

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Tas belanja plastik merupakan salah satu benda yang melekat dalam keseharian manusia. Sifatnya yang ringan, kuat, dan kedap air membuatnya menjadi pilihan praktis untuk membawa barang dibandingkan dengan tas belanja dari bahan kertas ataupun kain. Tas belanja plastik bahkan menjadi komponen utama yang diberikan penjual secara gratis kepada konsumen untuk membawa dan membungkus barang belanjaan, walaupun ada juga penjual yang memberikan tas belanja kertas atau kardus untuk membungkus belanjaan. Terlebih lagi tas belanja plastik digunakan sebagai pilihan utama karena tas belanja plastik menawarkan berbagai pilihan warna, bentuk, dan motif yang beragam. Bahkan tidak jarang konsumen meminta tambahan tas belanja plastik untuk membawa barang belanjannya. Hal ini menggambarkan bahwa konsumen merupakan pengguna utama tas belanja plastik (medcofoundation.org).

Pemakaian plastik yang tidak terkendali sangat membahayakan lingkungan. Bumi membutuhkan waktu puluhan hingga ratusan tahun untuk bisa menguraikan sampah-sampah yang terbuat dari plastik. Penggunaan plastik untuk menunjang aktifitas manusia memang terus meningkat dalam satu abad terakhir. Ratusan juta ton plastik diproduksi dan digunakan manusia di seluruh dunia setiap tahunnya. Akibatnya, sampah-sampah plastik juga semakin banyak diproduksi oleh manusia.

Sampah plastik oleh beberapa pemerhati lingkungan hidup dinyatakan sebagai bencana lingkungan karena sifatnya yang susah untuk dihancurkan. Sampah plastik terdiri dari tas plastik, botol plastik, bungkus makanan, dan barang-barang lainnya yang terbuat dari plastik. Khususnya mengenai tas belanja plastik atau yang biasa disebut dengan kereseck, menurut Yahoo Indonesia dan Greeneration Indonesia, rata-rata pemakaian tas belanja plastik per orang di Indonesia adalah 700 lembar per tahun. Sampah tas belanja plastik saja di Indonesia mencapai 4000 ton per hari atau sama dengan 16 pesawat Boeing 747, sehingga sekitar 100 milyar tas belanja plastik dikonsumsi per tahunnya di Indonesia. Produksi tas belanja plastik tersebut menghabiskan 12 juta barel minyak bumi yang tidak bisa diperbaharui, yang setara dengan 11 triliun rupiah.

