

BAB II

DESKRIPSI OBYEK DAN WILAYAH PENELITIAN

Dalam penulisan deskripsi obyek dan wilayah penelitian ini bersumber dari artikel yang pernah bekerja sama dengan Peony, serta hasil wawancara penulis dengan *Founder, Co-Founder, dan Admin* Peony Ecohouse Bulkstore.

A. Tentang Peony Ecohouse Bulkstore

Peony Ecohouse Bulkstore merupakan *zerowaste store* pertama di Yogyakarta yang terletak di Jalan Sitisonyo, Pogung Kidul, Sinduadi, Kecamatan Mlati, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Toko ini berdiri pada tahun 2019 serta memiliki konsep belanja dengan mengajak pelanggan mereka membawa wadah dan tas belanja sendiri untuk membeli produk di Peony. Dalam menjalankan strategi komunikasi dalam bisnisnya, Peony memiliki program member untuk pelanggan setia Peony. Saat ini, jumlah member aktif Peony mencapai kurang lebih 600 orang, dengan jumlah anggota aktif adalah 200-300 orang. Peony Ecohouse Bulkstore memiliki jam operasional toko pada hari Senin sampai hari Kamis, buka pukul 10.00 hingga pada 19.00. Hari Sabtu, Peony buka pada pukul 13.00 hingga 20.00, dan hari Minggu pukul 09.00 hingga pukul 16.00 (Zerowaste Indonesia, 2019). Peony Ecohouse Bulkstore ini menjual kebutuhan sehari-hari tanpa kemasan plastik dan tanpa minimal pembelian. Sehingga, pelanggan dapat membeli produk

yang mereka inginkan sesuai dengan kebutuhan. Peony juga kerap disebut dengan toko curah, karena konsep jual belinya yang tidak menggunakan kemasan plastik. Toko curah ini juga menjual produk bahan makanan organik yang mungkin jarang ditemukan di toko pada umumnya, seperti bunga telang, biji labu siap makan, sorgum, dan lain sebagainya.

Selain bahan makanan organik, Peony juga menjual sedotan stainless, botol dan toples, sikat gigi bambu, cawan menstruasi, pembalut kain, dan beberapa produk *zero waste* lainnya. Toko curah ini didirikan oleh Dwi Indriyati dan Septyo Uji Pratomo. Mereka adalah pendatang yang memutuskan untuk tinggal dan menetap di Kota Yogyakarta. Berawal dari keprihatinan mereka terhadap kondisi lingkungan, akhirnya mereka memunculkan ide bisnis berkonsep pengurangan sampah plastik sekali pakai dan membeli bahan pangan secukupnya. Dengan konsep ini, harapannya Peony dapat membantu menyelamatkan lingkungan kedepannya. Setelah konsep utama tersebut dapat dijalankan, ternyata Peony Ecohouse Bulkstore juga dapat bekerja sama dengan UMKM lokal sebagai penyuplai produk yang mereka jual. Hingga saat ini, Peony berhasil bermitra dengan UMKM lokal dengan jumlah UMKM aktif sekitar 20-25 anggota. Target sasaran dari Peony Ecohouse Bulkstore adalah mahasiswa dan ibu rumah tangga.

Peony memilih mahasiswa sebagai target sasaran mereka karena mahasiswa dianggap mampu berpikiran secara terbuka dan melihat peluang ke depan. Jika kebiasaan penggunaan plastik masih berlangsung, kondisi

lingkungan akan semakin memburuk. Maka, Peony ingin mengajak mahasiswa untuk merubah mindset mereka ketika berbelanja, membawa wadah dan tas belanja sendiri. Sehingga dapat mengurangi penambahan volume sampah plastik sekali pakai. Selain mahasiswa, Peony juga menjadikan ibu rumah tangga sebagai target market mereka. Hal ini dikarenakan ibu rumah tangga merupakan ujung tombak dari sebuah rumah tangga. Kebutuhan sehari-hari dalam rumah tangga, sebagian besar diurus oleh ibu rumah tangga. Sehingga, harapannya mereka dapat langsung mempraktikkan pola hidup yang baru dengan berbelanja di Peony, serta membawa kebiasaan tersebut ke generasi selanjutnya. Menurut founder dan co-founder Peony, edukasi tentang gaya hidup minim sampah dan ramah lingkungan sangat penting untuk terus dikenalkan kepada masyarakat. Sehingga harapannya solusi mengenai sampah dapat segera didapatkan.

