. 1 Usia Responden

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	17 – 20	23	23
2	21 – 24	72	72
3	25 – 28	5	5
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 2.1, dapat dilihat bahwa pengguna Love Beauty and Planet yang menjadi responden pada penelitian ini sebagian besar berusia 21 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa Love Beauty and Planet banyak diminati oleh Generasi Z sesuai dengan pasar yang telah ditargetkan.

### 2.5.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin terdapat dua kategori, yaitu laki-laki dan perempuan. Berdasarkan total responden, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut.

Tabel 2. 2 Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-Laki	20	20
2	Perempuan	80	80
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 2.2, dapat diketahui bahwa sebagian besar pengguna Love Beauty and Planet yang menjadi responden pada penelitian ini berjenis kelamin perempuan. Hal ini dapat dilihat melalui perbandingan pengguna dimana pengguna berjenis kelamin perempuan sebanyak 80 responden dan laki-laki sebanyak 20 responden.

### 2.5.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan terbagi menjadi empat kategori, yaitu Pelajar/Mahasiswa, PNS/TNI/POLRI, Ibu Rumah Tangga, dan Lainnya. Berdasarkan total responden, karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan adalah sebagai berikut.

Tabel 2. 3 Jenis Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	84	84
2	PNS/TNI/POLRI	1	1
3	Ibu Rumah Tangga	3	3
4	Lainnya	12	12
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber : Data Diolah, 2023



Berdasarkan tabel 2.3, dapat diketahui bahwa sebagian besar pengguna Love Beauty and Planet yang menjadi responden pada penelitian ini memiliki pekerjaan sebagai Pelajar/Mahasiswa, yaitu sebanyak 84 responden. Terdapat juga jenis pekerjaan lain, sebanyak 12 responden, seperti barista dan fotografer.

#### 2.5.4 Responden Berdasarkan Pendapatan

Karakteristik responden berdasarkan pendapatan terbagi menjadi empat kategori, yaitu <Rp1.000.000, Rp1.000.000 - <Rp2.000.000, Rp2.000.000 – Rp3.000.000, dan >Rp3.000.000. Berdasarkan total responden, karakteristik responden berdasarkan pendapatan per bulan adalah sebagai berikut.

Tabel 2. 4 Pendapatan Responden

No.	Pendapatan	Frekuensi	Persentase (%)
1	<Rp1.000.000	42	42
2	Rp1.000.000 - <Rp2.000.000	36	36
3	Rp2.000.000 – Rp3.000.000	16	16
4	>Rp3.000.000	10	10
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 2.4, dapat diketahui bahwa sebagian besar pengguna Love Beauty and Planet yang menjadi responden pada penelitian ini memiliki pendapatan sebesar <Rp1.000.000, yaitu sebanyak 42 responden.

#### 2.5.5 Responden Berdasarkan Waktu Pembelian

Karakteristik responden berdasarkan pendapatan terbagi menjadi empat kategori, yaitu <1 Minggu yang lalu, 1 – 2 Minggu yang lalu, 1 Bulan yang lalu, dan >1

Bulan yang lalu. Berdasarkan total responden, karakteristik responden berdasarkan pendapatan per bulan adalah sebagai berikut.

Tabel 2. 5 Waktu Pembelian Responden

No	Waktu Pembelian	Frekuensi	Persentase (%)
1	<1 Minggu yang lalu	11	11
2	1 – 2 Minggu yang lalu	16	16
3	1 Bulan yang lalu	23	23
4	>1 Bulan yang lalu	50	50
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 2.5, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden pada penelitian ini melakukan pembelian produk lebih dari satu bulan yang lalu. Jenis produk Love Beauty and Planet yang sering digunakan adalah *body lotion* dan shampoo. Selain itu, produk lain yang digunakan oleh responden seperti The Body Shop, Vaselline, dan Nivea.