



Penerapan “SGMS” Industri Kosmetik di Indonesia dalam Kajian Ethics

Nurul Mardhiah Sitio^{1*}, Jovanica Putri Wardi²

^{1,2} Administrasi Bisnis K.Pangandaran, Universitas Padjadjaran, Indonesia

Jl. Cintaratu, Desa Cintaratu RT 04 RW 05 Kecamatan Parigi,
Kabupaten Pangandaran, Jawa Barat, Indonesia.

Korespondensi penulis: nurul.m.sitio@unpad.ac.id

Abstract. *Business is an integrated part of a country's economic development, the development of the cosmetic industry that increases annually as people's awareness of skin health triggers companies to meet the need for cosmetic products and body care. Increased cosmetic production has led to worsening environmental conditions as a result of the use of natural resources and waste pollution. The impact of the industry demands companies to increase accountability in environmental management. With the application of green management system, ministers not only are profitably oriented but are also promoting a management system that can provide guidance for companies to remain environmentally sound. One of the companies that has been implementing green management is the body shop.*

Keywords: *Business Ethics, Green Mangement, Environtment Management System*

Abstrak. Bisnis merupakan bagian terpadu pembangunan ekonomi sebuah negara, Perkembangan industri kosmetik yang setiap tahunnya semakin meningkat seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan kesehatan kulit memicu perusahaan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan produk kosmetik dan perawatan tubuh. Meningkatnya produksi kosmetik menyebabkan kondisi lingkungan memburuk akibat penggunaan sumber daya alam dan pencemaran limbah. Dampak industry tersebut menuntut perusahaan untuk meningkatkan pertanggungjawaban dalam pengelolaan lingkungan. Dengan menerapkan Green Management System, menuntut perusahaan untuk tidak hanya berorientasi pada keuntungan namun juga menanamkan system manajemen lingkungan yang dapat dijadikan panduan bagi perusahaan agar senantiasa ramah lingkungan. Salah satu perusahaan yang telah menerapkan green Management adalah The Body Shop.

Kata kunci: Etika Bisnis, Green Management, Sistem Manajemen Lingkungan

1. LATAR BELAKANG

Meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kesehatan kulit mendorong industri kosmetik terus bertumbuh setiap tahunnya. Merujuk data Badan Pusat Statistik, pada triwulan I tahun 2020, menunjukkan bahwa kinerja industry kimia, farmasi dan obat tradisional (termasuk sektor kosmetik) mengalami pertumbuhan sebesar 5.59%. Peningkatan tersebut dipicu oleh banyaknya permintaan pasar dari domestic dan ekspor, adanya tren memadukan jamu dengan kecantikan dan penggunaan kosmetik saat ini tidak hanya ditujukan bagi kaum wanita saja namun dapat pula digunakan para kaum pria, serta beraneka ragam jenis kosmetik dan personal care juga membuat pertumbuhan volume penjualan kosmetikpun semakin meningkat.

Akibat dari peningkatan kebutuhan masyarakat tentu saja membuka banyak peluang bagi perusahaan untuk semakin berinovasi dalam menciptakan produk ditengah persaingan bisnis yang semakin ketat. Perkembangan kegiatan industry kosmetik yang semakin tinggi tentu saja diiringi dengan penggunaan sumber daya alam dan permasalahan sosial lingkungan

alam yang semakin meluas. Menurut Ardian (2019) Kosmetik menyumbang pencemaran lingkungan, terutama mikroplastik. Mikroplastik adalah komponen plastic yang berukuran kurang dari lima millimeter. Mikroplastik berbahaya bagi lingkungan air, darat dan udara karena mikroplastik tidak dapat hancur dalam tubuh biota perairan dan berpeluang masuk ke dalam tubuh manusia. Dalam industry kosmetik, biasanya produk yang diproduksi akan melalui sejumlah tes untuk menguji keamanan dan efektifitas formula, diantaranya adalah melakukan tes pada hewan atau animal testing. Hewan dijadikan subjek eksperimen, melansir pada petpedia.co berdasarkan penelitian *Cruelty Free International* menunjukkan bahwa 115 juta hewan di jadikan percobaan setiap tahunnya.

