

## ABSTRAK

Produk industri kecantikan umumnya dikemas dengan menggunakan kemasan plastik dan bahan *non-degradable* yang apabila tidak dikelola dengan baik akan berdampak buruk pada lingkungan. Berbicara mengenai reservasi lingkungan, narasi yang muncul seringkali memberikan tanggung jawab kepada konsumen dan hal itu tidaklah cukup. Industri kecantikan sebagai produsen memiliki tanggung jawab lebih khususnya dalam pengelolaan sampah kemasan plastik. Pemerintah sebagai aktor pemangku kepentingan publik di berbagai tingkatan juga memiliki porsi yang cukup besar dalam reservasi lingkungan. Upaya industri dalam mengelola limbah kemasan plastik dari produk industri kecantikan akan ditinjau dengan menggunakan konsep ekonomi sirkular. Indikator yang dibawa oleh ekonomi sirkular memungkinkan untuk dilakukannya evaluasi terhadap upaya dan komitmen perusahaan dalam mencapai ekonomi yang pro lingkungan. Relasi diantara industri dengan pemerintah dan masyarakat akan turut dibahas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa industri kecantikan (L'Oréal dan Unilever) menunjukkan level perhatian yang baik terhadap ekonomi sirkular namun dalam implementasinya belum sepenuhnya menerapkan prinsip-prinsip ekonomi sirkular. Kolaborasi yang erat antara ketiga aktor dibutuhkan sebagai katalis penerapan ekonomi sirkular di Indonesia.

**Kata kunci: Ekonomi Sirkular, L'Oréal, Unilever, Kemasan Plastik, Kolaborasi**

## ABSTRACT

*Beauty industry products are generally packaged using plastic packaging and non-biodegradable materials, which if not appropriately managed will damage the environment. In the case of environmental conservation, the narratives that emerge are often burdensome to consumers and not helpful enough. The beauty industry as a producer has more responsibility, especially in the management of plastic packaging waste. The government as a public stakeholder at various levels also has a large portion in environmental conservation. Industrial efforts in managing plastic packaging waste from beauty industry products will be reviewed using the circular economy concept. The indicators brought by the circular economy make it possible to evaluate the efforts and commitments of companies in achieving a pro-environmental economy. The relationship between industry, government, and society will also be discussed. The results show that the beauty industry (L'Oréal and Unilever) shows a high level of attention to the circular economy, but in its implementation, it has not fully adopt the principles of the circular economy. Close collaboration between the three actors is needed as a catalyst for the implementation of a circular economy in Indonesia.*

**Keywords:** *Circular Economy, L'Oréal, Unilever, Plastic Packaging, Collaboration*