

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sampah plastik dinyatakan sebagai bencana lingkungan oleh beberapa lembaga lingkungan hidup karena sifatnya yang tidak mudah terurai. Data dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan pada tahun 2014 menyatakan bahwa jumlah sampah plastik di Indonesia yang menumpuk adalah sebesar 8,96 juta ton. Penggunaan plastik yang tidak terkendali akan membahayakan lingkungan karena membutuhkan waktu sekitar 100 sampai dengan 500 tahun untuk terurai. Salah satu contoh adalah sampah kantong plastik dimana penggunaan kantong plastik menunjang aktifitas manusia dalam keseharian. Sifatnya yang ringan, kedap air, dan praktis membuatnya menjadi pilihan untuk digunakan pada saat berbelanja sehari-hari. Walaupun sudah diberlakukan kebijakan kantong plastik berbayar pada tanggal 21 Februari 2016 yang bertepatan dengan Hari Peduli Sampah Nasional tetapi tidak memberikan pengaruh yang signifikan, sehingga kebijakan itu memudar dan diberhentikan sementara untuk dikaji ulang.

Kebijakan baru yang diterbitkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) adalah meluncurkan Standar Nasional Indonesia (SNI) 7188.7:2016 Kriteria ekolabel – Bagian 7: Kategori Produk Kantong Plastik dan Bioplastik Mudah Terurai (ppid.menlhk.go.id). Terbitnya SNI ini menjadi sebuah informasi agar masyarakat dapat memilah produk kantong plastik, baik kantong plastik yang mudah terurai dengan yang susah terurai. Pada bulan Mei 2008, telah disahkan Undang-Undang nomor 18 Tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah. Undang-undang ini merupakan upaya pemerintah dalam memberikan jaminan kehidupan yang baik dan sehat kepada masyarakat. Produsen wajib mengelola kemasan dan/atau barang yang diproduksinya yang tidak dapat atau sulit terurai oleh proses alam sehingga potensi sampah dapat dikurangi, sesuai dengan Pasal 15 UU No 18 Tahun 2008. Pemerintah menghimbau perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang industri plastik untuk beralih dari produksi kantong plastik konvensional menjadi produksi kantong plastik yang mudah terurai.

CV Sinar Jaya Plastindo (SJP) sudah membuat inovasi kantong plastik mudah terurai dengan teknologi *oxo-biodegradable*. Pada awal tahun 2018 CV SJP telah bertransisi dari produksi kantong plastik biasa/konvensional menjadi 100%

produksi kantong plastik *oxo-biodegradable*. Istilah plastik *oxo-biodegradable* merupakan plastik yang terbuat dari *petroleum-based polymers* (biasanya polietilen (PE)) dan mengandung aditif khusus yang menyebabkan terdegradasi atau mudah terurai (Wiles, 2005). Menurut European bioplastik (2009), jika plastik konvensional baru dapat terdegradasi setelah puluhan bahkan ratusan tahun, plastik *oxo-biodegradable* dapat terdegradasi dalam waktu 1 sampai dengan 2 tahun.

Pada saat ini CV Sinar Jaya Plastindo merupakan satu-satunya produsen plastik di Indonesia yang menargetkan pendistribusian produknya ke pasar tradisional, UKM dan warung. Konsumen CV SJP saat ini terdiri dari 19 distributor kantong plastik. Para distributor plastik tersebut tidak hanya memesan kantong plastik dari CV SJP saja tetapi juga memesan produk kantong plastik dari supplier lain yang tentunya masih produk kantong plastik konvensional. Masyarakat sampai dengan sekarang masih terbiasa menggunakan kantong plastik konvensional, disebabkan pemahaman konsumen terhadap kantong plastik *oxo-biodegradable* yang belum diketahui sampai sejauh mana. Beberapa konsumen CV SJP masih khawatir akan produk baru tersebut. Contoh distributor yang masih khawatir adalah konsumen CV SJP yang berada di Kota Yogyakarta. Pada saat CV SJP melakukan transisi dari produk kantong plastik konvensional menjadi kantong plastik *oxo-biodegradable*, distributor tersebut masih meragugakan produk kantong plastik di CV SJP. Hal ini terjadi pada distributor di Kota Yogyakarta karena tidak ingin mengambil resiko terlalu besar terhadap produk baru tersebut. Resiko tersebut antara lain adalah karena produk dinilai masih baru di masyarakat dan produk kantong plastik *oxo-biodegradable* yang cenderung lebih cepat terurai, sehingga distributor tidak bisa menyediakan stok produk yang banyak jika permintaan kantong plastik masih fluktuatif.

Dalam upaya mengatasi kekhawatiran para konsumennya, CV SJP mengambil kebijakan untuk mengadakan riset pasar agar produk kantong plastik *oxo-biodegradable* ini dapat menjadi pilihan bagi para konsumennya. Riset pasar ditujukan kepada masyarakat untuk mengetahui perilaku masyarakat dalam berbelanja, pengetahuan masyarakat terhadap isu-isu lingkungan dan produk kantong plastik yang mudah terurai, serta minat masyarakat terhadap produk kantong plastik *oxo-biodegradable*. Penelitian ini akan menggunakan riset desain deskriptif. Tujuan Riset desain deskriptif adalah untuk menjelaskan karakteristik pasar dengan menggunakan metode pengumpulan data sekunder, data primer

(survei), panel atau observasi. Hasil dari penelitian ini akan menggambarkan realitas yang sedang terjadi dan akan menentukan produk tersebut dapat ditawarkan kepada siapa, serta tindakan-tindakan yang akan dilakukan. Melalui riset tersebut diharapkan CV SJP dapat meyakinkan para distributor dalam pemesanan kantong plastik *oxo-degradable* di CV SJP serta merumuskan strategi pemasaran dalam merebut peluang pasar dan meningkatkan profit.

1.2. Perumusan Masalah

Setelah mempelajari latar belakang, maka ditetapkan rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah bagaimana mengetahui minat masyarakat terhadap produk kantong plastik *oxo-biodegradable* sebagai pengganti kantong plastik biasa/konvensional.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan utama dari penelitian ini adalah mendapatkan hasil analisis minat masyarakat terhadap produk kantong plastik *oxo-biodegradable* untuk meyakinkan para distributor plastik dalam pemesanan produk di CV Sinar Jaya Plastindo tersebut.

1.4. Batasan Masalah

Agar permasalahan yang dibahas tidak terlalu luas, maka diberikan batasan pada beberapa hal berikut ini :

- a. Survey dilakukan pada masyarakat di Kota Yogyakarta karena pendistribusian produk kantong plastik *oxo-biodegradable* di daerah tersebut masih jarang.
- b. Riset pasar menggunakan alat bantu berupa lembar kerja (*worksheet*) sebagai panduan untuk mengarahkan dan mempermudah proses penelitian (Doman, 2002).
- c. Analisis data riset akan difokuskan pada minat masyarakat saat ini terhadap produk yang ditawarkan dan gagasan pengembangannya.