

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Sejarah Organisasi

PT. Graha Kerindo Utama dan PT. Graha Cemerlang Paper Utama adalah Anak perusahaan dari Kompas Gramedia, yang berfokus pada jaringan bisnis. PT. Graha Kerindo Utama adalah produsen spesialis dalam mengkonversi kertas tisu. Sejak tahun 1986, PT. Graha Kerindo Utama telah berkomitmen untuk menjaga kualitas tinggi dalam memproduksi 100% jaringan.

Sebagai bagian dari Kelompok Kompas Gramedia, kami mendedikasikan untuk membuat bisnis yang baik dengan perusahaan lain. Kami memiliki tim yang sangat berpengalaman dan personil yang kompeten dan teknologi tinggi untuk menghasilkan kualitas produk kertas tisu tinggi seperti tisu wajah, *roll*, kacu, serbet, dan handuk. Kami menawarkan kelembutan, dan higienis. Perusahaan kami memiliki beberapa nama *brand* seperti Tessa, MULTI, DYNASTY dan produk popok baru PEEMO. Kini Graha Kerindo Utama sudah mencapai pangsa pasar 52% di Indonesia.

PT. Graha Cemerlang Paper Utama adalah produsen spesialis dalam pembuatan kertas tisu. Pada tahun 2004, Kompas Gramedia group (Indonesia) dan Chan Li (Taiwan) sepakat untuk membentuk jaringan pabrik yang terletak KIKC bernama PT. Graha Cemerlang Paper Utama (PT. GCPU) Cikampek.

PT. Graha Cemerlang Paper Utama menyelesaikan proses pembangunan jaringan mesin pertama pada bulan September 2005 dan mulai beroperasi secara komersial pada bulan November 2005. Pada tahun 2009, Chan Li menjual sahamnya kepada Kompas Gramedia, sejak hari itu status kepemilikannya dimiliki sepenuhnya PT. GCPU. Dengan pesatnya perkembangan pasar baik di dalam negeri maupun di luar negeri, pada tahun 2011 PT. GCPU menginvestasikan mesin jaringan kedua dalam rangka untuk memenuhi permintaan pasar. Saat ini PT. GCPU menjadi

pemasok utama ke PT. Graha Kerindo Utama untuk melayani permintaan domestik dan juga ekspor jumbo *roll* ke seluruh dunia.

1.1.2 Visi dan Misi Organisasi

Adapun visi dan misi PT. Graha Kerindo Utama adalah:

”Menjadi perusahaan “Toiletries” terkemuka di Asia Tenggara dengan memproduksi produk yang unggul dan inovatif yang menjadi pilihan utama bagi pelanggan“.

1.1.3 Logo Perusahaan



PT. GRAHA KERINDO UTAMA

GAMBAR 1.1

Logo PT. Graha Kerindo Utama

Sumber: <http://www.tessatissue.com/tessa>

1.2 Latar Belakang Penelitian

Kurangnya kesadaran masyarakat dalam memelihara kelestarian lingkungan, telah mengakibatkan berbagai kerusakan dan penurunan kualitas lingkungan. Salah satunya adalah berkurangnya lahan hutan atau tanaman hijau yang merupakan akibat dari pembangunan dan penebangan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab. Sejak tahun 2000 sampai 2012, hutan utama di Indonesia telah hilang sebanyak 6.020.000 hektar per tahun (Mathew Hansen, University of Maryland). Hal ini

terjadi karena adanya penebangan hutan yang tak terkendali mengakibatkan penyusutan hutan tropis secara besar-besaran.

Berdasarkan analisis interpretasi tutupan hutan alam yang dilakukan oleh FWI, sampai tahun 2013 luas tutupan hutan alam hanya tinggal 82 juta hektare atau sekitar 46 persen dari luas daratan Indonesia dan 62,6 persen dari total luas kawasan hutan.

Lebih dari setengah (51%) luas hutan alam Indonesia pada tahun 2013 tersebar di 3 (tiga) provinsi saja, yaitu Papua, Kalimantan Timur dan Papua Barat. Delapan provinsi yang memiliki tutupan hutan terluas yaitu: Provinsi Papua dengan luasan sekitar 25% dari luas hutan Indonesia, Provinsi Kalimantan Timur sekitar 15%, Provinsi Papua Barat sekitar 11%, Provinsi Kalimantan Tengah sekitar 9%, Provinsi Kalimantan Barat sekitar 7%, 5% di Provinsi Sulawesi Tengah sekitar 5%, Provinsi Aceh sekitar 4%, dan Provinsi Maluku sekitar 3,2%.

