

**SUSTAINABLE BEAUTY: KESIAPAN KONSUMEN DI INDONESIA DALAM
MENGINTEGRASIKAN KONSEP KEBERLANJUTAN DALAM PENGELOLAAN
SAMPAH KEMASAN PLASTIK PRODUK INDUSTRI KECANTIKAN**

Jerry Shalmont

Fakultas Hukum, Universitas Pelita Harapan
jerry.shalmont@uph.edu

Abstract

The beauty industry is growing faster than ever. Naturally, this is the result of people wanting to look good and be at their best. When it comes to the environment, the beauty industry can be a pretty ugly place. The beauty industry produces 120 billion units of packaging a year. Most of the packaging is not recyclable. Consumers are demanding sustainability and beauty brands are up to the challenge. In fact, some brands have integrated sustainability issues to their production process, the next question whether the consumers especially in Indonesia are ready for these changes? This paper will discuss whether the consumers in Indonesia ready for the sustainable trend and also discuss on how the packaging of their beauty products can be managed properly which includes the waste management system in Indonesia. Sustainability is not limited to the production process but also covers the way of consumers manage the waste of their beauty products. Multiple stakeholders have their own interests and roles in order to make things work properly from the regulator, private sectors and also consumers. For this paper, the Author adopts a normative research by referring to some prevailing laws and regulations in Indonesia and Korea in terms of waste management policies. Further, the Author refers to statute and also comparative approaches in order to get the expected results.

Keywords: Sustainability Beauty, Plastic Packaging, Role of Consumer

Abstrak

Industri kecantikan saat ini berkembang dengan sangat pesat dibanding periode-periode sebelumnya. Tidak dapat dipungkiri bahwa hal ini dikarenakan adanya urgensi bagi orang-orang untuk tampil sebaik mungkin. Ketika bicara tentang lingkungan, industri kecantikan pun memiliki sisi gelap di mana industri kecantikan menghasilkan 120 miliar kemasan setiap tahunnya dan kebanyakan kemasan tersebut tidak dapat didaur ulang. Konsumen saat ini menuntut adanya konsep keberlanjutan dan beberapa *brand* sudah menunjukkan beberapa upaya untuk memenuhi permintaan konsumen. Pada kenyataannya, beberapa *brand* telah mengintegrasikan konsep keberlanjutan dalam proses produksi, pertanyaan sebelumnya apakah konsumen terutama di Indonesia telah siap untuk berpartisipasi dalam tren keberlanjutan ini dan bagaimana kemasan produk kecantikan dapat dikelola dengan baik dilihat

dari sisi sistem pengelolaan sampah di Indonesia. Pada sadarnya konsep keberlanjutan tidak hanya terbatas pada proses produksi melainkan juga mencakup bagaimana konsumen mengelola sampah kemasan produk kecantikan mereka. Dalam hal ini, beberapa pemangku kepentingan memiliki kepentingan serta perannya masing-masing untuk memastikan konsep ini berjalan dengan baik dari sisi pembuat kebijakan, sektor swasta dan juga konsumen. Artikel ini akan berfokus pada penelitian normatif dengan mengacu pada ketentuan hukum dan peraturan yang berlaku di Indonesia maupun Korea sebagai perbandingan dalam pengelolaan sampah secara umum. Selanjutnya, digunakan dua jenis pendekatan, yaitu pendekatan asas-asas hukum serta perbandingan hukum, untuk mendapatkan hasil yang diinginkan.

Kata Kunci: Keberlanjutan dalam Industri Kecantikan, Kemasan Plastik, Peran Konsumen

A. Pendahuluan

Industri kecantikan saat ini berkembang dengan pesat dengan *market value* lebih dari 500 miliar dollar AS ditambah estimasi mencapai 805 dollar AS miliar di tahun 2023.¹ Dengan melihat statistik di tahun 2018, peningkatan ini mencapai 60% dalam 10 tahun terakhir.² Produk perawatan kulit, rambut, tubuh, gigi, *make-up*, parfum merupakan kategori utama dalam industri ini.³ Berdasarkan data di tahun 2018, produk perawatan kulit merupakan kategori terbesar mencakup sekitar 39% dari pasar global, perawatan rambut 21% dan *make-up* sekitar 18%.⁴ Di tahun yang sama, Asia Pasifik menguasai pasar global sebesar 40%.⁵ Walaupun industri kecantikan mengalami penurunan cukup drastis di tahun 2009 dikarenakan adanya resesi global, namun kenyataannya penurunan ini tidak seburuk industri di sektor lainnya. Bahkan beberapa ahli menyatakan bahwa industri kecantikan terbukti merupakan salah satu sektor yang mampu bertahan di tengah-tengah resesi.⁶ Fakta bahwa industri ini

¹ “Cosmetics Industry - Statistics & Facts,” *Statista*, 7 Agustus 2020, <https://www.statista.com/topics/3137/cosmetics-industry/>.

Bethany Biron, “Beauty Becomes a \$532 Billion Industry Thanks to These Trends,” *Business Insider*, 10 Juli 2019, <https://www.businessinsider.com/beauty-multibillion-industry-trends-future-2019-7?r=US&IR=T>.

Charlotte Yau, “What the \$532bn Beauty Industry Looks like in 2019,” *Edited*, 2 Juli 2019, <https://edited.com/resources/what-the-beauty-industry-looks-like-in-the-future/>.

² Statista, “Cosmetics.”

³ Statista, “Cosmetics.”

⁴ Statista, “Cosmetics.”

⁵ Statista, “Cosmetics.”

⁶ Statista, “Cosmetics.”

mampu bertahan cukup beralasan, mengingat konsumen selalu ingin terlihat dalam versi terbaiknya.⁷ Hal ini tidak lepas dari berkembangnya media sosial di mana arus informasi semakin mudah dan *brand* memanfaatkan momentum ini dengan mengeluarkan produk terbarunya setiap beberapa bulan. Jika mengamati *brand-brand* kecantikan, paling tidak setiap bulannya akan ada produk-produk baru bermunculan karena persaingan sekarang ini bukan hanya antara *brand* internasional, melainkan juga *brand-brand* lokal yang sudah mulai merambah industri kecantikan, terutama di Indonesia. Jika melihat beberapa *brand* lokal, cukup banyak *brand* lokal yang sudah mulai mengintegrasikan konsep keberlanjutan dalam produknya sebagai respons bahwa industri kecantikan tidak harus selalu mengorbankan lingkungan. Hal ini ditambah dengan adanya isu darurat sampah sebagai faktor pendorong, di mana kapasitas Tempat Pemrosesan Akhir (TPA) di Indonesia sudah tidak dapat menampung banyaknya sampah yang dihasilkan oleh masyarakat Indonesia. Karenanya tulisan ini akan berfokus pada kesiapan konsumen di Indonesia untuk mengintegrasikan konsep keberlanjutan khusus untuk kemasan produk kecantikan. Dengan semakin berkembangnya industri kecantikan di sini, secara tidak langsung produksi sampah kemasan produk kecantikan pun akan meningkat. Hal yang ingin ditekankan, yaitu dalam proses pengelolaan sampah kemasan plastik, banyak *stakeholders* yang berperan, yaitu di antaranya pemerintah sebagai regulator, industri kecantikan, dan konsumen sebagai pengguna akhir produk kecantikan tersebut.

B. Pembahasan

Perkembangan teknologi dari sisi *platform* media sosial maupun sistem pembayaran secara tidak langsung membuat konsumen semakin mudah untuk berbelanja, terutama pembelian *online* dengan sistem pembayaran *e-wallet* yang memang berkembang akhir-akhir ini. Tentu saja hal ini bukan satu-satunya hal penentu, melainkan secara bersamaan ada peningkatan sistem *global supply chain* yang membuat pengiriman barang lintas batas negara menjadi mudah dan *hassle free*. Untuk membeli barang dari luar Indonesia, rata-rata hanya

⁷ Statista, “Cosmetics.”

diperlukan waktu sekitar 2-3 minggu untuk sampai ke tangan konsumen. Dari sisi pemasaran produk, jika dibandingkan dengan sistem pemasaran 5-10 tahun lalu yang masih fokus menggunakan media *offline* seperti *printed ad* di berbagai media massa seperti koran, majalah maupun *billboard*, saat ini media sosial memegang peranan penting mengingat penggunaan yang mengalami peningkatan drastis. Dalam beberapa tahun terakhir ini, banyak *brand* kecantikan yang mulai meninggalkan pola pemasaran tradisional dengan memilih untuk bekerja sama dengan *influencers* maupun *brand ambassadors* untuk memasarkan produk barunya, hal ini sejalan dengan pesatnya pertumbuhan *YouTube* di mana dapat ditemukan banyak sekali *beauty vloggers* yang *me-review* produk-produk kecantikan.⁸ Indonesia memiliki pasar media sosial terbesar di dunia dengan penggunaan tertinggi *YouTube* sebesar 88% (sekitar 132 juta pengguna dengan rata-rata waktu yang dihabiskan sekitar 30 menit) yang diikuti dengan *Whatsapp*, *Facebook* dan juga *Instagram* berdasarkan data di tahun 2019.⁹ Pengguna media sosial di Indonesia bukan hanya besar secara kuantitas, namun juga aktif, dengan rata-rata waktu yang digunakan untuk media sosial mencapai 3 jam 22 menit dibandingkan dengan total waktu rata-rata yang dihabiskan hanya berkisar di 2 jam 22 menit.¹⁰ Semakin murah harga *smartphone* di pasaran juga diyakini mendorong meningkatnya pengguna media sosial. Kemudahan-kemudahan yang ditawarkan ini pada akhirnya membuat proses pembelian *online* dapat berjalan dengan mudah dan singkat.

B. 1. Industri Kecantikan dan *Trend Sustainable Beauty*

Terlepas dari pertentangan pendapat mengenai isu perubahan iklim dan dampaknya terhadap lingkungan, *sustainability* sekarang ini menjadi isu utama di berbagai sektor, salah satunya industri kecantikan. Perhatian utama sehubungan dengan *sustainability* ini antara lain mencakup cara pengadaan bahan dasar/mentah, proses produksi, pengemasan, pengiriman

⁸ Biron, "Beauty."

⁹ "Indonesia: Social Media Penetration 2019," Statista, 7 Agustus 2020, <https://www.statista.com/statistics/284437/indonesia-social-network-penetration/>.

"Indonesia's Social Media Landscape: An Overview," Greenhouse, 7 Agustus 2020, <https://greenhouse.co/blog/indonesias-social-media-landscape-an-overview/>.