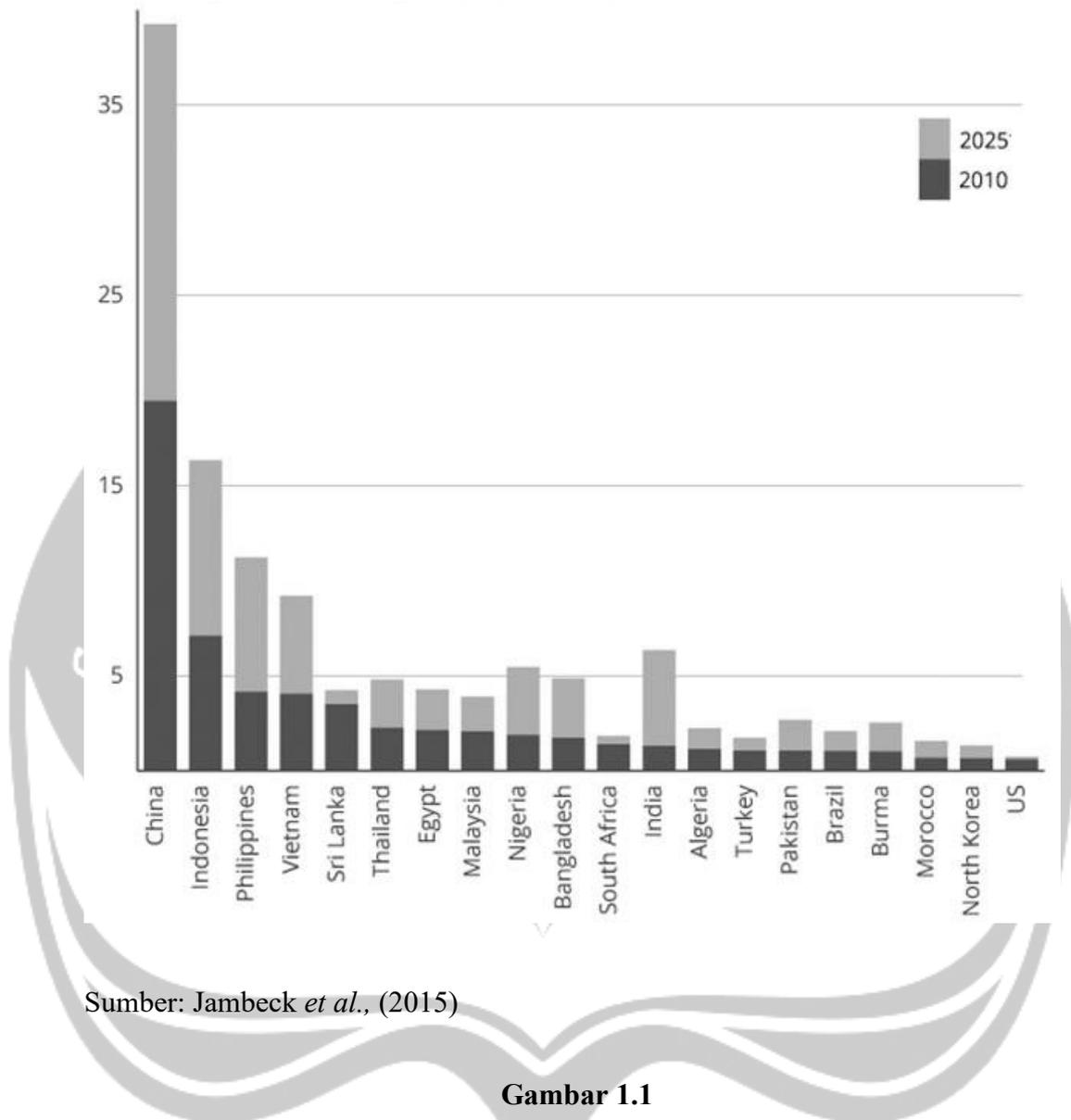
Menurut riset yang dikemukakan pada pertemuan tahunan AAAS (American Association for the Advancement of Science) bahwa sekitar 8 juta ton sampah plastik beredar di lautan dunia setiap tahun. Terdapat 8 dari 10 negara di Asia yang menghasilkan sampah plastik terbanyak di lautan mulai dari China, Indonesia, Filipina, Vietnam, Sri Lanka, Thailand, Malaysia, dan Bangladesh. Temuan dari Kepala Penelitian Jenna Jambeck memperkirakan bahwa sekitar 4,8 juta hingga 12,7 juta ton sampah plastik berakhir di lautan dunia pada tahun 2010 (bbc.com).

Tabel 1.1
Data Penghasil Sampah Plastik ke Laut di Seluruh Dunia Tahun 2010

Peringkat	Negara	Populasi Sampah di Laut (juta)	Tingkat Sampah (kg/per hari)	Persentase Sampah Plastik	Sampah Plastik Tidak Terkelola (juta ton/tahun)
1	China	262.9	110	11	8.82
2	Indonesia	187.2	0.52	11	3.22
3	Filipina	83.4	0.5	15	1.88
4	Vietnam	55.9	0.79	13	1.83
5	Sri Lanka	14.6	5.1	7	1.59
6	Thailand	26.0	1.2	12	1.03
7	Egypt	21.0	1.37	13	0.97
8	Malaysia	22.9	1.52	13	0.94
9	Nigeria	27.5	0.79	13	0.85
10	Bangladesh	70.9	0.43	8	0.79
11	Afrika Selatan	12.9	2.0	12	0.63
12	India	187.5	0.34	3	0.60
13	Algeria	16.6	1.2	12	0.52
14	Turkey	34.0	1.77	12	0.49
15	Pakistan	14.6	0.79	13	0.48
16	Brazil	74.7	1.03	16	0.47
17	Burma	19.0	0.44	17	0.46
18	Maroko	17.3	1.46	5	0.31
19	Korea Utara	17.3	0.6	9	0.30
20	Amerika Serikat	112.9	2.58	13	0.28

Sumber: sciencemag.org

Tabel 1.1 menjelaskan bahwa Indonesia berada di peringkat kedua dunia penghasil sampah plastik ke laut yang mencapai sebesar 187,2 juta ton setelah China yang mencapai 262,9 juta ton berdasarkan data Jenna Jambeck (2010) Asisten Professor Teknik Lingkungan dari Universitas of Georgia sekaligus kepala penelitian.



Sumber: Jambeck *et al.*, (2015)

Gambar 1.1

Prediksi Jumlah Sampah Plastik Tidak Terkelola di Laut tahun 2025

Gambar 1.1 menjelaskan bahwa polusi sampah plastik terus tumbuh dari tahun ke tahun. Bila sampah plastik terus dibiarkan, diperkirakan 17,5 juta ton plastik per tahun dapat memasuki lautan pada 2025. Maka, jika jumlah sampah plastik diakumulasikan dari tahun ini sampai 2025, sedikitnya 155 juta ton plastik akan beredar di lautan.