Permasalahan lain yang muncul adalah pemanasan global. Pemanasan global merupakan proses meningkatnya suhu rata-rata atmosfer, laut dan daratan bumi. Dampak dari pemanasan global adalah naiknya suhu bumi yang semakin panas, naiknya permukaan air laut, kondisi cuaca yang semakin tidak terkendali. Setiap perusahaan hendaknya berlandaskan nilai-nilai dan moral serta manajemen yang baik sehingga dapat memenuhi permintaan pasar dan menghasilkan produk dengan mutu yang tinggi namun tetap memperhatikan lingkungan disekitarnya. Namun perilaku pelanggaran etik dalam bisnis seringkali tidak dapat dielakkan para pengusaha. Demi mendapatkan keuntungan yang besar banyak perusahaan berupaya untuk menghalalkan berbagai cara salah satunya adalah melakukan pelanggaran moral dengan mengabaikan kerusakan lingkungan yang sebetulnya akan menyebabkan masyarakat, negara dan perusahaan itu sendiri.

Meski banyak pengusaha memahami akan adanya konsekuensi atas pelanggaran etika bisnis rupanya tidak serta merta mendorong pengusaha untuk menerapkan etika dalam menjalankan sebuah perusahaan. Padahal dengan menerapkan etika bisnis dapat memberikan dampak yang positif bagi perusahaan dan masyarakatpun akan diuntungkan. Oleh karena itu setiap perusahaan membutuhkan sebuah system yang bisa memperhatikan lingkungan sekaligus menjaga keberlanjutan perusahaan secara efisien yaitu dengan menerapkan Green Management (Ramly et al.,2019). Green Management System merupakan seperangkat proses standar praktik yang membantu perusahaan untuk meningkatkan keberlanjutannya dengan merencanakan, melakukan, mengevaluasi, dan mengatur kebijakan lingkungan. Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Penerapan Etika Bisnis Melalui Sustainability Green Management Pada Industri Kosmetik di Indonesia.

2. KAJIAN TEORITIS

Menurut Baron dalam Aviatri (2019) Etika bisnis adalah aplikasi dari prinsip-prinsip etika yang diterapkan sehubungan munculnya masalah-masalah dalam bisnis. "*Business ethics is the application of ethics principles to issues that arise in the conduct of business*". Etika akan berhubungan dengan nilai-nilai internal perusahaan dan membentuk keputusan mengenai tanggung jawab sosial yang berkaitan dengan lingkungan eksternal. Isu etika hadir dalam sebuah situasi ketika tindakan yang dilakukan sebuah organisasi dapat menimbulkan manfaat atau kerugian bagi pihak lain. Etika bisnis menyangkut baik atau buruknya perilaku-perilaku manusia dalam menjalankan bisnisnya. Bisnis yang beretika harus dilihat dari tiga sudut pandang yaitu ekonomi, hukum, dan moral.

- a. Dari sudut pandang ekonomi, bisnis yang baik adalah bisnis yang menghasilkan keuntungan tanpa merugikan orang lain.
- b. Dari sudut pandang hukum, bisnis yang baik adalah bisnis yang tidak melanggar aturan-aturan hukum.
- c. Dari sudut pandang moral, bisnis yang baik adalah bisnis yang sesuai dengan ukuran-ukuran moralitas.

The Greening of Management System

Menurut Robbins dan Coulter dalam Raharjo (2019) *The Greening of management* atau manajemen yang ramah lingkungan adalah kesadaran akan eratnya kaitan antara keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatan organisasi dengan dampaknya terhadap lingkungan. *The greening of management*, pada aspek ini pihak manajemen membuat kebijakan, menentukan target jangka menengah/panjang atau target spesifik dibidang masing-masing dan menentukan visi perusahaan secara keseluruhan. Perusahaan dapat pula mengadopsi praktik-praktik etis yang berkaitan dengan lingkungan, yang dapat membantu pembuatan program perusahaan agar dapat terus menerus berkembang. Dalam struktur organisasi dapat pula dibentuk environment committee atau individu/ spesialis yang bertanggung jawab (Khan et al.,2020). Pendekatan the greening of management yaitu sebagai berikut ;

- a) Pendekatan Legal: Menurut pendekatan ini, organisasi memperlihatkan sedikit kepekaan lingkungan. Mereka akan mematuhi undang-undang, peraturan-peraturan, dan kaidah hukum secara sukarela tanpa tantangan hukum.
- b) Pendekatan Pasar : Menurut pendekatan ini, organisasi menanggapi kecenderungan lingkungan pelanggannya. Apa pun permintaan pelanggan dalam rangka produk yang

bersahabat dengan lingkungan merupakan hal yang akan disediakan oleh organisasi tersebut.