¹⁰ Greenhouse, "Indonesia's."

sampai dengan pengelolaan sampah yang menghasilkan emisi karbon.¹¹ Beberapa *brand* dalam menanggapi isu ini membuat beberapa langkah-langkah untuk memastikan produk yang dihasilkan menggunakan bahan-bahan sampai dengan kemasan yang ramah lingkungan dengan harapan dapat membantu mengurangi timbunan sampah.¹² Isu *sustainability* yang akan dibahas di sini secara khusus akan berfokus pada dua hal, yaitu *pertama*, isu penggunaan *single use plastic* dalam kemasan produk kecantikan dan *kedua*, proses produksi produk kecantikan yang tidak ramah lingkungan.

a. Penggunaan *single use plastic* dalam kemasan produk

Para ahli lingkungan setuju bahwa polusi plastik memerlukan perhatian khusus, dalam *World Economic Forum* disebutkan bahwa jika polusi ini tidak dicarikan solusinya maka di tahun 2050 akan lebih banyak plastik dibandingkan dengan ikan. Kehadiran kemasan plastik tidak dapat dihindari 100% karena mau tidak mau kemasan plastik memang diperlukan untuk melindungi produk dari kontaminasi, memperpanjang umur penyimpanan produk, memudahkan proses pengiriman maupun memberikan informasi mengenai kandungan produk.¹³ Seperti yang terlihat pada gambar di bawah ini, penggunaan plastik sebanyak 40% digunakan untuk membuat kemasan *single use plastic* yang hanya digunakan satu kali kemudian dibuang, hal ini menjadikan kemasan sebagai penggunaan plastik nomor 1 di seluruh dunia.¹⁴

¹¹ Richard McKeon, "How Is The Beauty Industry Changing In The Face Of The Sustainability Movement?" *Beauty Business Journal*, 8 Mei 2019, <https://beautybusinessjournal.com/how-is-the-beauty-industry-changing-in-the-face-of-the-sustainability-movement/>.

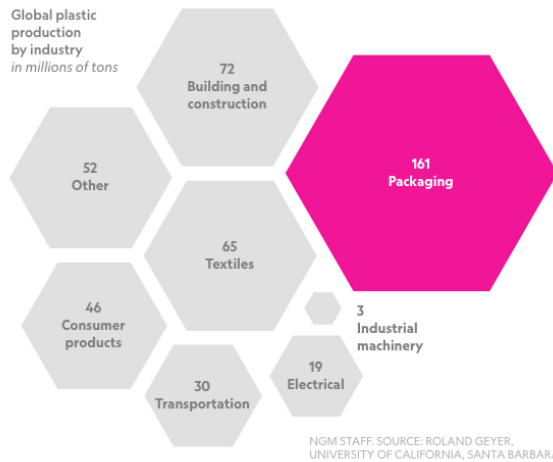
¹² Lauren Rearick dan Bianca Nieves, "15 Best Sustainable Beauty Brands to Shop for Earth Day," *Teen Vogue*, 22 April 2020, <https://www.teenvogue.com/gallery/the-best-sustainable-beauty-brands-earth-day>.

Braina Laviena, "5 Zero-Waste Beauty Brands to Help You With Sustainability Goals," *Byrdie*, 29 April 2020, <https://www.byrdie.com/zero-waste-beauty-products-4842760>.

¹³ "Why Do We Use Plastic Packaging?" BPF, 7 Agustus 2020, <https://www.bpf.co.uk/packaging/why-do-we-need-plastic-packaging.aspx>.

¹⁴ Shelley Goldberg, "3 Beauty Brands Tackling a Packaging Problem," *Investopedia*, 6 April 2020, <https://www.investopedia.com/beauty-brands-tackle-a-packaging-problem-4582670>.

40 percent of plastic produced is packaging, used just once and then discarded.



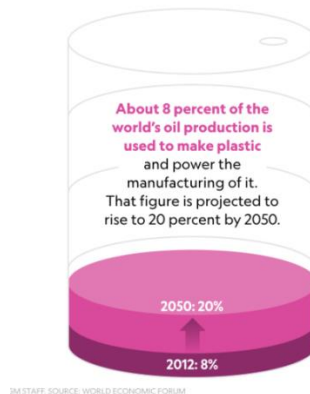
Kemasan merupakan media pengenalan pertama konsumen terhadap produk yang seringkali mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk, di mana *brand* akan berlomba-lomba untuk membuat kemasan produk semenarik mungkin demi peningkatan penjualan. Produk kecantikan dapat dibagi menjadi dua jenis berdasarkan fungsinya:

- 1) Fungsi dekoratif, seperti bedak, lipstik, *eyeshadow*, *blush*, bahkan *eyeliner*; dan
- 2) Fungsi perawatan, seperti sabun, sampo, *body lotion* dan lain sebagainya.

Dengan adanya jenis produk kecantikan yang beragam, penggunaan plastik dalam kemasan produk ini pun menjadi beragam dari berbagai bentuk botol, *pump* maupun plastik pembungkus yang terbuat dari mika, kaca, plastik bahkan kemasan berbahan metal. Jenis-jenis kemasan yang bermacam-macam ini berarti penanganan daur ulangnya pun berbeda. Hal ini mengakibatkan kemasan sekali pakai yang tidak seluruhnya dapat didaur ulang. Kontribusi industri kecantikan terhadap pencemaran lingkungan dapat dilihat dari fakta bahwa setiap tahunnya industri ini menghasilkan 120 miliar kemasan, di mana sekitar 40% kemasan tersebut tidak dapat didaur ulang.¹⁵ Jika *brand* kecantikan dapat menjadikan isu ini menjadi

¹⁵ Desy Tri Anggraini, "A Solutions for Your Cosmetics Waste," *Waste4Change*, 30 Mei 2019, <https://waste4change.com/a-solutions-for-your-cosmetics-waste/2/>.
Amanda Montell, "Sustainable Cosmetics: How to Use Less Plastic," *Byrdie*, 29 April 2019, <https://www.byrdie.com/sustainability-cosmetics>.

prioritasnya, maka paling tidak inisiatif yang didukung dengan sumber daya memadai dari sisi modal, *exposure* serta *expertise* dianggap sedikit banyak dapat membantu permasalahan ini karena penggunaan kemasan plastik tidak mungkin berhenti dalam waktu dekat.



Peningkatan kesadaran gaya hidup *mindful consumption*, di mana konsumen peduli dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan (*social and environmental responsibility*) secara tidak langsung memberikan tekanan pada *brand* untuk menunjukkan bagaimana *brand* mendukung program *sustainability movement* demi memastikan konsumen loyal tidak berpindah ke *brand* lainnya. Kesadaran gaya hidup ini terutama berhubungan dengan produk-produk yang dikonsumsi secara natural, cara pengemasan maupun cara pembuatan yang ramah lingkungan.¹⁶ Dengan maraknya pemberitaan sampah plastik yang mengotori laut, sehingga mengancam lingkungan hidup hewan laut, memberikan tekanan pada *brand* untuk mengkaji kembali bagaimana kemasannya berdampak pada lingkungan.

¹⁶ Amy Lawrenson, "Here's How to Be More Conscious of Your Beauty Consumption," *Byrdie*, 24 April 2019, <https://www.byrdie.com/conscious-consumption-beauty>.
"Green Cosmetics: The Push for Sustainable Beauty," *Acme-Hardesty*, 7 Agustus 2020, <https://www.acme-hardesty.com/green-cosmetics-sustainable-beauty/>.

Some 18 billion pounds of plastic waste flows into the oceans every year from coastal regions.



That's the equivalent of **five grocery bags of plastic trash sitting on every foot of coastline** around the world.

NGM STAFF. SOURCE: JENNA R. JAMBECK, UNIVERSITY OF GEORGIA

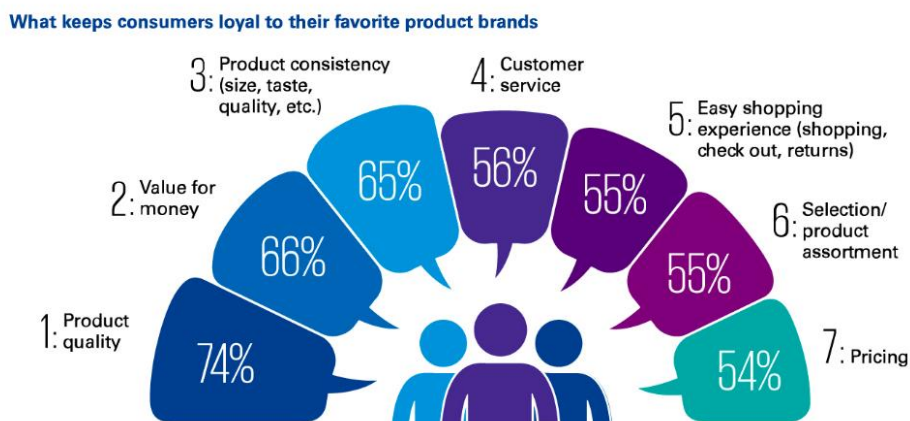
Lantas kebijakan untuk mengeliminasi plastik apakah dapat dijadikan sebagai solusi? Faktanya cukup sulit bagi *brand* baik besar maupun kecil untuk mengeliminasi kemasan plastik ini mengingat biaya produksi yang juga akan meningkat, sebagaimana yang telah disampaikan sebelumnya, kemasan plastik memang diperlukan untuk mempermudah proses pendistribusian produk dengan harga yang lebih murah. Menjadi *brand* yang mengedepankan *sustainability* tidak hanya berfokus pada apa yang menjadi perhatian konsumen, namun ada berbagai kepentingan *stakeholders* lainnya, yaitu karyawan, vendor, pemegang saham dalam internal *brand* tersebut. Oleh karena itu, perlu diingat bahwa *sustainability* harus dibayar dengan harga yang lebih mahal.¹⁷ Misalnya saja kemasan kaca secara otomatis akan lebih mahal untuk biaya pengemasan serta pengiriman/distribusi produk dan untuk bahan-bahan organik yang hanya tersedia di waktu-waktu tertentu tanpa bahan kimia pastinya akan lebih mahal karena keterbatasan dan penanganan dengan teknik berbeda.¹⁸

Para konsumen sekarang ini terutama generasi milenial lebih peka terhadap pentingnya isu *sustainability* dalam kemasan bersamaan dengan seluruh *value chain*, hal ini dikarenakan

¹⁷ Taylor Bryant, "Five Big Challenges To Developing Sustainable Beauty Brands," *Beauty Independent*, 7 Agustus 2020, <https://www.beautyindependent.com/big-challenges-developing-sustainable-beauty-brands/>.