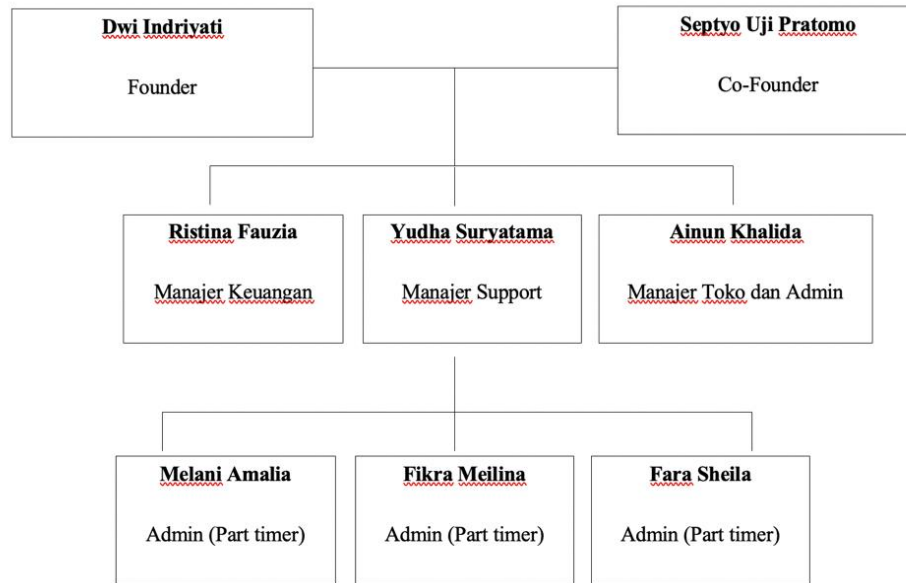


Gambar 1. Logo Peony Ecohouse Bulkstore

Logo dari Peony Ecohouse Bulkstore ini terdiri dari komponen tulisan Peony Ecohouse dan gambar bunga peony yang berwarna hijau muda. Tulisan Peony Ecohouse melambangkan nama identitas dari bulkstore yang didirikan ini, sedangkan bunga peony melambangkan keharmonisan keluarga. Dalam sejarah dikatakan bahwa pada setiap acara pernikahan di Tiongkok, selalu dipajang bunga peony yang melambangkan keharmonisan, serta kelanggengan sebuah keluarga. Menyerap dari sejarah tersebut, harapannya dengan adanya Peony Ecohouse dapat memberikan keharmonisan terhadap lingkungan sekitar dengan perannya untuk meminimalisir peredaran sampah. Peony juga berharap agar usaha ini akan berjalan langgeng ke depannya. Selain itu, harapannya pengunjung atau pelanggan yang datang dapat diperlakukan tidak hanya sebagai pelanggan, tetapi juga menjadi keluarga dengan interaksi-interaksi yang hangat dan membuat rindu untuk terus berkunjung, seperti perasaan rindu rumah. Untuk pemilihan warna hijau memiliki arti sama dengan tumbuhan dan pepohonan, harapannya Peony akan terus bertumbuh dan memberikan manfaat bagi sesama, sama seperti manfaat dari tumbuhan dan pepohonan (Pratomo, 2022).