- c) Pendekatan stakeholder : Menurut pendekatan ini, organisasi yang menghijau akan berusaha untuk memenuhi tuntutan lingkungan dari kelompok-kelompok seperti para karyawan, para pemasok, para investor atau Masyarakat
- d) Pendekatan Aktivis : Menampilkan tingkat kepekaan lingkungan paling tinggi dan merupakan contoh yang baik tentang tanggung jawab sosial.

Sistem Manajemen Lingkungan

ISO (International Organization for Standarization) adalah organisasi yang mengeluarkan ISO 14001 tentang standar internasional mengenai Sistem Manajemen Lingkungan (Environmental Management System). Sistem Manajemen Lingkungan (SML) membantu organisasi mengidentifikasi, mengelola, memantau dan mengendalikan isu lingkungan secara holistik. Cara menerapkan Sistem Manajemen Lingkungan (SML) menurut Khan et al.,(2020) yaitu dengan ;

- 1) Mendefinisikan sasaran. Apa yang kiranya hendak dicapai dengan menerapkan standar ini
- 2) Mendapatkan komitmen dari manajemen puncak. Penting bagi pimpinan organisasi untuk mendukung sasaran sistem manajemen lingkungan yang efektif dan berkomitmen terhadap prosesnya.
- 3) Mendapatkan gambaran yang baik mengenai proses dan sistem yang ada dan relevan terhadap dampak lingkungan anda. Hal ini akan memberikan dasar terhadap sistem manajemen lingkungan anda dan mempermudah untuk mengidentifikasi kesenjangan yang ada.

Manfaat penerapan SML ISO 14001 menurut Maryeska et al., (2020) :

- a. Kinerja lingkungan yang lebih baik dengan pengurangan limbah dan pencemaran ke lingkungan.
- b. Meningkatkan citra organisasi di masyarakat dan konsumen dengan jaminan telah ikut melindungi lingkungan.
- c. Meningkatkan daya saing di pasar nasional maupun internasional.
- d. Hemat biaya dan energi melalui pengurangan pemakaian bahan-bahan berbahaya sehingga mengurangi biaya dan usaha untuk mengolah limbah serta dengan mengurangi pemakaian energi fosil ke energi baru dan terbarukan.

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis berdasarkan studi Literatur Review. Studi Literatur Review merupakan pendekatan yang sistematis untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan menginterpretasikan seluruh karya ilmiah yang relevan dengan topik penelitian. Dalam konteks penelitian ini, studi literatur berfokus pada pemikiran mengenai etika bisnis dan green management system (SGMS) yang telah diterapkan oleh perusahaan-perusahaan dalam industri kosmetik di Indonesia. Penelitian ini mengkaji berbagai sumber, termasuk jurnal akademik, buku, laporan penelitian, artikel, dan sumber-sumber terpercaya lainnya yang membahas penerapan etika bisnis serta konsep green management system. Proses pengumpulan data dimulai dengan pencarian literatur yang mencakup berbagai aspek etika bisnis dan SGMS, diikuti dengan seleksi dan analisis kritis terhadap literatur yang relevan.

Analisis literatur ini bertujuan untuk mengidentifikasi pola-pola penerapan etika bisnis dan SGMS dalam industri kosmetik, serta menilai efektivitas dan dampaknya terhadap kinerja perusahaan dan persepsi konsumen. Dengan menggabungkan temuan dari berbagai sumber, penelitian ini berupaya memberikan gambaran komprehensif mengenai bagaimana perusahaan kosmetik di Indonesia menerapkan etika bisnis dan SGMS dalam praktik operasional mereka. Selain itu, penelitian ini juga mengidentifikasi tantangan dan peluang yang dihadapi oleh perusahaan dalam menerapkan etika bisnis dan SGMS, serta memberikan rekomendasi untuk perbaikan dan pengembangan lebih lanjut. Dengan pendekatan studi Literatur Review, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam pemahaman dan pengembangan praktik etika bisnis dan *green management system* dalam industri kosmetik di Indonesia.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan bisnis etis juga menuntun perusahaan untuk membuat terobosan atas permasalahan mengenai lingkungan merupakan *new issue* di dunia industry. Memperhatikan keadaan lingkungan sudah menjadi keharusan bagi sebuah perusahaan. Kebijakan yang ditetapkan perusahaan berkaitan erat dengan nilai-nilai dan aspek moral yang dijadikan tuntunan. Misalnya adalah menerapkan nilai-nilai kebaikan, keadilan dan berkomitmen menjalankan bisnis seperti yang dilakukan perusahaan *The Body Shop* yang meyakini bahwa ia adalah bagian dari masyarakat dan bukan suatu entitas yang terpisah. Menjalankan bisnis dengan nilai-nilai etis memungkinkan perusahaan juga menerapkan *Green Management System* pada setiap kebijakan yang dibuatnya. *Green Management System*