¹⁸ Lawrenson, "Beauty Consumption."

akses informasi serta teknologi yang sudah dikenal sejak usia dini, serta tingginya motivasi untuk belajar dan berbagi informasi melalui media sosial.¹⁹ Kepekaan ini dibuktikan dengan hasil survei yang menunjukkan bahwa generasi milenial 90% mengatakan bahwa mereka rela untuk membayar lebih produk-produk yang ramah lingkungan serta *sustainable* dibandingkan dengan 61% generasi *baby boomer*.²⁰ Jika berbicara tentang *brand loyalty*, milenial merupakan generasi yang memiliki *brand loyalty* cukup rendah dibandingkan dengan generasi *baby boomer*, hanya berkisar sekitar 7%,²¹ hal ini berarti *brand* pun harus berusaha lebih keras untuk meyakinkan generasi milenial untuk bisa menjatuhkan pilihan pada *brand* tertentu dan menjadi *loyal customer*. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh KPMG, ada beberapa faktor yang mempengaruhi *brand loyalty* sebagaimana ditunjukkan di bawah ini:²²



¹⁹ Marguerita Cheng, "8 Characteristics Of Millennials That Support Sustainable Development Goals (SDGs)," *Forbes*, 19 Juni 2019, <https://www.forbes.com/sites/margueritacheng/2019/06/19/8-characteristics-of-millennials-that-support-sustainable-development-goals-sdgs/#23ad2be429b7>.

Goldberg, "3 Beauty Brands."

²⁰ Amy Lawrenson, "Sustainable Beauty Guide," *Byrdie*, 19 April 2020, <https://www.byrdie.com/sustainable-beauty-guide-4684606>.

²¹ Michael Osborne, "Council Post: Brands Need To Step Up Their Game To Win Over Millennials," *Forbes*, 26 September 2017, <https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2017/09/26/brands-need-to-step-up-their-game-to-win-over-millennials/#2e7e8af71b32>.

²² "The world's consumers Reveal What Keeps Them Coming Back," *KPMG*, 7 Agustus 2020, <https://home.kpmg/xx/en/home/insights/2019/11/customer-loyalty-survey.html>.

Slow beauty, sama halnya dengan *slow fashion*, merupakan pola konsumsi produk yang dibuat dengan menggunakan metode yang ramah lingkungan serta berkelanjutan, mengkonsumsi barang lebih sedikit dengan kualitas yang lebih baik dalam rangka menghindari konsumsi dan sampah yang tidak diperlukan.²³ *Sustainable beauty* berarti produk-produk yang dihasilkan aman untuk manusia maupun bumi dengan menggunakan bahan dasar yang tidak berbahaya dan dapat diperbaharui.²⁴ Sebagai perbandingan, produk-produk konvensional saat ini masih menggunakan produk turunan dari minyak bumi sebagai energi yang tidak dapat diperbaharui dan hanya sebagian kecil yang berhasil didaur ulang sebagaimana ditunjukkan dalam gambar²⁵ di bawah ini.



Tidak hanya masalah kemasan sekali pakai untuk produk-produk *full size*, produk dengan kemasan miniatur juga memunculkan permasalahan sendiri. Kemasan mini secara khusus sering digunakan untuk hadiah maupun *trial kits* yang memungkinkan jumlah sampah kemasan plastik semakin buruk.²⁶ Berdasarkan estimasi, sekitar 100 juta produk miniatur dibeli

²³ Amy Lawrenson, "Slow Beauty is the New Clean Beauty—and These 21 Brands Are Embracing It," *Byrdie*, 18 Juni 2020, <https://www.byrdie.com/slow-beauty-brands-5025097>.

²⁴ Syameen Salehaldin, "What is Sustainable Beauty? Here are 13 Eco-Friendly Brands to Help You Achieve an All-Natural Glow," *Tatler Singapore*, 16 Januari 2020, <https://sg.asiatatler.com/style/sustainable-clean-beauty-explained>.

Acme-Hardesty, "Green Cosmetics."

²⁵ Laura Parker, "Fast Facts about Plastic Pollution," *National Geographic*, 20 Desember 2018, <https://www.nationalgeographic.com/news/2018/05/plastics-facts-infographics-ocean-pollution/>.

²⁶ Elizabeth Bennett, "hp Beauty Products Are Bad For The Environment," *Refinery 29*, 6 Februari 2020, <https://www.refinery29.com/en-us/travel-beauty-products-sustainability>.

setiap tahunnya di UK, setara dengan 980 ton sampah plastik, mengingat hanya sekitar 9% (89 ton plastik) yang telah didaur ulang, maka sisa 91% sampah plastik ini berakhir di TPA.²⁷ Dari sisi bisnis, produk miniatur ini memungkinkan pecinta produk kecantikan untuk mencoba berbagai *brand* dengan harga yang lebih murah dan ringkas jika dibawa untuk bepergian, mengingat perjalanan udara memiliki batasan tertentu untuk cairan yang dapat dibawa.²⁸ Alasan praktis ini yang akhirnya semakin mendorong jumlah sampah plastik yang berakhir di TPA.²⁹

b. Proses produksi yang tidak ramah lingkungan

Bahan mentah yang banyak digunakan dalam produk kecantikan juga memberikan dampak negatif terhadap lingkungan, salah satunya, yaitu minyak kelapa sawit yang merupakan bahan utama dalam banyak produk makanan maupun kecantikan. Sebanyak 2% dari penggunaan minyak kelapa sawit digunakan dalam industri kecantikan.³⁰ Mayoritas kelapa sawit berasal dari Indonesia dan Malaysia, di mana perusahaan kelapa sawit menghancurkan banyak kawasan hutan dalam proses pembukaan lahan, di mana isu ini sendiri sudah mendapat perhatian internasional. Minyak kelapa sawit sendiri pada dasarnya bukan merupakan kandungan yang berbahaya, karena kandungan alami dalam minyak kelapa sawit diperlukan untuk memperpanjang umur penyimpanan produk serta efek melembapkan, justru proses yang ada di dalamnya yang secara fakta merusak lingkungan.³¹ Penggundulan hutan tentu saja meningkatkan karbon emisi dan juga mengganggu habitat hewan-hewan yang tinggal di hutan.³² Pertanyaan selanjutnya mengenai penggunaan minyak kelapa sawit, apakah dapat dieliminasi begitu saja? Jawabannya tidak semudah itu, karena komposisi dalam informasi

²⁷ Bennett, "Travel Size."

Megan Mcintyre, "How Big Beauty Is Going to Save the Planet," *Byrdie*, 30 April 2020, <https://www.byrdie.com/big-beauty-sustainability-4842949>.

²⁸ Bennett, "Travel Size."

²⁹ Bennett, "Travel Size."

³⁰ "Palm Oil-Free and Sustainable Palm Oil Beauty Products," *Stylist*, 7 Agustus 2020, <https://www.stylist.co.uk/beauty/palm-oil-free-sustainable-beauty-products-brands/312325>.

³¹ *Stylist*, "Palm Oil-Free."

³² Mcintyre, "Big Beauty."

produk sering kali menggunakan nama-nama yang merupakan produk turunan minyak kelapa sawit, di mana perlu dilakukan riset lebih lanjut untuk mengetahui kandungan minyak kelapa sawitnya.³³ Selain itu, eliminasi minyak kelapa sawit tidak serta merta menyelesaikan isu pemanasan global maupun perubahan iklim, kepentingan pekerja serta keluarganya yang menggantungkan hidupnya dari pekerjaan di sektor minyak kelapa sawit juga harus diperhitungkan. Ditambah lagi, fakta bahwa sektor kelapa sawit ini memerlukan lahan yang lebih sedikit dibandingkan *plant-based oil* lainnya.³⁴ Hal yang perlu digarispawahi di sini, apakah perolehan minyak kelapa sawit yang digunakan sebagai bahan baku sudah memenuhi kriteria *sustainability*?

Tidak hanya fokus pada minyak kelapa sawit, selain itu air bersih saat ini menjadi komoditas yang cukup langka, di mana air bersih di dunia hanya berkisar antara 2,5-3% dan konsekuensinya 1,1 miliar orang di dunia diprediksi mengalami kesulitan akses air bersih. Dengan adanya perubahan iklim, diprediksi bahwa 2/3 populasi di dunia dapat mengalami *water shortages* pada tahun 2025.³⁵ Permintaan air nyatanya cukup tinggi dalam industri kecantikan, di mana air merupakan komponen yang paling sering digunakan. Beberapa *brand* telah merespons penggunaan air dalam proses produksi ke proses yang lebih ramah lingkungan lewat produk yang berbahan dasar serbuk, seperti odol maupun *shampoo*.

Beberapa *brand* baik besar maupun kecil sudah mulai menjalankan beberapa inisiatif untuk menggunakan bahan-bahan daur ulang untuk kemasannya maupun menggunakan bahan mentah yang ramah lingkungan, misalnya Origins, Aveda dan Lush untuk *brand* internasional.³⁶ Inisiatif yang sudah dilakukan oleh beberapa *brand*, antara lain:

- 1) Menggunakan kemasan ramah lingkungan yang menggunakan opsi lain selain plastik, misalnya kaca, kertas atau sumber lainnya yang dapat terurai atau didaur ulang. Namun seringkali opsi ini meningkatkan pengeluaran operasional yang lebih tinggi di kisaran 10-

³³ “Which Everyday Products Contain Palm Oil?” WWF, 7 Agustus 2020, <https://www.worldwildlife.org/pages/which-everyday-products-contain-palm-oil>.

³⁴ Georgia Murray, “Why You Should Rethink The Palm Oil In Your Makeup Bag,” *Refinery* 29, 25 September 2017, <https://www.refinery29.com/en-gb/2017/09/173333/palm-oil-makeup-products>.

³⁵ McKeon, “Beauty Industry Changing.”

³⁶ Mcintyre, “Big Beauty.”

30%.³⁷ Beberapa *brand* juga melakukan program yang menerima kemasan bekas untuk dikumpulkan dan ditukarkan di *brand store*.

