

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

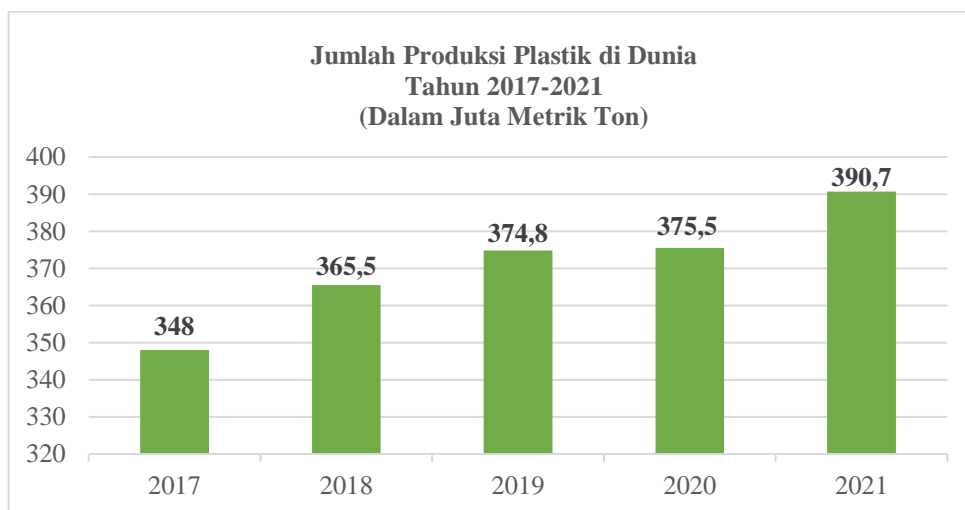
Isu permasalahan lingkungan hidup sangatlah penting karena berdampak besar terhadap kualitas hidup masyarakat saat ini dan di masa depan. Permasalahan lingkungan di dunia khususnya di Indonesia sudah berada pada tahap yang mengkhawatirkan dan penting untuk segera dicarikan solusinya (Rakhman dkk., 2023). Salah satu permasalahan lingkungan di dunia yaitu sampah. Permasalahan sampah menjadi masalah aktual seiring dengan semakin meningkatnya tingkat pertumbuhan penduduk dan mobilitas yang berdampak pada semakin banyak jumlah sampah yang diproduksi (Pratama, 2023).

Dampak dari banyaknya penimbunan sampah sudah sangat dirasakan oleh makhluk hidup dan juga bumi, mulai dari bencana banjir, tidak asrinya lingkungan dan dapat menimbulkan penyakit bagi makhluk hidup. Permasalahan sampah yang terjadi disebabkan karena adanya peningkatan konsumsi oleh manusia, lemahnya peraturan yang berlaku, dan yang paling memperhatikan adalah kurangnya kesadaran dari manusia akan sampah.

Sampah adalah buangan yang dihasilkan dari suatu proses produksi baik industri maupun domestik (rumah tangga). Pada UU No 18 Tahun 2008 tentang Pengolahan Sampah, disebutkan sampah adalah sisa kegiatan sehari-hari manusia atau dari proses alam yang berbentuk padat atau semi padat berupa zat organik atau

anorganik bersifat dapat terurai atau tidak dapat terurai yang dianggap sudah tidak berguna lagi dan dibuang ke lingkungan (Chotimah, 2020).

Berdasarkan karakteristiknya sampah dikelompokkan sebagai berikut: Sampah organik atau sampah basah yang terdiri atas daun-daunan, kayu, kertas, karton, tulang, sisa makanan ternak, sayur, buah, dan lain-lain, dan juga terdapat sampah anorganik atau sampah kering yang terdiri dari kaleng, plastik, besi dan logam-logamnya, gelas dan mika (GAIA dkk., 2019). Saat ini yang mendominasi permasalahan sampah di dunia adalah sampah plastik. Sampah plastik baru dapat terurai setelah puluhan sampai ratusan tahun tergantung ketebalan plastik, sehingga menjadi permasalahan yang krusial bagi makhluk hidup. Tentunya sampah plastik yang timbul berhubungan dengan jumlah produksi plastik. Berikut adalah grafik jumlah produksi plastik di dunia dari tahun 2017-2021:

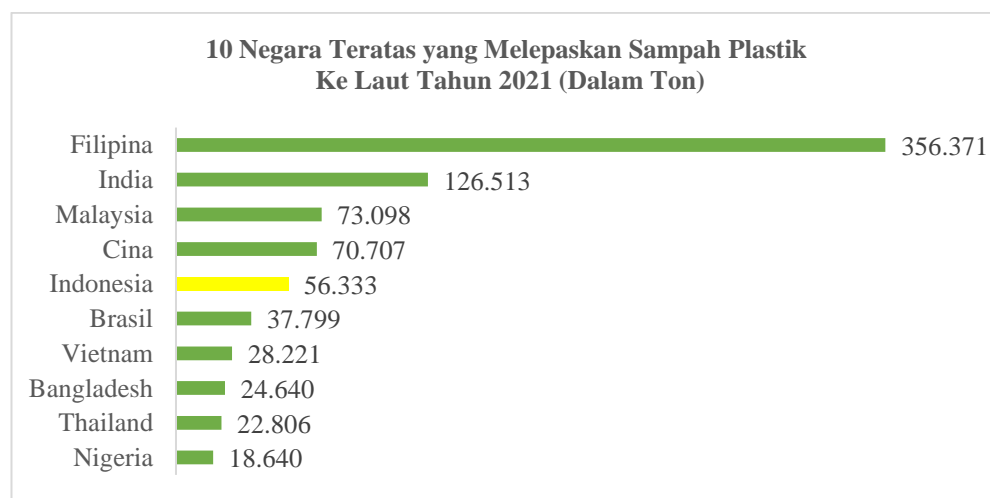


Sumber: Statista, 2023

Gambar 1.1
Jumlah Produksi Plastik di Dunia Tahun 2017-2021

Berdasarkan Gambar 1.1 dapat terlihat bahwa jumlah produksi plastik di dunia dari tahun ke tahun semakin meningkat. Di tahun 2020 jumlah produksi plastik sebesar 375,5 juta metrik ton plastik dan di tahun 2021 meningkat pesat sebanyak 15,2 juta metrik ton plastik menjadi 390,7 juta metrik ton plastik. Seperti yang sudah dipaparkan sebelumnya, bahwa sampah plastik dapat terurai puluhan hingga ratusan tahun, apabila dilihat dari grafik yang menunjukkan sampah plastik terus menerus meningkat setiap tahunnya maka dapat disimpulkan bahwa jumlah sampah plastik yang ada di dunia semakin banyak (diakumulasikan seluruh sampah plastik setiap tahun). Permintaan konsumen akan plastik akan berbanding lurus dengan besarnya produksi plastik, sehingga perlunya pengurangan penggunaan plastik di dunia terutama di Indonesia.