Data dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) menyebutkan bahwa plastik hasil dari 100 toko atau anggota Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (APRINDO) dalam waktu 1 tahun sudah mencapai 10,95 juta lembar sampah plastik. Jumlah tersebut ternyata setara dengan luasnya 65,7 hektar tas plastik atau sekitar 60 kali luas lapangan sepak bola (cnnindonesia.com).

Atas dasar itulah maka pemerintah Indonesia akhirnya menerapkan kebijakan uji coba tas belanja plastik berbayar mulai tanggal 21 Februari 2016, bertepatan dengan Hari Peduli Sampah Nasional, dari 22 kota di Indonesia yaitu Jakarta, Bandung, Bekasi, Depok, Bogor, Tangerang, Solo, Semarang, Surabaya, Denpasar, Palembang, Medan, Balikpapan, Banjarmasin, Makassar, Ambon, Papua, Jayapura, Pekanbaru, Banda Aceh, Kendari, dan Yogyakarta. Uji coba tas plastik berbayar ini dilaksanakan oleh pemerintah, utamanya oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, berdasarkan Surat Edaran (SE) Nomor S.1230/PSLB3-PS/2016 oleh Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan, guna memenuhi target pengurangan sampah plastik sekitar 1.9 ton setahun (kemendagri.go.id).

Pengurangan sampah plastik sejalan dengan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJM Nasional) pemerintah terkait pengurangan sampah nasional sekitar 11 persen pada tahun 2016. Kebijakan program pengurangan sampah tas plastik ini diberlakukan secara bertahap dengan tempat perbelanjaan ritel merupakan tempat pertama kali diberlakukan sebelum menyentuh pasar tradisional. Setiap tas plastik yang digunakan pembeli saat berbelanja harus dibayar seharga 200 rupiah per lembar oleh konsumen. Harga tersebut sudah

termasuk PPN dan disubsidi oleh peritel (Pengusaha Ritel) agar tidak memberatkan konsumen sehingga dinilai masih terjangkau untuk seluruh lapisan masyarakat (tempo.com dan merahbirunews.com).

Implementasi di tempat perbelanjaan ritel tersebut akan dievaluasi setiap 3 bulan sekali. Apabila hasil evaluasi menunjukkan pengurangan sampah tas plastik setelah pemberlakuan program ini tidak begitu signifikan, bisa saja harga tas plastik dipatok lebih mahal. Sementara itu, uang hasil pembayaran tas plastik tersebut nantinya diakumulasikan dan dititipkan di ritel untuk dipergunakan pada program kegiatan yang berkenaan dengan kepentingan masyarakat.

Fokus pada penelitian ini mencoba untuk mereplikasi penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wiyadi (2015), dimana pada penelitian ini akan dikaji lebih lanjut tentang pengaruh strategi pemasaran hijau mengenai tas belanja plastik berbayar terhadap niat berperilaku hijau konsumen di toko swalayan terutama di Kota Yogyakarta. Peneliti akan menekankan penelitian pada niat berperilaku hijau pada konsumen akan berubah atau tidak dengan adanya program tas plastik berbayar.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka dapat dirumuskan masalah yang akan diteliti yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana respon perilaku konsumen pada penentuan harga tas belanja plastik seharga Rp200,00?

2. Bagaimana respon perilaku konsumen pada kesadaran mengenai pemasaran hijau tas plastik berbayar?
3. Bagaimana respon perilaku konsumen pada pengaruh sosial mengenai pemasaran hijau tas plastik berbayar?
4. Bagaimana respon perilaku konsumen pada perbedaan jenis kelamin dan pendidikan terhadap harga, pengaruh sosial, dan kesadaran mengenai pemasaran hijau tas belanja plastik berbayar?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui dan menganalisis respon perilaku konsumen pada penentuan harga tas belanja plastik seharga Rp200,00.
2. Mengetahui dan menganalisis respon perilaku konsumen pada pengaruh sosial mengenai pemasaran hijau tas plastik berbayar.
3. Mengetahui dan menganalisis respon perilaku konsumen pada kesadaran mengenai pemasaran hijau tas plastik berbayar.
4. Mengetahui dan menganalisis respon perilaku konsumen pada perbedaan jenis kelamin dan pendidikan terhadap harga, pengaruh sosial, dan kesadaran mengenai pemasaran hijau tas belanja plastik berbayar.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi, menambah pengetahuan, dan meningkatkan kesadaran akan bahaya penggunaan tas plastik yang secara berlebihan dan berakibat merusak lingkungan alam. Serta meningkatkan kepedulian mengenai pemasaran hijau yang benar-benar harus diperhatikan untuk menjaga kelestarian lingkungan alam.