- 2) Bahan baku ramah lingkungan yang tidak lagi menggunakan paraben³⁸, pewangi sintesis atau bahan-bahan kimia lainnya yang memiliki kandungan karsinogen, pestisida maupun zat-zat lainnya yang dapat mengganggu keseimbangan hormon. Sebagai contoh ekstrem, beberapa *brand* kecantikan secara terang-terangan telah mengeliminasi penggunaan minyak kelapa sawit dalam produk-produknya dan menggunakan opsi bahan natural lainnya yang lebih ramah lingkungan (*plant based*).

B. 2. Perkembangan Industri Kecantikan Lokal di Indonesia

Berdasarkan kajian yang dilakukan *Euromonitor*, potensi bisnis dari industri kecantikan dan perawatan di Indonesia pada 2019 ditaksir mencapai 6 miliar dollar AS dan jumlahnya diprediksi masih terus meningkat hingga beberapa tahun ke depan, di mana pada 2022 potensinya diperkirakan bisa mencapai 8,4 miliar dollar AS.³⁹ Populasi perempuan Indonesia sebagai pengguna kosmetik kini telah mencapai 126,8 juta orang.⁴⁰ Kementerian Perindustrian mencatat pada 2017, industri kosmetik di tanah air mencapai lebih dari 760 perusahaan, di mana dari total tersebut, sebanyak 95% industri kosmetika nasional berasal sektor industri kecil

³⁷ Bryant, "Five Big Challenges."

³⁸ Kandungan ini digunakan awalnya untuk menghindari kontaminasi bakteri maupun jamur dalam produk kecantikan. Namun seiring dengan berjalannya waktu beberapa studi menunjukkan bahwa kandungan ini dapat mengakibatkan gangguan pada reproduksi wanita, penjelasan lebih lanjut dapat dilihat di Olivia Fleming dan Jenna Rosenstein, "The Ultimate Guide to Clean Beauty," *Harper's Bazaar*, 22 April 2020, <https://www.harpersbazaar.com/beauty/skin-care/a28352553/clean-beauty/>.

³⁹ Puput Ady Sukarno dan Fitri Sartina Dewi, "Industri Kecantikan Indonesia, Pasar Yang Terus Menggelembung," *Bisnis.Com*, 21 Agustus 2019, <https://teknologi.bisnis.com/read/20190821/266/1139365/industri-kecantikan-indonesia-pasar-yang-terus-mengelembung->.

⁴⁰ Saviq Bachdar, "Menganalisis Konsumsi Kosmetik Perempuan Millennials Indonesia," *Marketeers*, 24 Mei 2017, <https://marketeers.com/menganalisa-konsumsi-kosmetik-perempuan-milenial-indonesia/>.

dan menengah (IKM).⁴¹ Perkembangan industri kosmetik nasional mengalami kenaikan pertumbuhan 20% atau empat kali lipat dari pertumbuhan ekonomi nasional pada tahun 2017.⁴²

Besarnya potensi industri kecantikan di Indonesia, mendorong munculnya *brand-brand* lokal untuk memenuhi permintaan pasar. Pemain-pemain lama seperti *brand* Mustika Ratu⁴³, Viva Cosmetics, SariAyu maupun Wardah memang sudah berdiri selama puluhan tahun.⁴⁴ Di awal tahun 2010-an mulai bermunculan *brand-brand* lokal lain, seperti Make Over (2010), Mineral Botanica (2014), Emina (2015) dan BLP (2016) yang akhirnya sekarang ini mendorong munculnya puluhan bahkan ratusan *brand-brand* lokal lainnya.⁴⁵ Dari *brand-brand* yang disebutkan sebelumnya, mungkin Mineral Botanica yang memiliki perbedaan yang cukup mencolok karena menggunakan bahan-bahan alami seperti minyak esensial. *Mineral Botanica* bukan satu-satunya *brand* yang menggunakan bahan alami, melainkan *brand-brand* yang mengedepankan *sustainability* dengan menggunakan bahan alami pun mulai bermunculan, yaitu antara lain the Bath Box (2013)⁴⁶, Blue Stone Botanicals⁴⁷, Utama Spice Bali⁴⁸, Sensatia Botanicals (2000)⁴⁹, Skin Dewi⁵⁰ yang keberadaannya dapat dijumpai di berbagai *offline* maupun *online platform*. Blue Stone Botanicals bahkan dalam situs webnya menyebutkan

⁴¹ Ekarina, "Tren Perawatan Kecantikan Naik, Industri Kosmetik Dipatok Tumbuh 9%," *Katadata.Co.Id*, 10 April 2019, <https://katadata.co.id/ekarina/berita/5e9a51a7c8e5d/tren-perawatan-kecantikan-naik-industri-kosmetik-dipatok-tumbuh-9>.

⁴² "Industri Kosmetik Nasional Alami Kenaikan Pertumbuhan 20%," *Media Indonesia*, 7 Agustus 2020, <https://mediaindonesia.com/read/detail/266531-industri-kosmetik-nasional-alami-kenaikan-pertumbuhan-20>.

⁴³ "The Pioneer and Preservation of Indonesia's Beauty Care Culture," *Mustika Ratu*, 7 Agustus 2020, <https://mustika-ratu.co.id/en/>.

⁴⁴ "10 Merek Kosmetik Lokal Indonesia Paling Favorit Untuk Paras Cantikmu," *Highlight.ID*, 7 Agustus 2020, <https://highlight.id/daftar-brand-merek-produk-kosmetik-lokal-indonesia-favorit-terkenal-populer-pilihan-makeup-kecantikan/>.

Aufi Ramadhania Pasha, "10 Brand Make Up Lokal Berkualitas Yang Wajib Dipunyai Millennial," *Cermati.Com*, 28 Agustus 2018, <https://www.cermati.com/artikel/10-brand-make-up-lokal-berkualitas-yang-wajib-dipunyai-millennial>.

⁴⁵ Pasha, "10 Brand Make Up Lokal."

⁴⁶ "About Us," The Bath Box, 7 Agustus 2020, <https://thebathbox.co.id/content/4-about-us>.

⁴⁷ "Sustainability," Blue Stone Botanicals, 7 Agustus 2020, <https://bluestonebotanicals.com/pages/sustainability>.

⁴⁸ "About Us," Utama Spice, 7 Agustus 2020, <https://utamaspicebali.com/about-us/>.

⁴⁹ "About Us," Sensatia Botanicals, 7 Agustus 2020, <https://sensatia.com/id/about>.

⁵⁰ "About Dewi Kauw," Skin Dewi, 7 Agustus 2020, <https://skindewi.com/en/about-dewi-kauw>.

bahwa proses integrasi *sustainability* ini dilangsungkan melalui bahan baku yang bersumber dari pemasok di daerah-daerah terpencil.

Dengan semakin banyaknya *brand-brand* lokal yang berfokus pada isu *sustainability*, industri *sustainable beauty* di Indonesia bisa dikatakan cukup menjanjikan. Komitmen dari *brand* untuk menyediakan *sustainable beauty* terlihat dari penggunaan bahan-bahan ramah lingkungan untuk proses produksi sampai ke kemasan yang dapat didaur ulang. Pertanyaan selanjutnya, apa yang bisa dilakukan oleh konsumen di Indonesia sehubungan dengan hal ini? Apakah konsumen Indonesia sudah siap ikut berpartisipasi? Untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan ini, perlu diketahui terlebih dahulu jenis limbah produk kecantikan serta kondisi mengenai pengelolaan sampah di Indonesia secara umum.

Berdasarkan data yang dipublikasikan oleh Kompas.com, pada tahun 2015 diperkirakan 61% kemasan kosmetik dan produk perawatan kulit terbuat dari plastik. Sedangkan pada tahun 2019 persentase ini akan naik hingga 12% dengan semakin banyaknya produk kosmetik yang diproduksi dan dibeli. Tidak hanya itu, lebih dari 40% plastik yang digunakan sehari-hari berasal dari produk kemasan sekali pakai. Data juga menyebutkan hanya 14% dari plastik kemasan tersebut yang berhasil didaur ulang. Berdasarkan data dari *Environmental Protection Agency* (EPA), kurang lebih 25% sampah yang berakhir di tempat pembuangan akhir adalah sampah kemasan.⁵¹ Beragam jenis limbah ada dalam produk kecantikan antara lain:⁵²

- a. Bulir halus pada produk lulur, sabun, pasta gigi, atau pencuci muka. Bulir halus ini adalah penyumbang mikroplastik yang tidak dapat terurai di tanah, saluran pembuangan, sungai, dan laut karena penyaringan limbah pada dasarnya tidak didesain untuk dapat menyaring partikel-partikel sekecil ini.
- b. Botol, mangkuk dan palet yang digunakan sebagai tempat kosmetik yang mana ketiga wadah tersebut kebanyakan terbuat dari plastik sekali pakai.

⁵¹ Anggraini, "Solutions."

⁵² Aditya Widya Putri, "Limbah Plastik Produk-Produk Kecantikan yang Tak Kalah Berbahaya," *Tirto.ID*, 12 Agustus 2019, <https://tirto.id/limbah-plastik-produk-produk-kecantikan-yang-tak-kalah-berbahaya-efmA>.

- c. *Glitter* yang biasanya dicampur, dibubuhkan pada area badan atau muka untuk menambah kesan mewah dan berkilau pada riasan. Sama seperti bulir halus pada kosmetik, *glitter* juga tidak bisa terurai karena terbuat dari mikroplastik.
- d. *Cotton buds*, produk ini selain digunakan untuk telinga, juga lazim dipakai guna mengaplikasikan dan membersihkan *eyeliner* atau maskara.
- e. Tisu basah yang umum digunakan untuk membersihkan riasan karena praktis digunakan. Dari pembuangan limbah-limbah ini, sebagian berakhir di laut terutama untuk mikroplastik, dibuang begitu saja di TPA serta membuat masalah untuk saluran pembuangan air.

B. 3. Pengelolaan Sampah di Indonesia

Indonesia diperkirakan menghasilkan 64 juta ton sampah setiap tahunnya. Pemerintah sendiri sudah mengumumkan target pengurangan sampah hingga 30% pada tahun 2025 dan penanganan tumpukan sampah sebesar 70% pada 2025. Data Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) menyebut, sektor rumah tangga merupakan penyumbang sampah terbesar yakni sekitar 48%, disusul pasar tradisional sebesar 24%, dan jalan 7%.⁵³ Merujuk data *Sustainable Waste Indonesia* (SWI) tahun 2017, dari angka tersebut baru 7% yang didaur ulang, sementara 69% menumpuk di TPA. Lebih parahnya lagi, 24% sisanya dibuang sembarangan dengan cara dibakar dan dikubur yang mana mencemari lingkungan, sehingga dikategorikan sebagai *illegal dumping*.⁵⁴ Berdasarkan data Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) tahun 2017, jenis sampah organik mencapai 60%. Lalu, kedua terbesar adalah sampah plastik yang mencapai 16%.⁵⁵ Sumber utama sampah plastik ini berasal dari kantong belanja, kemasan *consumer goods*, kemasan makanan dan minuman, serta

⁵³ “Pemerintah Tetapkan Kebijakan Pengelolaan Sampah Nasional,” *Kontan.Co.Id*, 7 Agustus 2020, <https://nasional.kontan.co.id/news/pemerintah-tetapkan-kebijakan-pengelolaan-sampah-nasional>.