Dalam kehidupan sehari-hari manusia akan mengkonsumsi berbagai produk dan menghasilkan sampah. Sampah plastik yang dihasilkan seringkali dibuang ke sungai dan berakhir di lautan. Gambar 1.2 menunjukkan 10 negara teratas yang membuang sampah plastik ke laut tahun 2021:



Sumber: World Population Review, 2023

Gambar 1.2
10 Negara Teratas yang Melepaskan Sampah Plastik Ke Laut

Dari gambar di atas negara teratas yang melepaskan sampah plastik ke laut adalah Filipina, diikuti oleh India, Malaysia, China, Indonesia dan seterusnya. Indonesia berada pada posisi ke lima yang menandakan sampah plastik yang dihasilkan sangatlah besar. Menurut data Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK), wilayah lautan Indonesia sudah tercemar oleh sekitar 1.772,7 g/m² di tahun 2020. Luas dari lautan Indonesia yaitu 3,25 juta km², dapat diperkirakan bahwa jumlah sampah di wilayah lautan Indonesia secara keseluruhan sudah mencapai 5,75 juta ton. Tabel 1.1 di bawah ini membuktikan bahwa timbunan sampah plastik di Indonesia memiliki persentase yang besar dibandingkan jenis sampah lainnya.

Tabel 1.1
Komposisi Sampah Berdasarkan Jenis Sampah Tahun 2022 di Indonesia

Jenis Sampah	Jumlah Sampah (Ton)	Persentase (%)
Sisa Makanan	14.595.505,66	40,33
Plastik	6.554.044,32	18,11
Kayu dan Ranting	4.701.106,34	12,99
Kertas/Karton	4.089.492,04	11,3
Lainnya	2.656.360,32	7,34
Logam	1.092.943,89	3,02
Kain	937.326,05	2,59
Kaca	799.803,31	2,21
Karet/Kulit	774.470,17	2,14
TOTAL	36.190.195,05	100

Sumber: Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN), 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat terlihat bahwa sampah plastik menduduki urutan kedua jenis sampah terbanyak di Indonesia. Jumlah sampah plastik diperhitungkan mencapai 6.554.044,32 ton per tahun dengan persentase 18,11%.

Sebagai negara kelima yang melepaskan sampah plastik ke laut di tahun 2021, ternyata tidak menjadikan Indonesia terpacu meminimalisir sampah plastik.

Berdasarkan data yang diperoleh dari SIPSN (Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional) Indonesia selalu mengalami peningkatan jumlah sampah plastik dari tahun 2019-2022.



Sumber: Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN), 2023

Gambar 1.3
Jumlah Sampah Plastik Di Indonesia Tahun 2019-2022

Berdasarkan Gambar 1.3 dapat terlihat bahwa Indonesia mengalami peningkatan jumlah plastik setiap tahunnya. Di tahun 2019 jumlah sampah plastik di Indonesia sebanyak 4,7 ton dan di tahun 2020 menjadi 5 ton. Di tahun berikutnya yakni tahun 2021 jumlah sampah plastik mencapai 5,2 ton dan puncaknya di tahun 2022 jumlah plastik mengalami kenaikan yang sangat signifikan yakni meningkat 1,2 ton menjadi 6,5 ton sampah plastik.

Sampah plastik yang banyak di Indonesia tentunya berdampak buruk pada lingkungan karena menimbulkan pencemaran perairan maupun udara. Sungai-sungai dan lautan di Indonesia seringkali tercemar oleh sampah plastik. Menurut Direktorat Pendayagunaan Pesisir dan Pulau-pulau Kecil, secara umum sampah laut berdampak pada sektor ekonomi dan pariwisata, mengganggu kehidupan biota laut dan ekosistem pesisir dan kesehatan manusia. Banyak biota yang memakan plastik dan terjatuh plastik, merujuk pada laporan. Jika sampah plastik ini tidak

dikendalikan dikelola dengan baik, maka terjadi proses pelapukan menjadi mikro dan nano plastik yang akan merusak ekosistem pesisir dan/atau dimakan oleh plankton atau ikan. Selanjutnya, produktivitas perikanan dapat menurun dan implikasi dari mikroplastik bisa masuk ke jejaring makanan yang akhirnya dapat menimbulkan masalah pada kesehatan manusia. Sehingga dapat disimpulkan bahwa banyaknya sampah di lautan Indonesia akan berdampak pada banyaknya serangan penyakit yang mengancam manusia.

Hasil penelitian *World Wildlife Fund* (WWF) Indonesia menemukan bahwa hingga 25 persen spesies ikan laut mengandung mikroplastik. Tentu saja bahan ini berasal dari sampah plastik lautan. Mikroplastik adalah partikel plastik berukuran kurang dari 5 mm yang dapat tertelan oleh plankton, salah satu makanan utama ikan. Menurut laporan *International Union for Conservation of Nature* (IUCN): *Primary Microplastics in the Oceans: a Global Evaluation of Sources* terdapat 7 (tujuh) sumber utama mikroplastik yaitu ban kendaraan, bahan tekstil, cat kapal, cat marka jalan, produk kesehatan/pembersih, pellets, dan limbah lainnya akibat pencucian atau pelapukan (misalnya sol sepatu, debu rumah tangga, rumput buatan, penggunaan deterjen, dll) (Boucher & Friot, 2017).

Kasus akibat sampah plastik di Indonesia lainnya yakni penemuan bangkai paus sperma (*Physeter macrocephalus*) di perairan Pulau Kapota, Taman Nasional Wakatobi, Sulawesi Tenggara pada tahun 2018. Bangkai paus tersebut dibedah dan ditemukan ratusan jenis sampah plastik berbeda di dalam perutnya dengan berat total 5,9 kilogram (Saputra, 2018).

Fenomena sampah plastik yang berdampak pada biota laut juga diperlihatkan oleh *Pandawara Group*. *Pandawara Group* merupakan kelompok pemuda penggerak permasalahan sampah dan kebersihan lingkungan yang berasal dari Bandung. *Pandawara Group* sudah banyak membersihkan Pantai terkotor di Indonesia, salah satunya Pantai yang berlokasi di Banten. Lewat unggahan videonya, *Pandawara Group* memperlihatkan banyak tumpukan sampah dan ikan yang mati di Pantai tersebut.