B. Struktur Organisasi

Struktur Organisasi Peony Ecohouse



Gambar 2. Struktur Organisasi Peony Ecohouse Bulkstore

Dalam struktur organisasi di atas, terlihat Dwi Indriyati dan Septyo Uji Pratomo berada pada posisi teratas, dengan posisi *founder* dan *co-founder*. Dwi Indriyati dengan posisi *founder* memiliki tanggung jawab menetapkan dan menjaga visi misi Peony Ecohouse Bulkstore, menentukan segala kebijakan Peony Ecohouse Bulkstore seperti rekrutmen karyawan, promo, *restock* barang, pembelian inventaris, dan lain sebagainya. Sedangkan Septyo Uji Pratomo sebagai *co-founder* memiliki tugas utama untuk membantu Dwi, menetapkan dan menjaga visi misi Peony Ecohouse Bulkstore, memberikan pertimbangan untuk kebijakan yang disampaikan oleh Dwi, melakukan

restocking barang, melakukan *back up* dan *support* dalam hal teknis seperti sistem *point on sale*, input *stock* dan *stock opname*, *posting* dan promosi di media sosial Instagram.

Adapun Ristina Fauzia sebagai manajer keuangan bertugas melakukan segala pencatatan serta pembukuan keuangan dalam skala harian, mingguan, dan bulanan. Lalu juga melakukan pembayaran kepada para mitra konsinvasi dan *supplier* di Peony Ecohouse Bulkstore. Sedangkan Yudha Suryatama sebagai manajer support memiliki tugas utama melakukan pengecekan inventaris yang ada di Peony Ecohouse Bulkstore, melakukan perawatan inventaris, dan membantu *founder* dan *co-founder* untuk *restocking* barang. Adapun Ainun Khalida sebagai manajer toko dan admin, dengan tugas utama melakukan transaksi jual beli dengan pelanggan, melakukan pengecekan *stock* produk, membantu memberikan ide terkait konten di media sosial dan promosi, mengawasi dan menjaga kebersihan di toko, memastikan kelancaran serta kenyamanan transaksi jual beli di Peony Ecohouse Bulkstore.

Peony Ecohouse Bulkstore juga membuka kesempatan untuk *part timer* bekerja dan belajar bersama dengan Peony. Maka dalam struktur organisasi disebutkan bahwa terdapat Melani Amalia, Fikra Meilina, dan Fara Sheila sebagai *part timer* di Peony Ecohouse Bulkstore. Tugas utama yang dilakukan adalah membantu manajer toko untuk melakukan transaksi jual beli dengan pelanggan dan pengunjung di Peony, mengawasi dan menjaga

kebersihan di Peony Ecohouse Bulkstore, serta membantu memastikan kelancaran dan kenyamanan transaksi jual beli di Peony Ecohouse Bulkstore.

C. Peony sebagai Bulk Store

Seiring dengan bertambahnya penduduk, volume sampah juga menjadi permasalahan yang besar jika tidak segera ditangani dengan solusi yang tepat. Perkembangan zaman menjadikan masyarakat semakin maju dan berkembang untuk memikirkan bagaimana cara untuk dapat mengurangi sampah dengan baik dan bijak. Selaras dengan adanya gaya hidup bebas sampah atau kerap disebut dengan *zero waste*, *bulkstore* disebut sebagai salah satu solusi yang bertujuan mengurangi permasalahan sampah plastik yang semakin mencemari lingkungan (Susthira, 2021). *Bulkstore* yang kerap dikenal juga sebagai *pack free store* merupakan toko kelontong dengan system curah, yang menjual berbagai macam produk kebutuhan rumah tangga, bahan baku makanan, serta berbagai produk perawatan personal, yang tidak di jual dalam kemasan plastik sekali pakai (Susthira, 2021). Kebutuhan yang dijual tersebut antara lain adalah bumbu dapur, rempah, sabun dan sampo, deterjen, tepung, minyak, kopi, the, dan lain sebagainya dapat dijumpai di *bulkstore*.

Konsep jual yang dipakai *bulkstore* untuk menyediakan solusi bagi pencemaran lingkungan tidak sampai pada pengurangan sampah plastik saja, namun juga produk yang dijual biasanya berasal dari bahan alami serta hasil produksi rumahan atau *home made* (Susthira, 2021). Dari jenis bahan dasar

dan pengolahan produk ini, produk yang dijual dapat diklaim sebagai produk yang ramah terhadap lingkungan serta sehat bagi tubuh manusia. Produk yang dijual di *bulkstore* ini biasanya diletakkan di dalam wadah-wadah kaca atau toples. Produk cair diletakkan di dalam dispenser kaca, sehingga pelanggan dapat menuangkan produk ke wadah yang mereka bawa dari rumah, secukupnya sesuai dengan kebutuhan mereka.