adalah sebuah system untuk mengelola dampak kegiatan bisnis terhadap lingkungan dengan mengintegrasikan pengelolaan lingkungan kedalam operasi perusahaan sehari-hari. Kesadaran perusahaan akan lingkungan dapat memunculkan keinginan untuk menyelamatkan lingkungan alam beserta isinya dengan dan menjadikan perusahaan sebagai *Green Business*.

Green Business merupakan perusahaan yang memproduksi barang ataupun jasa dan berkontribusi langsung terhadap upaya melestarikan lingkungan. Memperkenalkan konsep mengenai perusahaan hijau tidak hanya berlaku untuk kegiatan produksi namun juga untuk pelayanan dan kegiatan. Layanan dan kegiatan merupakan salah satu yang dapat menghasilkan energy terbarukan seperti enegri alternative angin, matahari, dan air. Tujuan *Green Business* meliputi berbagai bidang, diantaranya adalah memimalisai emisi dan limbah, meminimalisasi penggunaan sumber daya langka dan energy terbarukan, serta meminimalisasi siklus hidup biaya produk maupun jasa. Terdapat beberapa cara yang dapat ditempuh perusahana untuk menerapkan praktik green business, diantaranya adalah menggunakan bahan daur ulang, menggunakan sumber daya alternative untuk menggantikan sumber daya alam yang terbatas, serta mengurangi limbah.

The Body Shop menerapkan green management

Perusahaan yang didirikan oleh Dame Anita Roddick pada tahun 1976 di Inggris merupakan sebuah perusahaan manufaktur dan retail global yang menghasilkan produk kecantikan dan kosmetik. The body shop berkomitmen untuk melindungi bumi, membela hak asasi manusia, meningkatkan kepercayaan diri para konsumen, dan mendukung *Community Fair Trade* serta memastikan semua produk yang dihasilkan bebas dari penyiksaan terhadap binatang. Bukti komitmen The Body Shop adalah dengan meluncurkan kampanye global dengan Greenpeace International untuk mendukung energy terbarukan pada tahun 2002. Sedangkan pada tahun 2008 The Body Shop memperkenalkan 100% botol PET hasil daur ulang produk bekas pelanggan. Pada tahun 2012 The Body Shop menggandeng Cruelty Free International sebagai mitra untuk meluncurkan kampanye Against Animal Testing yang bertujuan untuk menghentikan pengujian kosmetik pada hewan di seluruh dunia. Sedangkan baru-baru ini meluncurkan World Bio-Bridges Mission yang merupakan sebuah komitmen untuk mengembalikan kelestarian daerah yang terancam kepunahan dan kerusakan.

Tabel 1. Certification or traceability of our purchased materials

Critical material	Certification standard	2021 certification level	2022 certification level
Palm oil	Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) Mass Balance	19.1% (18% MB 1.1% SG)	57.5% (56% MB 1.5% SG)

	(MB) and Segregated (SG)		
Paper	FSC certified	67.8%	74%
Ethanol	Bonsucro, RedCert, SAI and/or Organic	2.8%	15%
Soy	Organic	0% (incomplete data)	72%
Cotton	Organic, including Global Organic Textile Standard	59.9%	20% (against a higher standard than in 2021)
Mica	Traceability level (there is no global mica certification standard)	95.2%	99%