Selain berdampak pada biota laut, sampah plastik juga menyebabkan pemanasan global. Menurut artikel yang terbit pada jurnal *PLOS ONE* yang berjudul “*Production of Methane and Ethylene from Plastics in The Environment*”, tim ilmuwan berpendapat bahwa plastik mengeluarkan gas metana serta etilena ketika rusak terkena sinar matahari sebagai akibat dari fotodegradasi, dapat menjadi faktor dari pemanasan global (Yun, 2017).

Hasil analisis lembaga pemerhati perubahan iklim *Climate Central* menunjukkan bahwa November 2022 sampai Oktober 2023 merupakan periode terpanas di Indonesia. Disebutkan *Climate Central*, selama periode itu rata-rata temperatur global 1,3 derajat *celsius* di atas temperatur pada masa praindustri. Berdasarkan perhitungan Indeks Pergeseran Iklim, Indonesia menempati urutan teratas di antara negara-negara anggota G20 dengan angka rata-rata 2,4 derajat *celsius* mengalahkan Arab Saudi dan Meksiko (Wisnubroto, 2023).

Permasalahan sampah plastik yang semakin memburuk menjadi masalah yang tidak ada habisnya bagi Indonesia. Hingga saat ini berbagai upaya telah dilakukan pemerintah untuk mengurangi sampah walaupun belum ada penyelesaian

secara 100 % sampah plastik dapat habis di Indonesia. Indonesia memiliki 38 Provinsi dan Jawa Barat merupakan salah satu 5 Provinsi teratas di Indonesia:

Tabel 1.2
Timbulan Sampah 5 Provinsi Teratas di Indonesia
Tahun 2020-2022

2020		2021		2022	
Provinsi	Jumlah Sampah (Ton)	Provinsi	Jumlah Sampah (Ton)	Provinsi	Jumlah Sampah (Ton)
Jawa Tengah	4.236.201,25	Jawa Tengah	5.021.888,22	Jawa Tengah	5.657.837,21
Jawa Timur	3.847.380,62	Jawa Barat	4.510.863,43	Jawa Timur	5.037.540,23
Jawa Barat	3.430.859,16	Jawa Timur	4.068.911,99	Jawa Barat	4.894.648,33
DKI Jakarta	3.054.812,22	DKI Jakarta	3.083.437,85	DKI Jakarta	3.112.381,40
Sumatera Selatan	1.417.845,82	Sumatera Utara	1.960.111,16	Banten	2.627.865,54

Sumber: Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN), 2024

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat disimpulkan bahwa Provinsi di pulau Jawa mendominasi timbulan sampah di Indonesia. Provinsi Jawa Barat selalu berada pada posisi 5 provinsi teratas timbulan sampah terbanyak di Indonesia dan selalu mengalami peningkatan dalam jumlah sampah.

Kota Bandung merupakan salah satu kota besar di Jawa Barat. Di kota besar masalah sampah lebih sulit diatasi dibandingkan dengan daerah kecil. Hal tersebut dikarenakan faktor iklim, tingkat pertumbuhan dan taraf hidup yang tinggi, gaya hidup dan mobilitas serba praktis yang menjadikan penggunaan plastik lebih banyak namun tidak sesuai dengan penanganan dan daya tampung sampah yang dihasilkan. Hal tersebut dibuktikan dengan Tabel 1.3 berikut:

Tabel 1.3
Timbulan Sampah Plastik 5 Kota Teratas di Jawa Barat
Tahun 2020-2022

2020		2021		2022	
Kota	Jumlah Sampah Plastik (Ton)	Kota	Jumlah Sampah Plastik (Ton)	Kota	Jumlah Sampah Plastik (Ton)
Kota Depok	101.001,66	Kab. Indramayu	144.078,98	Kab. Indramayu	145.520,22
Kab. Bandung	96.458,38	Kota Bekasi	135.288,93	Kota Bekasi	104.235,92
Kota Bandung	93.859,78	Kota Depok	102.455,54	Kota Bandung	97.173,38
Kota Bogor	24.592,23	Kota Bandung	97.073,77	Kab. Garut	83.223,76
Kab. Sumedang	20.214,61	Kab. Garut	83.808,47	Kab. Sumedang	64.636,81

Sumber: Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN), 2024

Tabel 1.3 menunjukkan Kota Bandung dari tahun 2020-2022 termasuk 5 Kota teratas dengan timbulan sampah plastik terbanyak di Jawa Barat. Setiap tahunnya sampah plastik di Kota Bandung selalu meningkat, walaupun di tahun 2021 Kota Bandung turun ke posisi empat, di tahun berikutnya yakni tahun 2022 Kota Bandung kembali pada posisi tiga sebagai Kota dengan timbulan sampah plastik terbanyak di Jawa Barat.

Menurut Direktur Utama PD Pasar, Gun Gun Saptari, satu orang bisa menghasilkan 0,6 kilogram sampah setiap harinya. Sehingga tak heran, jika ribuan ton sampah bisa diproduksi dalam kurun waktu satu hari di Kota Bandung dan mampu membuang sampah ke Tempat Pembuangan Akhir (TPA) hingga 1.300 ton perhari. Hal tersebut menunjukkan bahwa kesadaran akan penggunaan sampah plastik pada masyarakat Kota Bandung masih rendah.