⁵⁴ “Menuju Indonesia Peduli Sampah,” *Katadata.Co.Id*, 7 Agustus 2020, <https://katadata.co.id/timpublikasikatadata/infografik/5e9a4c4a336e0/menuju-indonesia-peduli-sampah>. Fahmi Ahmad Burhan, “Startup Pengolah Limbah RI Waste4Change Disuntik Modal 3 Investor,” *Katadata.Co.Id*, 10 Maret 2020, <https://katadata.co.id/desyetyowati/digital/5e9a470c2ab81/startup-pengolah-limbah-ri-waste4change-disuntik-modal-3-investor>.

⁵⁵ *Katadata.Co.Id*, “Menuju.”

pembungkus barang lainnya.⁵⁶ Selanjutnya, apa yang sudah dilakukan berbagai pemangku kepentingan dalam menanggapi isu sampah serta pengelolaannya?

a. Pemerintah

Pemerintah sebagai regulator telah menetapkan berbagai kebijakan terkait pengelolaan sampah dari level undang-undang sampai dengan peraturan pelaksanaannya, salah satunya Peraturan Pemerintah Nomor 81 Tahun 2012 tentang Pengelolaan Sampah Rumah Tangga dan Sampah Sejenis Sampah Rumah Tangga. Peraturan ini memuat arahan dalam pengelompokan sampah dan penyediaan fasilitas terhadap jenis sampah.⁵⁷ Pasal 10 mengatur pengelolaan sampah yang mencakup pengurangan dan penanganan sampah. Mengenai pelaksanaannya, dari hasil survei *Katadata Insight Center* (KIC) terhadap 354 responden di lima kota, yaitu Jakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta dan Surabaya, terungkap bahwa 50,8% rumah tangga yang tidak memilah sampah. Sementara, 49,2% sisanya rumah tangga yang memilah sampah di Indonesia. Alasan rumah tangga tidak memilah sampah, yaitu karena tidak ingin repot, karena sampah dinilai akan tercampur di TPA.⁵⁸ Melihat kepedulian yang cukup rendah di sini, distribusi informasi mengenai dampak sampah terhadap lingkungan perlu diperhitungkan untuk dipelajari dalam pendidikan formal dan tidak hanya sekedar pengetahuan yang dipelajari secara otodidak (*self-taught*). Konsumen juga seharusnya mengambil peran aktif dengan melakukan riset untuk produk-produk yang dikonsumsi, mencari tahu komposisi produk, fungsi dan kegunaan, bagaimana proses produksinya sampai dengan pengelolaan sampah bekas kemasan produk kecantikan setelah selesai digunakan. Pasal 28 dalam aturan yang sama, menyatakan bahwa hanya sampah yang tidak dapat diolah melalui kegiatan pengelolaan yang dapat ditimbun di TPA dan justru bukan semua sampah tanpa melalui proses pengelolaan

⁵⁶ Mela Arnani, "Sampah Dan Plastik Jadi Ancaman, Seperti Apa Kebijakan Pemerintah?" *Kompas.Com*, 22 November 2018, <https://nasional.kompas.com/read/2018/11/22/15323351/sampah-dan-plastik-jadi-ancaman-seperti-apa-kebijakan-pemerintah?page=all>.

⁵⁷ "Budaya Pilah Sampah Perlu Ditingkatkan," *Katadata.Co.Id*, 7 Agustus 2020, <https://katadata.co.id/timpublikasikatadata/infografik/5e9a470d5ba3c/budaya-pilah-sampah-perlu-ditingkatkan>.

⁵⁸ Sholahuddin Al Ayyubi, "Pengelolaan Sampah Plastik Di Indonesia Belum Optimal," *Kabar24 Bisnis.Com*, 27 November 2019, <https://kabar24.bisnis.com/read/20191127/15/1174822/pengelolaan-sampah-plastik-di-indonesia-belum-optimal>.

terlebih dahulu. Sebagai respons dari biaya yang muncul untuk pengelolaan sampah ini, Pasal 29 mengatur bahwa dalam penanganan sampah, pemerintah kabupaten/kota memungut retribusi kepada setiap orang atas jasa pelayanan yang diberikan yang dapat ditetapkan secara progresif berdasarkan jenis, karakteristik, dan volume sampah. Jika melihat ketentuan ini, maka secara hukum dimungkinkan untuk membebaskan besaran tarif retribusi sesuai dengan volume sampah yang dihasilkan rumah tangga.

Jika membandingkan dengan beberapa kebijakan negara lain, sebenarnya secara garis besar kebijakan pengelolaan sampah di Indonesia sudah mengatur hal yang kurang lebih sama, yaitu di antaranya pengelolaan sampah sudah dimulai di rumah tangga maupun pembebanan retribusi/iuran pengelolaan sampah.⁵⁹ Namun jika dibandingkan dengan Korea Selatan, faktor regulasi, imbalan, dan sanksi mendorong masyarakatnya rajin melakukan pengelolaan dan mengurangi sampah.⁶⁰ Faktor regulasi secara rinci serta sanksi yang masih perlu dibenahi di sini, karena secara ketentuan tidak ada sanksi yang dikenakan jika masyarakat tidak melakukan pengelolaan sampah rumah tangganya. Sering kali yang terjadi di Indonesia, jika suatu aturan jika tidak disertai dengan sanksi, maka pelaksanaannya hanya bersifat sukarela, di mana hanya segelintir orang-orang yang mau menjalankannya karena memiliki perhatian khusus terhadap isu lingkungan.

Perubahan arah kebijakan Pemerintah Korea Selatan (baru terjadi sejak tahun 1995) dalam menangani sampahnya dari pengembangan fasilitas pengelolaan sampah menjadi pengurangan sampah, di mana tanggung jawab ini bukan lagi difokuskan pada pemerintah, namun juga diperluas ke konsumen maupun produsen, melalui beberapa kebijakan pembayaran retribusi yang dihitung berdasarkan volume sampah yang dihasilkan (sebelumnya diberlakukan *fixed rate* sebelum tahun 1995), serta larangan penggunaan bahan-bahan yang tidak bisa didaur

⁵⁹ Anita Widya Puspa, "Potensi Jasa Pengelolaan Sampah Sebagai Investasi," *Kalimantan Bisnis.Com*, 24 November 2019, <https://kalimantan.bisnis.com/read/20191124/407/1173693/potensi-jasa-pengelolaan-sampah-sebagai-investasi>.

⁶⁰ "Ragam Kisah Sukses Sistem Pengolahan Sampah Di Berbagai Negara," *Katadata.Co.Id*, 7 Agustus 2020, <https://katadata.co.id/timpublikasikatadata/berita/5e9a4c4b5ea1f/ragam-kisah-sukses-sistem-pengolahan-sampah-di-berbagai-negara>.

ulang untuk para produsen.⁶¹ Hal yang menarik dari pembayaran retribusi berdasarkan volume sampah rumah tangga, yakni dalam pelaksanaannya masyarakat diwajibkan untuk membeli plastik sampah tertentu, di mana pembuangan sampah hanya dimungkinkan menggunakan plastik sampah yang sudah ditentukan. Penggunaan plastik sampah khusus ini dimaksudkan untuk memudahkan cara menghitung retribusi yang harus dibayarkan oleh tiap-tiap rumah tangga. Di tahun 2003, perubahan kebijakan lainnya yang diperkenalkan oleh Pemerintah Korea Selatan melalui proses penggunaan sampah sebagai salah satu sumber energi.⁶² Kebijakan-kebijakan ini terbukti berhasil menurunkan produksi sampah, baik dari rumah tangga maupun industri dalam jangka waktu lebih dari 10 tahun. Bahkan sekarang ini, Pemerintah Korea Selatan mengarah pada kebijakan *zero waste society*.

Sama halnya dengan keadaan di Indonesia, dari sisi kebijakan pengelolaan sampah ini tidak bisa dilakukan secara sentralisasi melainkan pemerintah daerah mulai dari tingkat provinsi, kabupaten, dan kota yang diwajibkan membuat kebijakan dan strategi daerah untuk menangani sampah ditambah lagi dengan partisipasi swasta dan konsumen sebagai pengguna akhir. Faktanya, guna menjaga komitmen penurunan target penurunan sampah, Pemerintah berencana untuk memberlakukan insentif dan disinsentif melalui Anggaran Keuangan Daerah (DAK) yang bisa dipotong bagi daerah yang terbukti tak berkomitmen dalam mengelola sampah sesuai dengan arahan kebijakan pemerintah pusat yang mana skema insentif dan disinsentif ini kelak juga akan dikenakan bagi sektor usaha.⁶³

⁶¹ Pemerintah Korea Selatan memperkenalkan beberapa kebijakan untuk meminimalisir jumlah sampah yaitu antara lain: (a) *Volume-based Waste Fee System*, yang berlaku untuk rumah tangga dan sektor komersial kecil; (b) pembatasan penggunaan produk sekali pakai untuk bisnis; dan (c) pembatasan penggunaan material kemasan yang sulit untuk didaur ulang. Penjelasan lebih lanjut dapat dilihat di Tiffany Ng, "South Korea's Waste Management Policies: Information Note," *Legislative Council Secretariat* INC04/12-13 (2013):4, <https://core.ac.uk/download/pdf/51180175.pdf>.

⁶² Ng, "South Korea's Waste," 1.