Sumber : The Body Shop Sustainability Report 2022

The Body Shop menjamin bahwa produknya berasal dari bahan alami yang di produksi petani *fair trade*. Penerapan perdagangan beretika antara the body shop dan supplier memungkinkan menjalankan perdagangan yang adil dan etis. Dalam lingkungan kantorpun The Body Shop melarang para karyawan dan siapapun yang berkunjung menggunakan kantong plastic, sedotan plastic, sterofoam dan botol plastic. TBS juga melakukan penghematan penggunaan energy dengan mematikan AC pada pukul 17.30 WIB, bilamana karyawan akan ke lantai dua cukup menggunakan tangga dan khusus setiap hari Jum'at semua listrik dimatikan selama 1,5 jam. Selain itu terdapat penyediaan temoat sampah dengan memilah jadi 4 kategori diantaranya adalah Residu meliputi Styrofoam, kain, bungkus makanan serta tissue, kemudian Non Kertas, Kertas dan Organik dan setiap hari pengumuman rutin sebelum jam 12 siang selalu menginformasikan para karyawan dengan mengumandangkan kalimat “selamat siang penghuni gedung, sebentar lagi kita istirahat, pastikan computer anda mati dan pilah sampah sesuai kategori. Untuk menyambut masa depan energy terbarukan di Indonesia TBS memasang solar panel untuk menurunkan emisi karbon yang dapat menyebabkan perubahan iklim.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penerapan nilai-nilai etis pada setiap proses bisnis memberikan dampak positif tidak hanya bagi perusahaan tapi juga bagi masyarakat dan stakeholder lainnya. Memupuk kesadaran akan permasalahan yang terjadi di lingkungan merupakan sebuah langkah yang etis yang dapat dilakukan perusahaan untuk tetap menjaga kelestarian lingkungan dari kerusakan juga mempertahankan bisnis yang dapat berkelanjutan dengan menerapkan *sustainability*

green management systems. Dimana salah satu Perusahaan kosmetik yang bisa menjadi acuan didalam menerapkan “SGMS” adalah *The Body Shop*.

DAFTAR REFERENSI

- Ardian, H., & Kosasi, S. (2019, Agustus). Analisis sentimen pada review produk kosmetik bahasa Indonesia dengan metode Naïve Bayes. *ENTER*, 2(1), 306–320.
- Aviatri, P., & Nilasari, A. P. (2021). Analisis penerapan etika bisnis terhadap kelangsungan usaha perusahaan dagang. *ACCOUNTHINK: Journal of Accounting and Finance*, 6(2).
- Hakim, A. R., Daviya, M., & Fauzi, N. (2019). Industri kosmetik dan manfaat bagi konsumen kosmetik di Indonesia. *Majoring in Chemistry Faculty of Math and Science Padang State University*, 1(1), 1–23.
- Harjanti, H., Sri, Y., Ebtavanny, E., & Gusti, T. (2019). Analisis kuantitatif hidrokuinon pada produk kosmetik krim pemutih yang beredar di wilayah Surabaya Pusat dan Surabaya Utara dengan metode spektrofotometri UV-Vis. *Akta Kimia Indonesia*, 4(2), 107–117.
- Khan, P. A., & Johl, S. K. (2020). Firm performance from the lens of comprehensive green innovation and environmental management system ISO. *Processes*, 8(9), 1152.
- Natari, S. U., & Sitio, N. M. (2023). Penerapan CSR (Corporate Social Responsibility) PT Sahid Group. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 2(4), 411–420.
- Ramly, R., Sajak, A. A. B., & Rashid, M. (2019). IoT recycle management system to support green city initiatives. *Indonesian Journal of Electrical Engineering and Computer Science*, 15(2), 1037–1045.
- Raharjo, K. (2019). The role of green management in creating sustainability performance on the small and medium enterprises. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 30(3), 557–577.
- Sitio, N. M., & Haaya, F. (2024). Analisis komitmen organisasi dengan komitmen profesional di lingkungan bisnis Pangandaran. *FUNDAMENTUM: Jurnal Pengabdian Multidisiplin*, 2(3), 50–56.
- Yugatama, A., Mawarni, A. K., Fadillah, H., & Zulaikha, S. N. (2019). Analisis kandungan timbal dalam beberapa sediaan kosmetik yang beredar di Kota Surakarta. *JPSCR: Journal of Pharmaceutical Science and Clinical Research*, 4(1), 52–59.
- Xie, X., Huo, J., & Zou, H. (2019). Green process innovation, green product innovation, and corporate financial performance: A content analysis method. *Journal of Business Research*, 101, 697–706.