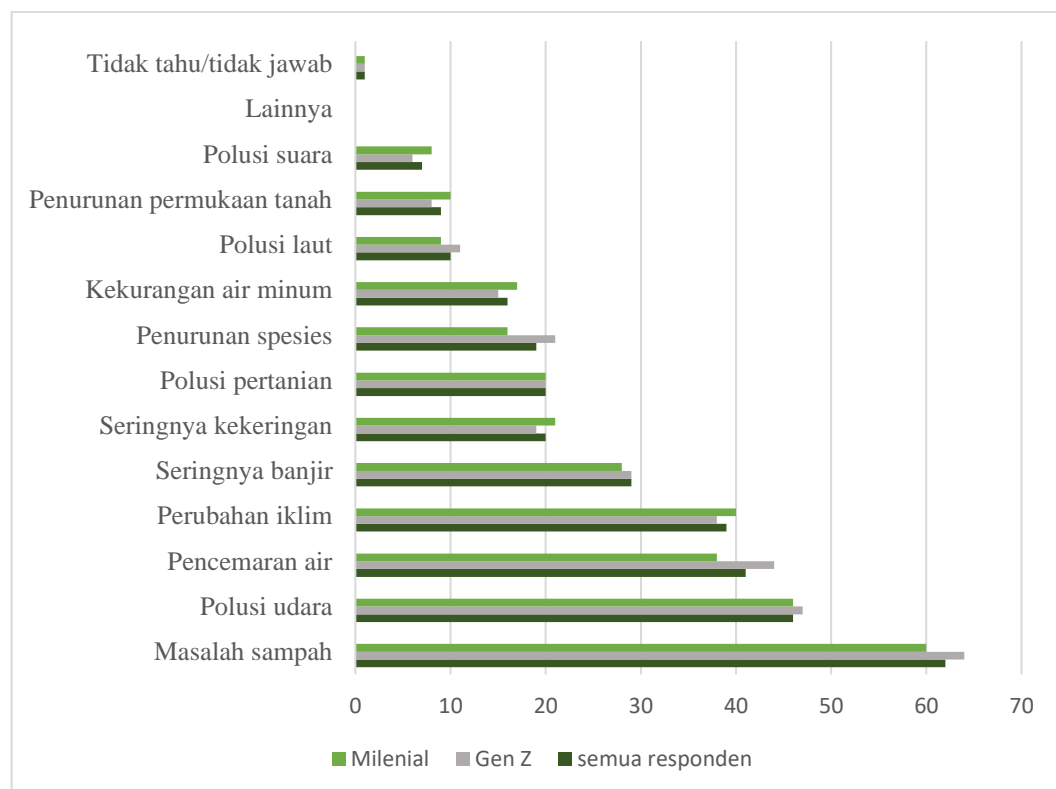
Pemerintah telah melakukan upaya dengan mengeluarkan Peraturan Daerah Kota Bandung No. 9 Tahun 2018 yang menetapkan pemilahan, pengumpulan, pengelolaan, pengangkutan, dan pemrosesan akhir sampah turut. YPBB (Yayasan

Pengelolaan Biosains dan Biotekologi) menerapkan peraturan tersebut dengan melakukan Rencana Teknis Pengelolaan Sampah (RTPS) di tingkat kawasan dengan melibatkan masyarakat Kota Bandung dan petugas pengumpul sampah.

Pemerintah Kota Bandung juga telah mengeluarkan peraturan terkait penggunaan plastik sebagai upaya pengurangan plastik di tahun 2012 yakni pada Peraturan Daerah Kota Bandung No. 17 Tahun 2012 mengenai pengurangan penggunaan plastik yang menyatakan “Penggunaan plastik telah menjadi permasalahan bagi lingkungan, sehingga perlu adanya upaya pencegahan terhadap dampak negatif dari plastik secara komprehensif dan terpadu agar memberikan rasa aman, bersih dan sehat bagi lingkungan” dan juga Peraturan Walikota Kota Bandung No. 37 Tahun 2019 tentang petunjuk pelaksanaan Peraturan Daerah Kota Bandung No. 17 Tahun 2012 untuk mengurangi plastik sebagai petunjuk teknis dan pedoman dalam upaya pengurangan penggunaan plastik secara terukur di Kota Bandung. Akan tetapi upaya tersebut belum dapat menangani sampah di Kota Bandung. Setidaknya dengan adanya peraturan-peraturan tersebut dapat meningkatkan kesadaran masyarakat.

Meningkatnya kesadaran masyarakat akibat dari pemberlakuan aturan yang berlaku menjadikan perubahan pola konsumsi produk, yang sebelumnya produk yang mereka konsumsi adalah produk yang menambah jumlah sampah, kini mulai beralih pada produk yang aman dan ramah lingkungan. Peralihan sikap ini mempengaruhi pertimbangan masyarakat dalam aktivitas pembelian mereka terutama panganan sehari-hari, mereka akan memikirkan hal tersebut mulai dari sisi higienis dan dampaknya terhadap lingkungan (Salam & Sukiman, 2021).

Berdasarkan berita harian Kompas generasi muda khususnya generasi Z merupakan generasi yang peduli terhadap isu-isu lingkungan dan juga dampaknya pada kehidupan sehari-hari (Dellanita & Nariswari, 2022). Menurut Karina dkk., (2021) dalam buku *Gen Z Insight: Perspective and Education*, generasi Z lahir berkisar dari tahun 1997-2012 atau saat ini berusia 12-27 tahun. Berikut adalah hasil survei Indikator Politik Indonesia terkait isu lingkungan yang dianggap paling penting bagi kalangan muda:

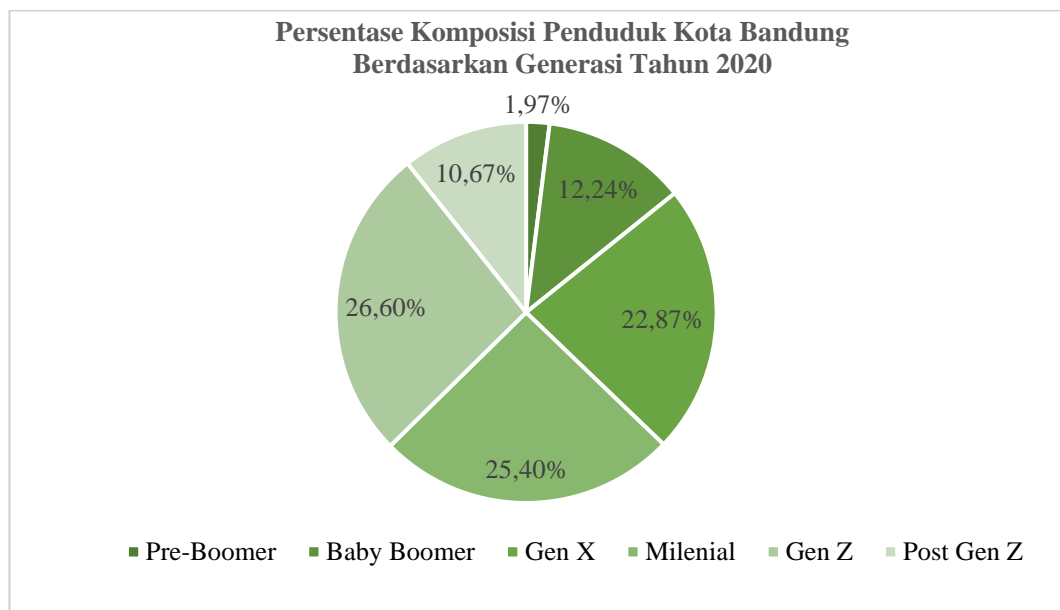


Sumber: Indikator Politik Indonesia (IPI), 2021

Gambar 1.4 **Isu Lingkungan Paling Penting Bagi Kalangan Muda Tahun 2021**

Gambar 1.4 menunjukkan bahwa masalah sampah menduduki posisi pertama sebagai isu lingkungan paling dianggap penting oleh generasi muda, Survei Indikator Politik Indonesia (IPI) mencatat bahwa tingkat kepedulian Gen Z mencapai 64%, dan untuk Milenial sebesar 60% mengenai isu masalah sampah