⁶³ Kontan.Co.Id, "Pemerintah."

b. Swasta

Pengelolaan sampah mencakup proses pengumpulan, pengangkutan, pemrosesan, pendaur-ulangan, atau pembuangan dari material sampah.⁶⁴ Tumpukan sampah bisa dipandang sebagai masalah, tapi juga bisa jadi potensi ekonomi ataupun energi jika mau dikelola dan diolah lebih baik lagi.⁶⁵ Perhitungan dana investasi yang dibutuhkan nantinya akan bergantung pada volume sampah yang akan diolah dan teknologi yang diterapkan. Pengelolaan sampah saat ini berjalan tidak maksimal karena tidak ditangani oleh orang yang profesional dan ahli di bidang persampahan.⁶⁶ Jika melihat potensi investasi dalam pengelolaan sampah ini dari skala besar, sekarang ini sudah mulai bermunculan *startup* salah satunya, yaitu *Waste4change* yang fokus pada pengelolaan sampah yang tidak hanya terbatas pada plastik saja, namun pada bahan-bahan lainnya, seperti kaleng dan kertas.⁶⁷ Faktanya, *Waste4change* baru mendapatkan investasi dari beberapa *venture capital* untuk memastikan peningkatan kapasitas 2.000 ton per hari di tahun 2024.⁶⁸ Hal ini menunjukkan bahwa investasi dalam bidang pengelolaan sampah sudah memiliki daya tariknya sendiri dan dampaknya terhadap penanganan sampah dapat dilihat secara langsung.

Untuk skala kecil, sebagai bentuk upaya pengurangan sampah, mulai juga banyak bermunculan usaha kecil yang menjual produk-produk sehari-hari termasuk kecantikan yang menggunakan wadah yang bisa digunakan kembali maupun jenis usaha yang menjual barang secara grosir demi mengurangi sampah plastik. Bahkan Kinship, *brand* kosmetik indie

⁶⁴ “Penanganan Sampah Di Indonesia,” *Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Tegal*, 7 Agustus 2020, <http://www.dlh.tegalkab.go.id/index.php/2017/03/02/penanganan-sampah-di-indonesia/>.

⁶⁵ Katadata.Co.Id, “Ragam Kisah.”

⁶⁶ “Upaya Pemilahan Sampah Di Indonesia Rendah, Ini 3 Faktor Penyebabnya,” *National Geographic*, 7 Agustus 2020, <https://nationalgeographic.grid.id/read/132135539/upaya-pemilahan-sampah-di-indonesia-rendah-ini-3-faktor-penyebabnya?page=all>.

⁶⁷ Sampai dengan artikel ini dibuat, dari data yang terdapat dalam *Waste4change*, perusahaan ini sudah mampu mendaur ulang sekitar 5057 kilogram sampah, informasi dapat diakses melalui “Send Your Waste”, *Waste4Change*, 7 Agustus 2020, <https://waste4change.com/sendyourwaste/>.

⁶⁸ “Waste Management Startup, Waste4Change, Receives Investment from Agaeti Ventures and Partners,” *Waste4Change*, 7 Agustus 2020, <https://waste4change.com/waste-management-startup-waste4change-receives-investment-from-agaeti-ventures-and-partners/2/>.

Amerika, memilih sampah dari Jakarta sebagai bahan daur ulang untuk kemasan produknya.⁶⁹ Beberapa *brand* yang sudah cukup *well established* di Indonesia sudah ada yang aktif berpartisipasi dalam program *recycling product*, bukan program baru yang diterapkan dalam dunia kecantikan, di antaranya *The Body Shop*, *Innisfree*, dan *Sensatia Botanicals*.⁷⁰ Dampaknya terbukti sangat besar dalam mengurangi jumlah sampah produk kecantikan.⁷¹ Para konsumen bisa mengembalikan wadah kosong ke *store brand* yang bersangkutan untuk ikut berkontribusi dalam menjaga lingkungan dari pencemaran yang diakibatkan oleh sampah kosmetik.⁷² Baru-baru ini *Love Beauty and Planet* bermitra dengan *Waste4Change* untuk meletakkan *dropbox* di beberapa *outlet Farmers Market* agar konsumen mudah mengembalikan kemasan bekas produk perawatan kecantikan untuk didaur ulang oleh *Love Beauty and Planet* dan mitranya.⁷³ Beberapa *brand* kecantikan yang sudah bekerja sama dengan *Waste4Change* untuk daur ulang, yaitu antara lain *The Body Shop* dan BLP, di mana untuk *The Body Shop*, kerja sama sudah berlangsung dari 2015 dan telah mengumpulkan 33.447 kg, dan untuk BLP, selama tahun 2019 telah mengumpulkan kemasan plastik sebanyak 102 kg.⁷⁴ Melihat total perusahaan produk kecantikan yang mencapai angka 760 perusahaan, jumlah *brand* yang sudah mulai mengintegrasikan *sustainability* dalam produknya terbilang

⁶⁹ Retno Wulandari, "Ramah Lingkungan, Kemasan Produk Skincare Amerika Ini Manfaatkan Sampah Plastik Di Jakarta!" *Beautynesia*, 19 November 2019, <https://www.beautynesia.id/berita-skincare/ramah-lingkungan-kemasan-produk-skincare-amerika-ini-manfaatkan-sampah-plastik-di-jakarta/b-130825>.

⁷⁰ Nisita Widiyanti, "Peduli Lingkungan, 7 Brand Kecantikan Ini Lakukan Daur Ulang Kemasan," *Beauty Journal by Sociolla*, 16 April 2019, <https://journal.sociolla.com/beauty/brand-kecantikan-yang-melakukan-daur-ulang-kemasan>.

⁷¹ Ayu Setyowati, "Kurangi Sampah, Yuk Daur Ulang Kemasan Kosmetik Kosongmu," *Trubus.Id*, 11 Juli 2018, <https://life.trubus.id/baca/19053/kurangi-sampah-yuk-daur-ulang-kemasan-kosmetik-kosongmu>.

⁷² Diana Ekawati, "5 Cara Mudah Mengolah Sampah Kosmetik, Gak Sulit Kok!" *IDN Times*, 24 September 2019, <https://www.idntimes.com/life/women/diana-ekawati/cara-mudah-mengolah-sampah-kosmetik/5>, akses terakhir 7 Agustus 2020.

⁷³ "Jangan Sembarangan Buang Sampah Kemasan Skincare," *Kompas.Com*, 7 Agustus 2020, <https://lifestyle.kompas.com/read/2019/07/17/182545320/jangan-sembarangan-buang-sampah-kemasan-skincare?page=all>.

⁷⁴ "In-Store Recycling," *Waste4Change*, 7 Agustus 2020, <https://waste4change.com/official/service/in-store-recycling>.

"Cara Memilah Dan Mengolah Sampah Makeup, Harus Dibuang Kemana?" *Zero Waste*, 7 Agustus 2020, <https://zerowaste.id/zero-waste-lifestyle/cara-memilah-dan-mengolah-sampah-makeup/>.

masih cukup sedikit, namun paling tidak sudah ada tanda-tanda pergerakan mulai bertumbuhnya kepedulian terhadap lingkungan melalui *sustainable beauty*.

c. Masyarakat/konsumen

Sebagaimana disebutkan di atas, kepedulian masyarakat dalam mengelola sampah rumah tangganya masih cukup rendah. Hal ini dikarenakan pola kebijakan umum penanganan sampah yang dilaksanakan Pemerintah Indonesia selama puluhan tahun didasarkan pada pemikiran sampah tidak berguna, sehingga langsung dibuang dan akibatnya prosesnya hanya melalui tahapan paling sederhana, yaitu kumpul, angkut, dan buang. Tentu saja pola ini lama kelamaan membuat masyarakat berpikir bahwa sampah rumah tangganya tidak perlu dipilah apalagi didaur ulang karena semuanya akan berakhir di TPA.⁷⁵ Namun di era *circular economy*, sampah tak seharusnya dipandang sebelah mata karena berbeda dari sistem ekonomi linear yang cenderung menumpuk produk bekas pakai di TPA, sistem *circular economy* mendukung adanya penggunaan kembali material/bahan baku produksi yang dapat diproses ulang menjadi produk yang sama atau berbeda.⁷⁶ Buktinya salah satu *startup* baru, yaitu *Rebricks* mendaur ulang sampah *multilayer* atau *sachet* menjadi bahan bangunan yang dapat digunakan untuk berbagai keperluan antara lain untuk membangun area parkir maupun untuk keperluan berkebun.⁷⁷

Jika melihat ketentuan pengaturan mengenai pengelolaan sampah, Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah (UU Pengelolaan Sampah) secara spesifik mengatur sebagai berikut:

Pasal 19

“Pengelolaan sampah rumah tangga dan sampah sejenis sampah rumah tangga terdiri atas:

⁷⁵ Pernyataan ini disampaikan oleh Rosa Vivien Ratnawati, Direktur Jenderal Pengelolaan Limbah, Sampah, dan Bahan Beracun Berbahaya (PSLB3) Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) dalam artikel *Kompas.Com*, “Sampah Dan Plastik.”

⁷⁶ Miriam Bahagijo, “Waste4Change’s Zero Waste to Landfill Program: Diverting Your Waste from Landfill,” *Waste4Change*, 21 Desember 2018, <https://waste4change.com/waste4changes-zero-waste-to-landfill-program-diverting-your-waste-from-landfill/2/>.

⁷⁷ “Eco Building Materials,” *Rebricks*, 7 Agustus 2020, <https://rebricks.id/about>.

- a. pengurangan sampah; dan
- b. penanganan sampah.”

Dari ketentuan ini terlihat ada dua konsep yang berusaha diintegrasikan oleh pemerintah, pertama, mengenai pengurangan sampah untuk menghindari sampah-sampah yang sebenarnya tidak perlu serta kedua, mengenai tahap pengelolaan sampah yang sudah ada (*existing*). Pasal 19 Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah awalnya dimaksudkan untuk mengubah pola pikir sampah sebagai komoditi yang tidak bernilai lagi menjadi pola pengurangan serta daur ulang sebagai bentuk penanganan sampah. Penjelasannya sebagai berikut:

- 1) Pengurangan Sampah. Timbunan sampah yang sudah ada saat ini akan diperparah jika tidak ada inisiatif pengurangan sampah dari konsumen (sebagai bagian dari masyarakat) untuk mengurangi pola konsumtifnya masing-masing. Peranan masyarakat di sini bisa dilakukan melalui berbagai cara, yaitu menggunakan bahan yang dapat diguna ulang, didaur ulang dan/atau mudah diurai oleh proses alam.⁷⁸ Prinsip 3R (*reduce, reuse, recycle*) sebagai bagian dari pengurangan sampah memang bukan merupakan hal baru di Indonesia, prinsip ini sudah mulai diperkenalkan sejak lama namun memang tidak diberlakukan dengan sistem insentif dan disinsentif, seperti yang diberlakukan di negara-negara lainnya dari sisi pemerintah, namun dalam jangka waktu beberapa tahun terakhir ini mulai muncul *trend* untuk bijak berbelanja, dalam artian benar-benar membeli barang yang diperlukan serta pengelolaan sampah yang dijalankan oleh swasta.
- 2) Penanganan Sampah. Dalam UU Pengelolaan Sampah, penanganan ini mencakup beberapa hal, yaitu pemilahan dalam bentuk pengelompokan sampah sesuai dengan jenis, jumlah dan/atau sifat sampah, pengumpulan dan pemindahan ke tempat penampungan sementara atau tempat pengolahan sampah terpadu sampai dengan pemrosesan akhir sampah dengan pengembalian sampah dan/atau residu hasil pengolahan ke media lingkungan secara aman.⁷⁹ Upaya konkret yang sudah dijalankan cukup lama dalam penanganan sampah,

⁷⁸ Pasal 20 ayat (3) *UU Pengelolaan Sampah*.