Selain menjual produk-produk ramah lingkungan berupa bahan pangan dan kebutuhan rumah tangga, *bulkstore* biasanya juga menjual barang-barang penunjang aktivitas dan gaya hidup masyarakat yang ramah lingkungan. Contohnya adalah sedotan dan peralatan makan portable, berbahan dasar *stainless steel* yang dapat digunakan berulang kali. Selain itu juga ada pembalut kain dan cawan menstruasi atau *menstrual cup*, dan lain sebagainya (Susthira, 2021). Dengan konsep berjualan *zero waste* dan ramah lingkungan, pelanggan *bulkstore* diharapkan dapat membawa wadah sendiri dari rumah seperti toples, botol-botol kaca, tote *bag*, kotak makan, dan wadah-wadah lainnya untuk menjadi tempat barang belanjaan mereka. Produk yang akan dibeli di *bulkstore* biasanya dihitung berdasarkan gramasi atau satuan liter, maka secara tidak langsung *bulkstore* mengajak pengunjung untuk membeli barang sesuai dengan kebutuhan. Sehingga tidak ada produk yang akan terbuang karena sudah tidak layak pakai.

Dengan konsep jual beli seperti ini, masyarakat dapat menjadi lebih bijak dalam menjalankan aktivitas pembelian. Mereka akan bertanggung

jawab atas sampah yang mereka miliki, dan tidak menambah volume sampah plastik sekali pakai yang dihasilkan dari pembelian produk yang mereka konsumsi. Dengan begitu, volume sampah dapat diminimalkan sesuai dengan tujuan utama untuk mengurangi pencemaran lingkungan yang terjadi. Konsep belanja seperti ini menjadi bagian dari kampanye lingkungan yang dilakukan oleh para pelaku bisnis *bulsktore* sebagai usaha dari pengurangan potensi pencemaran lingkungan yang disebabkan oleh sampah plastik sekali pakai. Dengan menggunakan metode penjualan semacam ini, pelaku bisnis *bulkstore* secara tidak langsung telah turut berpartisipasi dalam aktivitas kampanye lingkungan.

Maxmonroe (2018) mengatakan bahwa kampanye didefinisikan sebagai kegiatan atau aktivitas pemasaran bisnis, pemilihan pemimpin, dan kegiatan sosial yang bertujuan mendapatkan dukungan dari sejumlah besar khalayak yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang secara terorganisir dalam suatu proses pengambilan keputusan (Qonaah, 2019, h. 50). Kampanye lingkungan dibagi menjadi tiga berdasarkan orientasinya, yakni *product oriented campaigns*, *candidate oriented campaigns*, dan *ideologically or cause oriented campaigns*. Pada metode penjualan *bulkstore* ini, kampanye lingkungan berorientasi pada jenis *ideologically or cause oriented campaigns*. Sebab kampanye tersebut bersifat sosial, bertujuan pada perubahan pandangan, sikap, serta perilaku dari masyarakat (Kotler, 2018; dalam Qonaah, 2019, h. 50). Kampanye lingkungan semacam ini bertujuan untuk

menyampaikan pesan lingkungan kepada target audiens yang telah direncanakan. Dari pengertian kampanye tersebut, kampanye dapat digolongkan ke dalam metode komunikasi. Metode merupakan rangkaian sistematis yang merujuk pada tata cara yang sudah direncanakan secara pasti, mapan, dan logis. Terdapat Sembilan metode dalam menjalankan komunikasi, kampanye termasuk ke dalam salah satu metode komunikasi yang dimaksud. Maka jika ditarik kesimpulan, seluruh rangkaian aktivitas dan konsep yang dilakukan oleh *bulkstore* merupakan sebuah aktivitas kampanye lingkungan, yang digolongkan ke dalam salah satu metode dalam menjalankan komunikasi.