(Agustin AF, Arifatul N, 2022). Selain itu Gen Z merupakan generasi dengan populasi terbanyak di Kota Bandung, Gambar 1.5 menunjukkan persentase komposisi penduduk Kota Bandung berdasarkan generasi di tahun 2020:



Sumber : BPS Kota Bandung, 2020

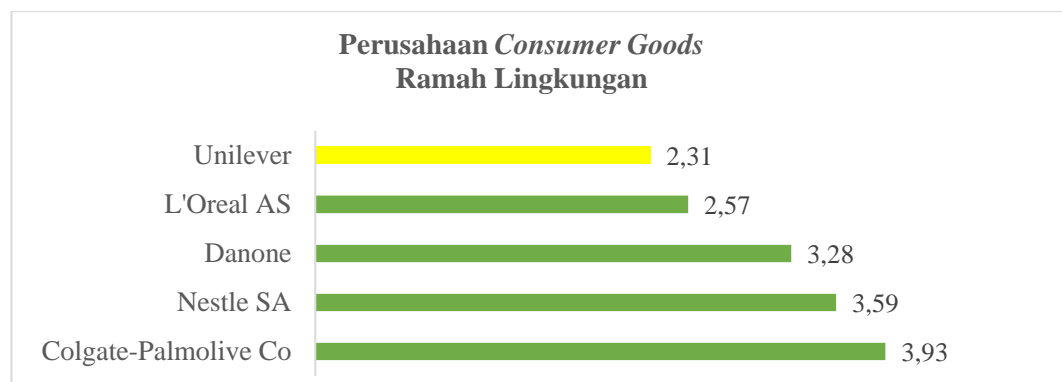
Gambar 1.5
Komposisi Penduduk Kota Bandung Berdasarkan Generasi

Berdasarkan Gambar 1.5 di atas dapat disimpulkan bahwa Gen Z merupakan generasi dengan jumlah terbanyak yakni 26,6%, diikuti generasi Milenial dengan komposisi penduduk kedua terbanyak dengan persentase 25,4%, dan generasi dengan komposisi penduduk terendah adalah generasi Pre-Boomer dengan persentase 1,97%. Sehingga dengan populasi terbesar, Gen Z memiliki dampak sangat besar pada lingkungan.

Berbicara terkait permasalahan sampah memang tidak ada habisnya, hingga saat ini sampah masih menjadi masalah makhluk hidup karena perilaku manusia yang konsumtif terhadap penggunaan plastik baik dalam aktivitas sehari-hari maupun dalam industri. Sehingga dengan permasalahan sampah plastik tersebut

banyak perusahaan yang mulai menerapkan pemasaran dengan konsep *green marketing*.

Salah satu perusahaan di Indonesia yang menerapkan konsep *green marketing* adalah PT Unilever Indonesia Tbk. *Carbon Disclosure Project* (CDP) menetapkan Unilever sebagai perusahaan *consumer goods* yang paling siap untuk mengurangi emisi dan stabilisasi ekosistem alam. Perusahaan *consumer goods* adalah perusahaan yang memproduksi dan menjual produk yang digunakan langsung oleh konsumen akhir untuk kebutuhan sehari-hari. Berikut adalah peringkat perusahaan *consumer goods* ramah lingkungan:



Sumber: Infografik, 2019

Gambar 1.6
Perusahaan *Consumer Goods* Ramah Lingkungan Tahun 2019

Berdasarkan Gambar 1.5 dapat diketahui Unilever berada di posisi pertama sebagai perusahaan *consumer goods* ramah lingkungan. Skor yang tertera dinilai berdasarkan seberapa siap perusahaan terhadap risiko iklim dan seberapa besar kesempatan mereka, semakin kecil skor semakin siap suatu perusahaan. Penilaian CDP juga memperhitungkan aksi korporasi Unilever pada 2016. Saat itu, Unilever memutuskan akuisisi perusahaan Seventh Generation Inc yakni produsen sabun dan deterjen rendah karbon asal Amerika Serikat (AS). Selain itu, aksi dukungan

Unilever untuk lebih ramah lingkungan tercermin dari keputusannya terlibat dalam Paris Agreement yang mengajak dunia untuk menahan pemanasan global pada kisaran kurang dari 2 derajat celsius. Selain itu juga berkomitmen mengurangi penggunaan bahan bakar batu bara dan 40% energi terbarukan pada 2020. Perseroan akan meningkatkan hingga 100% pada 2030 (Aninda, 2019).

Di Indonesia sendiri, PT Unilever Indonesia Tbk juga termasuk perusahaan *go-green* bersama dengan Panasonic, The Body Shop, Indocement Tunggak Prakasa Tbk, Apple, Adidas, Stacbucks, Nike, PT Sinar Sosro, Ikea, dan Dell. PT Unilever Indonesia Tbk berhasil menyerap 3.700 ton sampah anorganik pada akhir tahun 2022 (Jessica, 2022).

Sebagai salah satu perusahaan ramah lingkungan dan menerapkan *green marketing*, di tahun 2019 PT Unilever Indonesia Tbk mengeluarkan produk hijau yakni Sikat Gigi Natural Bamboo Pepsodent dengan 100% gagang bambu dan 100% kemasan kertas daur ulang. Selain itu, untuk memberikan dampak positif yang lebih luas, Pepsodent bekerjasama dengan *National Geographic* Indonesia dengan mengajak masyarakat mengumpulkan dan mendaur ulang sikat gigi plastik bekas yang nantinya sikat gigi plastik bekas akan dijadikan meja lipat untuk anak-anak yang membutuhkan.

Dari perusahaan yang memproduksi sikat gigi di Indonesia dengan merek yang berbeda-beda terdapat beberapa merek yang menjadi teratas atau paling diketahui masyarakat. Untuk melihat kondisi dari merek-merek industri sikat gigi dapat dilihat dari hasil survei *Top Brand Index*. Tabel 1.4 di halaman selanjutnya menunjukkan daftar *Top Brand Index* (TBI) Sikat Gigi tahun 2020-2024.