⁷⁹ Pasal 22 ayat (1) *UU Pengelolaan Sampah*.

yaitu program bank sampah yang dimaksudkan untuk menjangkau rumah tangga sekitar dengan tujuan untuk memperoleh pendapatan tambahan. Berdasar data KLHK, terdapat 5.244 bank sampah yang tersebar di seluruh Indonesia pada tahun 2017 lalu. Setiap bank sampah rata-rata mampu menghasilkan pundi-pundi Rupiah sebesar Rp 1,48 miliar/tahun. Dampak lingkungannya, sekitar 1,7 % atau 1,38 juta ton sampah/tahun berkurang dalam skala nasional.⁸⁰ Namun untuk bank sampah ini memiliki permasalahan sendiri, bank sampah biasanya dipegang oleh individu secara sukarela, terutama oleh ibu rumah tangga. Sering kali bank sampah ini tidak bisa menutup biaya pengeluaran, seperti aset, fasilitas, dan operasional karena tergantung kepada partisipasi aktif nasabah. Ketika pengelola bank sampah merasa waktu dan tenaga yang tercurah tidak sepadan dengan manfaat ekonomi, maka mereka akan memilih untuk berhenti.

Dengan adanya potensi berkembangnya *sustainable beauty* terutama dari *brand-brand* lokal, di satu sisi menunjukkan kepedulian yang mulai tumbuh di kalangan penggemar produk kecantikan. Namun di sisi lain, yang perlu diperhatikan juga, yaitu pengelolaan sampah yang belum maksimal jika tidak dibantu kesadaran dari sisi konsumen untuk ikut berpartisipasi aktif dalam menggunakan kembali kemasan-kemasan untuk keperluan lain ataupun untuk memilah dan mengirimkannya pada perusahaan-perusahaan yang berfokus pada daur ulang sampah plastik karena potensi pengembangan sampah sendiri cukup besar karena bisa diolah menjadi sumber daya energi maupun bahan baku serta daur ulang yang bersifat optimal.

C. Kesimpulan

Dalam rangka mendukung *sustainable beauty*, akan lebih baik lagi jika konsumen mampu mengedukasi dirinya sendiri dengan mulai mencari tahu karena dengan adanya arus informasi yang semakin mudah, hal ini bukan merupakan hal sulit. Sebagai bagian dari *conscious consumption*, beberapa hal yang bisa diimplementasikan, yaitu: (1) dalam rangka pengurangan sampah, sebagai konsumen, ada baiknya untuk mencari tahu apakah *brand*

⁸⁰ “Pilah Sampah Jadi Berkah,” *Katadata.Co.Id*, 7 Agustus 2020, <https://katadata.co.id/timpublikasikatadata/infografik/5e9a4c4914ffa/pilah-sampah-jadi-berkah>.

tertentu sudah secara transparan mengintegrasikan *sustainability* (cara mendapatkan bahan mentah, produksi, pengemasan bahkan sampai dengan pengiriman) karena bahan-bahan yang digunakan tentunya bisa didaur ulang; dan (2) dalam rangka penanganan sampah, yakni sebagai lanjutan dari pengurangan sampah, diperlukan juga kepedulian untuk memilah sampah-sampah kemasan produk kecantikan yang dapat dikirimkan ke tempat-tempat daur ulang.

Secara singkat, keputusan akhir ada di tangan konsumen, mengingat kesadaran untuk menggunakan kembali maupun mengelola sampah masih cukup rendah. Oleh karena itu, gaya hidup untuk mengintegrasikan konsep keberlanjutan bukan hal yang mudah namun tidak mustahil. Kepedulian pada dasarnya merupakan titik awal dalam hal ini karena kecantikan tidak perlu mengorbankan lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

Peraturan Perundang-undangan

Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 69, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 69.

Peraturan Pemerintah Nomor 81 Tahun 2012 tentang Pengelolaan Sampah Rumah Tangga dan Sampah Sejenis Sampah Rumah Tangga. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 188, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5347.

Laporan Hasil Penelitian

Ng, Tiffany. "South Korea's Waste Management Policies: Information Note." *Legislative Council Secretariat* INC04/12-13 (2013): 1-4.
<https://core.ac.uk/download/pdf/51180175.pdf>.

Media Internet

Acme-Hardesty. "Green Cosmetics: The Push for Sustainable Beauty." *Acme-Hardesty*, 7 Agustus 2020. <https://www.acme-hardesty.com/green-cosmetics-sustainable-beauty/>.

- Anggraini, Desy Tri. "A Solutions for Your Cosmetics Waste." *Waste4Change*, 30 Mei 2019. <https://waste4change.com/a-solutions-for-your-cosmetics-waste/2/>.
- Arnani, Mela. "Sampah Dan Plastik Jadi Ancaman, Seperti Apa Kebijakan Pemerintah?" *Kompas.Com*, 22 November 2018. <https://nasional.kompas.com/read/2018/11/22/15323351/sampah-dan-plastik-jadi-ancaman-seperti-apa-kebijakan-pemerintah?page=all>.
- Ayyubi, Sholahuddin Al. "Pengelolaan Sampah Plastik Di Indonesia Belum Optimal." *Kabar24 Bisnis.Com*, 27 November 2019. <https://kabar24.bisnis.com/read/20191127/15/1174822/pengelolaan-sampah-plastik-di-indonesia-belum-optimal>.
- Bachdar, Saviq. "Menganalisis Konsumsi Kosmetik Perempuan Millennials Indonesia." *Marketeers*, 24 Mei 2017. <https://marketeers.com/menganalisa-konsumsi-kosmetik-perempuan-milenial-indonesia/>.
- Bahagijo, Miriam. "Waste4Change's Zero Waste to Landfill Program: Diverting Your Waste from Landfill." *Waste4Change*, 21 Desember 2018. <https://waste4change.com/waste4changes-zero-waste-to-landfill-program-diverting-your-waste-from-landfill/2/>.
- Bennett, Elizabeth. "Travel Size Beauty Products Are Bad For The Environment." *Refinery 29*, 6 Februari 2020. <https://www.refinery29.com/en-us/travel-beauty-products-sustainability>.
- Biron, Bethany. "Beauty Becomes a \$532 Billion Industry Thanks to These Trends." *Business Insider*, 10 Juli 2019. <https://www.businessinsider.com/beauty-multibillion-industry-trends-future-2019-7?r=US&IR=T>.
- Blue Stone Botanicals. "Sustainability." *Blue Stone Botanicals*, 7 Agustus 2020. <https://bluestonebotanicals.com/pages/sustainability>.
- BPF. "Why Do We Use Plastic Packaging?" *BPF*, 7 Agustus 2020. <https://www.bpf.co.uk/packaging/why-do-we-need-plastic-packaging.aspx>.
- Bryant, Taylor. "Five Big Challenges To Developing Sustainable Beauty Brands." *Beauty Independent*, 26 Juli 2020. <https://www.beautyindependent.com/big-challenges-developing-sustainable-beauty-brands/>.
- Burhan, Fahmi Ahmad. "Startup Pengolah Limbah RI Waste4Change Disuntik Modal 3 Investor." *Katadata.Co.Id*, 10 Maret 2020.

<https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5e9a470c2ab81/startup-pengolah-limbah-ri-waste4change-disuntik-modal-3-investor>.

Cheng, Marguerita. “8 Characteristics Of Millennials That Support Sustainable Development Goals (SDGs).” *Forbes*, 19 Juni 2019. <https://www.forbes.com/sites/margueritacheng/2019/06/19/8-characteristics-of-millennials-that-support-sustainable-development-goals-sdgs/#23ad2be429b7>.

Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Tegal. “Penanganan Sampah di Indonesia.” *Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Tegal*, 7 Agustus 2020. <http://www.dlh.tegalkab.go.id/index.php/2017/03/02/penanganan-sampah-di-indonesia/>.

Ekarina. “Tren Perawatan Kecantikan Naik, Industri Kosmetik Dipatok Tumbuh 9%.” *Katadata.Co.Id*, 10 April 2019. <https://katadata.co.id/ekarina/berita/5e9a51a7c8e5d/tren-perawatan-kecantikan-naik-industri-kosmetik-dipatok-tumbuh-9>.

Ekawati, Diana. “5 Cara Mudah Mengolah Sampah Kosmetik, Gak Sulit Kok!” *IDN Times*, 24 September 2019. <https://www.idntimes.com/life/women/diana-ekawati/cara-mudah-mengolah-sampah-kosmetik/5>, akses terakhir 7 Agustus 2020.

Fleming, Olivia, dan Jenna Rosenstein. “The Ultimate Guide to Clean Beauty.” *Harper's Bazaar*, 22 April 2020. <https://www.harpersbazaar.com/beauty/skin-care/a28352553/clean-beauty/>.

Goldberg, Shelley. “3 Beauty Brands Tackling a Packaging Problem.” *Investopedia*, 6 April 2020. <https://www.investopedia.com/beauty-brands-tackle-a-packaging-problem-4582670>.

Greenhouse. “Indonesia’s Social Media Landscape: An Overview.” *Greenhouse*, 7 Agustus 2020. <https://greenhouse.co/blog/indonesias-social-media-landscape-an-overview/>.

Highlight.ID. “10 Merek Kosmetik Lokal Indonesia Paling Favorit Untuk Paras Cantikmu.” *Highligh.ID*, 7 Agustus 2020. <https://highlight.id/daftar-brand-merek-produk-kosmetik-lokal-indonesia-favorit-terkenal-populer-pilihan-make-up-kecantikan/>.