1.4.2. Manfaat Praktis

1.4.2.1. Bagi Tempat Perbelanjaan Retail Pasar Swalayan di Daerah Istimewa Yogyakarta

Hasil penelitian ini diharapkan mampu mendorong tempat perbelanjaan retail pasar swalayan di Yogyakarta untuk mendidik konsumen tentang perlindungan lingkungan dan mengurangi penggunaan tas belanja plastik dalam berbelanja.

1.4.2.2. Bagi Pemerintah Indonesia

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi positif kepada pemerintah mengenai pengaruh niat berperilaku hijau konsumen dari adanya kebijakan tas plastik berbayar di Daerah Istimewa Yogyakarta dan memberikan saran yang efektif jika dirasa dari kebijakan tas plastik berbayar belum cukup signifikan untuk dapat mengurangi sampah plastik.

1.5. Sistematika Penulisan

Miles & Huberman (1994) dalam Raharjo (2006) menjelaskan bahwa tidak ada tatanan yang standar untuk membuat sebuah laporan kualitatif. Penulisan laporan kualitatif didasarkan pada pertanyaan penelitian, konteks, dan audiens yang dituju. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian (Moleong, 2007) dalam Triastera (2009).

Bab I : PENDAHULUAN

Bab pendahuluan menggambarkan secara singkat mengenai penelitian yang akan dilakukan yang kemudian diuraikan dalam latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan. Bagian pertama seperti yang telah disampaikan menjelaskan mengenai latar belakang penelitian, bagaimana awal munculnya ide dan permasalahan dalam penelitian ini. Bagian pertama dilanjutkan dengan perumusan masalah. Pada bagian pertama ini juga disampaikan mengenai tujuan diadakannya penelitian yang terutama adalah berusaha menjawab rumusan masalah yang telah ditentukan, kemudian dilanjutkan mengenai manfaat penelitian.

Bab II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab kedua ini membahas semua teori yang berkaitan dalam penelitian ini sebagai dasar dan atau pedoman penelitian. Terutama tentang definisi kemasan, kemasan tas belanja plastik, pemasaran hijau,

perilaku konsumen, *green consumer behavior*, ketentuan tas belanja plastik berbayar, tinjauan studi terdahulu, studi pendahuluan, pengaruh harga tas belanja plastik seharga Rp 200,00 terhadap niat berperilaku hijau, pengaruh sosial mengenai pemasaran hijau tas belanja plastik berbayar terhadap niat berperilaku hijau konsumen, pengaruh kesadaran konsumen mengenai pemasaran hijau tas belanja plastik berbayar terhadap niat berperilaku hijau konsumen, dan pengaruh perbedaan persepsi jenis kelamin dan pendidikan pada harga, pengaruh sosial, dan kesadaran mengenai pemasaran hijau tas belanja plastik berbayar terhadap niat berperilaku hijau konsumen.

Bab III : METODE PENELITIAN

Bab ketiga ini membahas metode yang dipakai dalam penelitian ini, mulai dipaparkan mengenai metode penelitian yang digunakan dalam usaha untuk mendekati permasalahan dan menjawab pertanyaan penelitian. Bagian ini akan menjelaskan tentang desain penelitian yang digunakan, metode pemilihan informan, metode pengambilan data, prosedur penelitian sampai metode analisis data yang digunakan.

Bab IV : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Bab ini berisikan tahap-tahap dalam melakukan penelitian kemudian berisikan analisis data yang telah dikumpulkan dan diperoleh selama dilakukannya penelitian dengan menggunakan alat analisis yang telah

ditentukan. Selanjutnya, dipaparkan mengenai pembahasan yang dilakukan dalam usaha untuk menjawab pertanyaan penelitian dan refleksi penulis tentang data yang berhasil dikumpulkan. Pada bagian terakhir penulisan penelitian ini disampaikan kesimpulan atas pembahasan sebagai usaha menjawab pertanyaan riset.

Bab V : TEMUAN, DISKUSI, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN UNTUK PENELITIAN YANG AKAN DATANG

Bab kelima ini membicarakan temuan dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Bab ini merupakan penutup yang berisikan tentang temuan hasil wawancara dan analisis dari informan, diskusi mengenai nilai berbagai macam persamaan maupun hal baru yang tidak ditemukan dalam penelitian sebelumnya. Dalam bab ini juga mengungkapkan mengenai keterbatasan penelitian yang dilakukan, yaitu mengenai kesulitan yang dihadapi oleh penulis dan juga informan. Penelitian ini juga menyampaikan saran-saran yang direkomendasikan peneliti melalui riset yang diadakan baik kepada pihak perbelanjaan retail pasar swalayan maupun pihak pemerintah sebagai pertimbangan dalam menyusun kebijakan, perusahaan retail pasar swalayan untuk mengetahui produk yang diinginkan oleh konsumen, dan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya mengenai niat berperilaku hijau konsumen.