Tabel 1.4
Top Brand Index (TBI) Sikat Gigi Tahun 2020-2024

<i>Brand</i>	TBI 2020	TBI 2021	TBI 2022	TBI 2023	TBI 2024
Formula	34,70%	36,00%	36,60%	35,20%	30,90%
Pepsodent	33,30%	34,40%	33,10%	31,80%	27,10%
Ciptadent	11,20%	11,50%	13,50%	13,40%	17,70%
Oral-B	12,10%	11,80%	11,70%	14,20%	12,60%

Sumber: Top Brand Award, 2024

Berdasarkan data tabel di atas dapat disimpulkan bahwa Sikat Gigi Pepsodent berada di posisi kedua, dan urutan pertama di duduki oleh *market leader* Sikat Gigi Formula. Data tersebut juga menunjukkan dalam dua tahun terakhir yakni tahun 2023 dan 2024 persentase TBI Sikat Gigi Pepsodent mengalami penurunan. Diantara 4 *Top Brand Index* Sikat Gigi, hanya Pepsodent yang melakukan strategi *green marketing* dengan mengeluarkan produk Sikat Gigi Natural Bamboo Pepsodent. Walaupun Pepsodent telah melakukan suatu bentuk strategi *marketing* yakni *green marketing* tetapi persentase TBI masih kalah dengan Sikat Gigi Formula. Tabel di bawah ini menunjukkan penjualan Sikat Gigi Natural Bamboo Pepsodent di berbagai *marketplace*.

Tabel 1.5
Penjualan Sikat Gigi Natural Bamboo Pepsodent Pada *Marketplace*

<i>E-Commerce</i>	Total Volume Penjualan Januari	Total Volume Penjualan Februari
Tokopedia	3000+	3000+
Lazada	1000+	1000+
Shopee	23	46
Blibli	9	9

Sumber: 2024, Data Diolah Peneliti

Diambil dari akun *official* Unilever pada beberapa *marketplace*, Tabel 1.5 menunjukkan bahwa total penjualan Sikat Gigi Natural Bamboo Pepsodent memiliki perbandingan yang cukup jauh. Total penjualan tersebut juga dikatakan

rendah apabila dibandingkan dengan produk Sikat Gigi Pepsodent lainnya. Pada *e-commerce* shopee penjualan sikat gigi Pepsodent lainnya terjual di atas 10.000. Sehingga perlu dilakukan penelitian terkait kinerja pemasaran Unilever pada Sikat Gigi Natural Bamboo Pepsodent.

Penelitian pendahuluan dilakukan untuk mengetahui kinerja pemasaran Sikat Gigi Natural Bamboo Pepsodent dengan cara membagikan kuesioner penelitian terhadap 30 responden Gen Z di Kota Bandung. Hasil penelitian pendahuluan tersebut akan disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1.6
Hasil Penelitian Pendahuluan Terkait Kinerja Pemasaran
Pada Sikat Gigi Natural Bamboo Pepsodent

No	Pernyataan	Frekuensi					Rata-rata	Kriteria
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
<i>Green Purchase Intention</i>								
1	Saya berminat untuk membeli Sikat Gigi Natural Bamboo Pepsodent karena konsep ramah lingkungannya	2	3	14	8	3	2,77	Kurang Baik
2	Saya berminat membeli Sikat Gigi Natural Bamboo Pepsodent meskipun cenderung mahal karena peduli terhadap lingkungan	1	1	10	8	10	2,16	Tidak Baik
Skor Rata-rata <i>Green Purchase Intention</i>							2,47	Tidak Baik
<i>Green Consumer Satisfaction</i>								
1	Saya merasa puas dengan kualitas produk Sikat Gigi Natural Bamboo Pepsodent	19	9	2	0	0	4,57	Sangat Baik

Lanjutan Tabel 1.6

No	Pernyataan	Frekuensi					Rata-rata	Kriteria
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
2	Saya merasa puas membeli Sikat Gigi Natural Bamboo Pepsodent karena keinginan terpenuhi	19	9	2	0	0	4,57	Sangat Baik
Skor Rata-rata Green Consumer Satisfaction							4,57	Sangat Baik
Green Loyalty								
1	Sikat Gigi Natural Bamboo Pepsodent merupakan pilihan pertama saya ketika ingin menggunakan sikat gigi tanpa menghasilkan banyak sampah plastik	26	3	1	0	0	4,83	Sangat Baik
2	Saya akan merekomendasikan Sikat Gigi Natural Bamboo Pepsodent	24	4	2	0	0	4,73	Sangat Baik
Skor Rata-rata Green Loyalty							4,78	Sangat Baik
<p style="text-align: center;">Rata-rata = Total : Jumlah Responden (30) Skor Rata-rata = Total Rata-rata : Jumlah Pernyataan Kuesioner</p> <p>Keterangan: SS : Sangat Setuju S : Setuju KS : Kurang Setuju TS : Tidak Setuju STS : Sangat Tidak Setuju</p>								

Sumber: Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan pada Tabel 1.6 pada 30 responden Gen Z di Kota Bandung dapat terlihat *green purchase intention* Sikat Gigi Natural Bamboo Pepsodent berada pada kategori tidak baik dibandingkan dengan *green consumer satisfaction* dan *green loyalty* berada pada kategori sangat baik. Sehingga mengindikasikan produk Sikat Gigi Natural Bamboo kurang diminati. Pernyataan “saya berminat membeli Sikat Gigi Natural Bamboo meskipun cenderung mahal karena peduli terhadap lingkungan” memiliki kategori tidak baik dengan skor terendah yakni 2,16. Hal tersebut mengartikan Gen Z tidak memiliki minat membeli

apabila harga yang ditetapkan pada produk ramah lingkungan mahal atau jauh di atas harga rata-rata sikat gigi pada umumnya.

Berdasarkan data kuesioner pendahuluan yang telah diuraikan di atas, adapun penelitian pendahuluan mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *green purchase intention* pada Sikat Gigi Natural Bamboo Pepsodent melalui *green marketing mix*, untuk mengetahui permasalahan lain dari kurangnya minat membeli Sikat Gigi Natural Bamboo Pepsodent. Unsur-unsur yang terdapat didalam *green marketing mix* menurut (Kartawinata dkk., 2020) ialah *green product*, *green price*, *green place* dan *green promotion*. Hasil penelitian pendahuluan yang ditujukan pada 30 responden Gen Z di Kota Bandung sebagai berikut:

Tabel 1.7
Hasil Penelitian Pendahuluan Terkait Bauran Pemasaran
Pada Sikat Gigi Natural Bamboo Pepsodent