Katadata.Co.Id. “Budaya Pilah Sampah Perlu Ditingkatkan.” *Katadata.Co.Id*, 7 Agustus 2020. <https://katadata.co.id/timpublicasikatadata/infografik/5e9a470d5ba3c/budaya-pilah-sampah-perlu-ditingkatkan>.

Katadata.Co.Id. “Menuju Indonesia Peduli Sampah.” *Katadata.Co.Id*, 7 Agustus 2020.

<https://katadata.co.id/timpublikasikatadata/infografik/5e9a4c4a336e0/menuju-indonesia-peduli-sampah>.

Katadata.Co.Id. “Pilah Sampah Jadi Berkah.” *Katadata.Co.Id*, 7 Agustus 2020. <https://katadata.co.id/timpublikasikatadata/infografik/5e9a4c4914ffa/pilah-sampah-jadi-berkah>.

Katadata.Co.Id. “Ragam Kisah Sukses Sistem Pengolahan Sampah Di Berbagai Negara.” *Katadata.Co.Id*, 7 Agustus 2020. <https://katadata.co.id/timpublikasikatadata/berita/5e9a4c4b5ea1f/ragam-kisah-sukses-sistem-pengolahan-sampah-di-berbagai-negara>.

Kompas.Com. “Jangan Sembarangan Buang Sampah Kemasan Skincare.” *Kompas.Com*, 7 Agustus 2020. <https://lifestyle.kompas.com/read/2019/07/17/182545320/jangan-sembarangan-buang-sampah-kemasan-skincare?page=all>.

Kontan.Co.Id. “Pemerintah Tetapkan Kebijakan Pengelolaan Sampah Nasional.” *Kontan.Co.Id*, 7 Agustus 2020. <https://nasional.kontan.co.id/news/pemerintah-tetapkan-kebijakan-pengelolaan-sampah-nasional>.

KPMG. “Consumers Reveal What Keeps Them Coming Back.” *KPMG*, 7 Agustus 2020. <https://home.kpmg/xx/en/home/insights/2019/11/customer-loyalty-survey.html>.

Laviena, Braina. “5 Zero-Waste Beauty Brands to Help You With Sustainability Goals.” *Byrdie*, 29 April 2020. <https://www.byrdie.com/zero-waste-beauty-products-4842760>.

Lawrenson, Amy. “Here's How to Be More Conscious of Your Beauty Consumption.” *Byrdie*, 24 April 2019. <https://www.byrdie.com/conscious-consumption-beauty>.

Lawrenson, Amy. “Slow Beauty Is the New Clean Beauty—and These 21 Brands Are Embracing It.” *Byrdie*, 18 Juni 2020. <https://www.byrdie.com/slow-beauty-brands-5025097>.

Lawrenson, Amy. “Sustainable Beauty Guide.” *Byrdie*, 19 April 2020. <https://www.byrdie.com/sustainable-beauty-guide-4684606>.

Mcintyre, Megan. “How Big Beauty Is Going to Save the Planet.” *Byrdie*, 30 April 2020. <https://www.byrdie.com/big-beauty-sustainability-4842949>.

McKeon, Richard. “How Is The Beauty Industry Changing In The Face Of The Sustainability Movement?” *Beauty Business Journal*, 8 Mei 2019. <https://beautybusinessjournal.com/how-is-the-beauty-industry-changing-in-the-face-of->

[the-sustainability-movement/](#).

Media Indonesia. "Industri Kosmetik Nasional Alami Kenaikan Pertumbuhan 20%." *Media Indonesia*, 7 Agustus 2020. <https://mediaindonesia.com/read/detail/266531-industri-kosmetik-nasional-alami-kenaikan-pertumbuhan-20>.

Montell, Amanda. "Sustainable Cosmetics: How to Use Less Plastic." *Byrdie*, 29 April 2019. <https://www.byrdie.com/sustainability-cosmetics>.

Murray, Georgia. "Why You Should Rethink The Palm Oil In Your Makeup Bag." *Refinery29*, 25 September 2017. <https://www.refinery29.com/en-gb/2017/09/173333/palm-oil-makeup-products>.

Mustika Ratu. "The Pioneer and Preservation of Indonesia's Beauty Care Culture." *Mustika Ratu*, 7 Agustus 2020. <https://mustika-ratu.co.id/en/>.

National Geographic. "Upaya Pemilahan Sampah Di Indonesia Rendah, Ini 3 Faktor Penyebabnya." *National Geographic*, 7 Agustus 2020. <https://nationalgeographic.grid.id/read/132135539/upaya-pemilahan-sampah-di-indonesia-rendah-ini-3-faktor-penyebabnya?page=all>.

Osborne, Michael. "Council Post: Brands Need To Step Up Their Game To Win Over Millennials." *Forbes*, 26 September 2017. <https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2017/09/26/brands-need-to-step-up-their-game-to-win-over-millennials/#2e7e8af71b32>.

Parker, Laura. "Fast Facts about Plastic Pollution." *National Geographic*, 20 Desember 2018. <https://www.nationalgeographic.com/news/2018/05/plastics-facts-infographics-ocean-pollution/>.

Pasha, Afi Ramadhania. "10 Brand Make Up Lokal Berkualitas Yang Wajib Dipunyai Millenial." *Cermati.Com*, 28 Agustus 2018. <https://www.cermati.com/artikel/10-brand-make-up-lokal-berkualitas-yang-wajib-dipunyai-millennial>.

Puspa, Anita Widya. "Potensi Jasa Pengelolaan Sampah Sebagai Investasi." *Kalimantan Bisnis.Com*, 24 November 2019. <https://kalimantan.bisnis.com/read/20191124/407/1173693/potensi-jasa-pengelolaan-sampah-sebagai-investasi>.

Putri, Aditya Widya. "Limbah Plastik Produk-Produk Kecantikan yang Tak Kalah Berbahaya." *Tirto.ID*, 12 Agustus 2019. <https://tirto.id/limbah-plastik-produk-produk-kecantikan-yang-tak-kalah-berbahaya-efmA>.

- Rearick, Lauren, dan Bianca Nieves. "15 Best Sustainable Beauty Brands to Shop for Earth Day." *Teen Vogue*, 22 April 2020. <https://www.teenvogue.com/gallery/the-best-sustainable-beauty-brands-earth-day>.
- Rebricks. "Eco Building Materials." *Rebricks*, 7 Agustus 2020. <https://rebricks.id/about>.
- Salehaldin, Syameen. "What is Sustainable Beauty? Here are 13 Eco-Friendly Brands to Help You Achieve an All-Natural Glow." *Tatler Singapore*, 16 Januari 2020. <https://sg.asiatatler.com/style/sustainable-clean-beauty-explained>.
- Sensatia Botanicals. "About Us." *Sensatia*, 7 Agustus 2020. <https://sensatia.com/id/about>.
- Setyowati, Ayu. "Kurangi Sampah, Yuk Daur Ulang Kemasan Kosmetik Kosongmu." *Trubus.Id*, 11 Juli 2018. <https://life.trubus.id/baca/19053/kurangi-sampah-yuk-daur-ulang-kemasan-kosmetik-kosongmu>.
- Skin Dewi. "About Dewi Kauw." *Skin Dewi*, 7 Agustus 2020. <https://skindewi.com/en/about-dewi-kauw>.
- Statista. "Cosmetics Industry - Statistics & Facts." *Statista*, 7 Agustus 2020. <https://www.statista.com/topics/3137/cosmetics-industry/>.
- Statista. "Indonesia: Social Media Penetration 2019." *Statista*, 7 Agustus 2020. <https://www.statista.com/statistics/284437/indonesia-social-network-penetration/>.
- Stylist. "Palm Oil-Free and Sustainable Palm Oil Beauty Products." *Stylist*, terakhir 7 Agustus 2020. <https://www.stylist.co.uk/beauty/palm-oil-free-sustainable-beauty-products-brands/312325>.
- Sukarno, Puput Ady, dan Fitri Sartina Dewi. "Industri Kecantikan Indonesia, Pasar Yang Terus Menggelembung." *Bisnis.Com*, 21 Agustus 2019. <https://teknologi.bisnis.com/read/20190821/266/1139365/industri-kecantikan-indonesia-pasar-yang-terus-mengelembung->.
- The Bath Box. "About Us." *The Bath Box*, 7 Agustus 2020. <https://thebathbox.co.id/content/4-about-us>.
- Utama Spice. "About Us." *Utama Spice*, 7 Agustus 2020. <https://utamaspicebali.com/about-us/>.
- Waste4Change. "In-Store Recycling." *Waste4Change*, 7 Agustus 2020.

<https://waste4change.com/official/service/in-store-recycling>.

Waste4Change. "Send Your Waste." *Waste4Change*, 7 Agustus 2020. <https://waste4change.com/sendyourwaste/>.

Waste4Change. "Waste Management Startup, Waste4Change, Receives Investment from Agaeti Ventures and Partners." *Waste4Change*, 7 Agustus 2020. <https://waste4change.com/waste-management-startup-waste4change-receives-investment-from-agaeti-ventures-and-partners/2/>.

Widianti, Nisita. "Peduli Lingkungan, 7 Brand Kecantikan Ini Lakukan Daur Ulang Kemasan." *Beauty Journal by Sociolla*, 16 April 2019. <https://journal.sociolla.com/beauty/brand-kecantikan-yang-melakukan-daur-ulang-kemasan>.

Wulandari, Retno. "Ramah Lingkungan, Kemasan Produk Skincare Amerika Ini Manfaatkan Sampah Plastik Di Jakarta!" *Beautynesia*, 19 November 2019. <https://www.beautynesia.id/berita-skincare/ramah-lingkungan-kemasan-produk-skincare-amerika-ini-manfaatkan-sampah-plastik-di-jakarta/b-130825>.

WWF. "Which Everyday Products Contain Palm Oil?" *WWF*, 7 Agustus 2020. <https://www.worldwildlife.org/pages/which-everyday-products-contain-palm-oil>.

Yau, Charlotte. "What the \$532bn Beauty Industry Looks like in 2019." *Edited*, 2 Juli 2019. <https://edited.com/resources/what-the-beauty-industry-looks-like-in-the-future/>.

Zero Waste. "Cara Memilah Dan Mengolah Sampah Makeup, Harus Dibuang Kemana?" *Zero Waste*, 7 Agustus 2020. <https://zerowaste.id/zero-waste-lifestyle/cara-memilah-dan-mengolah-sampah-makeup/>.