No	Pernyataan	Frekuensi					Rata-rata	Kriteria
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
Green Product								
1	Sikat Gigi Natural Bamboo Pepsodent aman terhadap lingkungan	2	3	21	3	1	3,07	Kurang Baik
2	Saya mengetahui adanya pengadaan <i>eco label</i> pada Sikat Gigi Natural Bamboo Pepsodent	0	2	12	12	4	2,4	Tidak Baik
Skor Rata-rata Green Product							2,74	Kurang Baik
Green Price								
1	Kualitas Sikat Gigi Natural Bamboo Pepsodent sesuai dengan harga yang ditawarkan	1	3	11	12	3	2,57	Tidak Baik
2	Harga dari Sikat Gigi Natural Bamboo Pepsodent sesuai dengan manfaat yang dirasakan	1	1	6	18	4	2,23	Tidak Baik
Skor Rata-rata Green Price							2,4	Tidak Baik

Lanjutan Tabel 1.7

No	Pernyataan	Frekuensi					Rata-rata	Kriteria
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
Green Place								
1	Kemudahan mendapatkan Sikat Gigi Natural Bamboo Pepsodent sesuai dengan harapan saya	1	2	18	5	4	2,7	Kurang Baik
2	Sikat Gigi Natural Bamboo Pepsodent selalu tersedia pada toko maupun toserba	2	0	5	4	19	1,73	Tidak Baik
Skor Rata-rata Green Place							2,22	Tidak Baik
Green Promotion								
1	Iklan Sikat Gigi Natural Bamboo Pepsodent menyadarkan saya untuk mengkonsumsi produk yang ramah lingkungan	1	2	12	12	3	2,53	Tidak Baik
2	Sikat Gigi Natural Bamboo Pepsodent dikenal sebagai produk ramah lingkungan yang baik dan tidak pernah terdapat berita negatif	1	1	19	8	1	2,77	Kurang Baik
Skor Rata-rata Green Promotion							2,65	Kurang Baik
<p style="text-align: center;">Rata-rata = Total : Jumlah Responden (30) Skor Rata-rata = Total Rata-rata : Jumlah Pernyataan Kuesioner</p> <p>Keterangan: SS : Sangat Setuju S : Setuju KS : Kurang Setuju TS : Tidak Setuju STS : Sangat Tidak Setuju</p>								

Sumber: Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan pada Tabel 1.5 pada 30 responden Gen Z di Kota Bandung terlihat bahwa *green product* dan *green promotion* berada pada kategori kurang baik sementara *green price* dan *green place* memperoleh nilai rata-rata yang rendah dan masuk pada kategori tidak baik. Harga yang ditetapkan pada Sikat Gigi Natural Bamboo Pepsodent memang cukup mahal *range* harga

tanpa diskon berada pada Rp.19.000 – Rp.40.000, selain itu sikat gigi tersebut juga sulit ditemukan pada *offline store* seperti toserba, minimarket dan toko kelontong. Pada sisi *green product* konsumen pengadaan *eco label* pada Sikat Gigi Natural Bamboo juga berada pada kategori tidak baik, hal tersebut dapat terjadi karena konsumen Gen Z belum memahami *eco label*. Pada *green promotion* iklan Sikat Gigi Natural Bamboo Pepsodent belum dapat menyadarkan Gen Z untuk mengkonsumsi produk yang ramah lingkungan. Adapun faktor-faktor lain yang mempengaruhi *green purchase intention* adalah sebagai berikut:

Tabel 1.8
Hasil Penelitian Pendahuluan Terkait Faktor-faktor yang Mempengaruhi
***Green Purchase Intention* Pada Sikat Gigi Natural Bamboo Pepsodent**

No	Pernyataan	Frekuensi					Rata-Rata	Kriteria
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
<i>Environmental Knowledge</i>								
1	Memahami simbol atau tanda produk ramah lingkungan pada kemasan produk	1	2	10	13	4	2,43	Tidak Baik
2	Memahami <i>global warming</i> dan <i>greenhouse gas</i>	2	0	7	17	4	2,3	Tidak Baik
Skor Rata-rata <i>Environmental Knowledge</i>							2,37	Tidak Baik
<i>Environmental Concern</i>								
1	Saya menyadari banyaknya timbunan sampah dapat mengancam kesehatan saya	12	12	6	0	0	4,2	Sangat Baik
2	Saya menyadari dengan membuang sampah ke sungai berdampak buruk pada makhluk hidup di dalamnya	13	14	3	0	0	4,33	Sangat Baik
Skor Rata-rata <i>Environmental Concern</i>							4,27	Sangat Baik
<i>Environmental Attitude</i>								
1	Saya selalu berperilaku ramah lingkungan	1	1	4	13	11	1,93	Tidak Baik

Lanjutan Tabel 1.8

No	Pernyataan	Frekuensi					Rata-Rata	Kriteria
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
2	Saya membeli produk ramah lingkungan untuk mengurangi pencemaran lingkungan	2	0	9	17	2	2,13	Tidak Baik
Skor Rata-rata <i>Environmental Attitude</i>							2,03	Tidak Baik
<i>Environmental Values</i>								
1	Saya memiliki keinginan untuk memperbaiki kerusakan lingkungan	24	4	2	0	0	4,73	Sangat Baik
2	Saya meyakini dunia harus bebas dari kerusakan lingkungan.	24	4	2	0	0	4,73	Sangat Baik
Skor Rata-rata <i>Environmental Values</i>							4,73	Sangat Baik
<p style="text-align: center;">Rata-rata = Total : Jumlah Responden (30) Skor Rata-rata = Total Rata-rata : Jumlah Pernyataan Kuesioner</p> <p>Keterangan: SS : Sangat Setuju S : Setuju KS : Kurang Setuju TS : Tidak Setuju STS : Sangat Tidak Setuju</p>								

Sumber: Diolah Peneliti, 2024

Tabel 1.8 menunjukkan skor terendah faktor-faktor yang mempengaruhi *green purchase intention* adalah *environmental knowledge* dan *environmental attitude*. *Environmental knowledge* memperoleh skor terendah yakni dengan skor 2,37 dapat disimpulkan bahwa pengetahuan gen z terkait lingkungan masih rendah. Begitupula dengan *environmental attitude* memiliki skor rata-rata 2,03 dengan kategori tidak baik. Skor terendah pada *environmental attitude* berada pada pernyataan “saya selalu berperilaku ramah lingkungan” sehingga dapat disimpulkan bahwa saat ini Gen Z memiliki perilaku ramah lingkungan masih sangat rendah.

Salah satu kalangan dari Gen Z adalah Mahasiswa. Mahasiswa dikenal sebagai *agent of change* karena memiliki akses pengetahuan ilmu lebih luas sehingga hal ini memungkinkan mereka untuk mendapatkan pengetahuan terkini tentang isu-isu lingkungan dan solusi inovatif. Selain itu terdapat perguruan tinggi yang kini memasukkan topik keberlanjutan dan ramah lingkungan dalam kurikulum mereka. Mata kuliah seperti ilmu lingkungan, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial korporat menjadi bagian dari pendidikan tinggi yang membantu mahasiswa memahami pentingnya menjaga lingkungan. Perguruan tinggi yang mewajibkan pengambilan mata kuliah kategori lingkungan adalah salah satu Perguruan Tinggi Negeri di Kota Bandung. Selain itu Perguruan Tinggi Negeri tersebut juga menerapkan konsep *sustainable and green campus*.

Berdasarkan pernyataan di atas dapat diketahui bahwa permasalahan lingkungan yang terjadi dapat menjadi salah satu strategi *marketing* suatu perusahaan dan hal tersebut dapat menjadi suatu ciri khas yang dapat diingat di benak konsumen ditambah dengan adanya kewajiban Mahasiswa mempelajari lingkungan. Maka penulis tertarik untuk menyusun penelitian dengan judul “Pengaruh *Green Marketing* dan *Environmental Knowledge* Terhadap *Environmental Attitude* dan Implikasinya Terhadap *Green Purchase Intention* Pada Produk Sikat Gigi Natural Bamboo Pepsodent (Survey Pada Mahasiswa PTN di Kota Bandung”.

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

Penelitian ini pada dasarnya dilakukan guna mendapatkan data yang digunakan untuk memecahkan masalah untuk itu setiap penelitian yang dilakukan bermula dari masalah. Masalah merupakan salah satu hal yang harus dicari solusinya untuk hal yang lebih baik. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah yang dilakukan dalam penelitian.

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan peneliti dan mengidentifikasi berbagai masalah sebagai berikut:

1. Buruknya kondisi sampah dunia dan tahunnya terus bertambah banyak.
2. Kondisi sampah Indonesia yang tidak kalah memprihatinkannya hingga menjadi salah satu negara kontributor sampah terbanyak.
3. Dampak buruk akibat sampah plastik sudah yang sangat dirasakan sehingga menimbulkan beberapa masalah.
4. Sampah menjadi cikal bakal timbulnya masalah baru khususnya di beberapa kota besar di Indonesia dan salah satunya Kota Bandung.
5. Terciptanya gerakan *back to nature* yang berimplikasi pada pelaku bisnis untuk menjadikan produk mereka ramah lingkungan salah satunya Pepsodent dengan menggunakan *Green Marketing*.
6. Pepsodent masih kalah saing dengan Formula sehingga belum menjadikannya *top of mind*.

7. Minat beli Sikat Gigi Natural Bamboo Pepsodent masih kurang terutama perihal harga yang cenderung jauh lebih mahal dibandingkan sikat gigi plastik.
8. *Green marketing* yang dilakukan Unilever pada produk sikat gigi Pepsodent Natural Bamboo perlu dibuktikan efektifitasnya sebagai faktor yang mampu mempengaruhi minat beli produk hijau.
9. *Environmental knowledge* pada Gen Z di Kota Bandung masih kurang khususnya dalam memahami simbol atau tanda produk ramah lingkungan dan istilah isu lingkungan seperti *global warming*.
10. *Environmental attitude* pada Gen Z di Kota Bandung masih kurang khususnya pada perilaku ramah lingkungan dan kesediaan membeli berbagai *green product* untuk mengurangi pencemaran lingkungan.

1.2.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah dan data yang telah dipaparkan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan Mahasiswa PTN di Kota Bandung mengenai *green marketing* pada Sikat Gigi Natural Bamboo Pepsodent
2. Bagaimana tanggapan Mahasiswa PTN di Kota Bandung mengenai *environmental knowledge*
3. Bagaimana tanggapan Mahasiswa PTN di Kota Bandung mengenai *environmental attitude*
4. Bagaimana tanggapan Mahasiswa PTN di Kota Bandung mengenai *green purchase intention* pada Sikat Gigi Natural Bamboo Pepsodent

5. Seberapa besar pengaruh *green marketing* dan *environmental knowledge* terhadap *environmental attitude* secara parsial dan simultan
6. Seberapa besar pengaruh *environmental attitude* terhadap *green purchase intention* pada produk Sikat Gigi Natural Bamboo Pepsodent

1.3 Tujuan Penelitian

Peneliti melakukan penelitian untuk mengumpulkan data yang akan diolah menjadi informasi dalam penelitian skripsi. Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tanggapan Mahasiswa PTN di Kota Bandung mengenai *green marketing* pada Sikat Gigi Natural Bamboo Pepsodent
2. Untuk mengetahui tanggapan Mahasiswa PTN di Kota Bandung mengenai *environmental knowledge*
3. Untuk mengetahui tanggapan Mahasiswa PTN di Kota Bandung mengenai *environmental attitude*
4. Untuk mengetahui tanggapan Mahasiswa PTN di Kota Bandung mengenai *green purchase intention* pada Sikat Gigi Natural Bamboo Pepsodent
5. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh *green marketing* dan *environmental knowledge* terhadap *environmental attitude* secara parsial dan simultan
6. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh *environmental attitude* terhadap *green purchase intention* pada produk Sikat Gigi Natural Bamboo Pepsodent.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan dibuatnya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan seluruh pihak yang berkepentingan. Terdapat manfaat teoritis dan juga manfaat praktis sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan untuk pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang *green marketing*, *environmental knowledge*, *environmental attitude*, dan *green purchase intention*. Serta dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis manfaat atau kegunaan dalam penelitian ini dapat menambah informasi dan masukan bagi perusahaan, konsumen, pemerintah dan peneliti selanjutnya mengenai topik penelitian ini. Adapun manfaatnya yakni sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini PT Unilever Indonesia Tbk dapat mengetahui tanggapan konsumen terkait Sikat Gigi Natural Bamboo Pepsodent sehingga dapat menjadi masukan untuk memperbaiki kekurangan pada pemasaran yang telah dilakukan.

2. Bagi Konsumen

Dengan penelitian ini maka konsumen akan mengetahui berbagai kelebihan dan kekurangan dalam produk Sikat Gigi Natural Bamboo Pepsodent. Selain

itu konsumen dapat mengetahui bagaimana kondisi *environmental knowledge* dan *environmental attitude* pada Mahasiswa PTN di Kota Bandung.

3. Bagi Pemerintah

Dengan penelitian ini maka pemerintah dapat mengetahui tingkat pengetahuan dan sikap Mahasiswa pada lingkungan sehingga dapat mendorong pemerintah untuk lebih mengedukasi Gen Z terkait dengan lingkungan

4. Bagi Peneliti Lain

Sebagai referensi yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi peneliti lain yang berkeinginan melakukan penelitian serupa di masa yang akan datang.