Kerusakan hutan yang mengakibatkan hilangnya tutupan hutan secara masif dan berkelanjutan mulai terjadi di Indonesia sejak awal tahun 1970-an. Ketika perusahaan-perusahaan pengusahaan hutan diberi kemudahan oleh pemerintah dan mulai melakukan eksploitasi skala komersil. Berdasarkan data Kementerian Kehutanan, pada periode 1985-1997 pengurangan luas hutan di Indonesia adalah sebesar 22,46 juta hektar atau sebesar 1,87 juta hektar/tahun. Akan tetapi pada periode 1997-2000 meningkat tajam menjadi 2,84 juta hektar /tahun. Sedangkan data berdasarkan citra SPOT Vegetation didapatkan angka pengurangan penutupan berhutan sebesar 1,08 juta hektar/tahun (periode 2000- 2005). Data penghitungan deforestasi Indonesia periode 2003-2006 menggunakan citra Landsat 7ETM+ menghasilkan angka deforestasi Indonesia sebesar 1,17 juta hektare/tahun. Data terakhir penghitungan deforestasi Indonesia periode 2006-2009 menghasilkan angka deforestasi Indonesia sebesar 0,83 juta hektar/tahun (Forest Watch Indonesia, 2015:5).

Penyebab adanya penebangan hutan merupakan akibat dari gaya hidup manusia yang tidak dapat dipisahkan dari pemanfaatan pohon, diantaranya kayu untuk bangunan, bahan dasar kertas, dan properti. Dengan demikian semakin bertambahnya industri manufaktur dalam bidang tersebut maka akan semakin terancam kelestarian hutan yang ada di Indonesia.

Perusahaan-perusahaan manufaktur besar mulai menyadari akan hal itu. Beberapa perusahaan mulai melakukan aktivitas ramah lingkungan (*green marketing*). Menurut Dahlstorm (2011:8) *Green marketing* “.....as the study of all efforts to consume, produce, distribute, promote, package, and reclaim products in a manner that is sensitive or responsive to ecological concerns”. *Green marketing* adalah proses perencanaan dan pelaksanaan bauran pemasaran untuk memfasilitasi konsumsi, produksi, distribusi, promosi, kemasan, dan produk reklamasi dengan cara yang *sensitive* atau *responsive* terhadap kepentingan ekologi. Beberapa perusahaan yang sudah mulai melakukan aktivitas ramah lingkungan ini adalah PT. Graha Kerindo Utama, *Carrefour*, *The Body Shop*, PT Mercedes Benz Indonesia, dan Toyota.

Perusahaan di Indonesia yang mulai melakukan *green marketing* dengan membuat *green product* diantara adalah PT. Graha Kerindo Utama. Produsen tisu Tessa ini membuat sebuah produk ramah lingkungan (*ecofriendly*) dengan meluncurkan produk *ecoplas* 260 Sheet dan Colored Toilet Tissue. Produk ramah lingkungan tersebut bekerja sama dengan *Forest Stewardship Council* (FCS) dan WWF Indonesia. Produk tersebut dikatakan ramah lingkungan karena isi (tisu) yang berasal dari sumber hutan yang bertanggung jawab dan kemasan plastik yang terbuat dari tepung singkong (*ecoplas*) sehingga mudah terurai.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti membuat suatu penelitian dengan judul **“PENGARUH GREEN PRODUCT (Tissue Tessa) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Wilayah Kabupaten Bandung Dan Kota Bandung Tahun 2016)”** .

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan *green product tissue* Tessa di wilayah Kabupaten Bandung dan Kota Bandung?
2. Bagaimana keputusan pembelian konsumen *tissue* Tessa di wilayah Kabupaten Bandung dan Kota Bandung?
3. Berapa besar pengaruh *green product tissue* Tessa terhadap keputusan pembelian di wilayah Kabupaten Bandung dan Kota Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pelaksanaan *green product tissue* Tessa di wilayah Kabupaten Bandung dan Kota Bandung.
2. Mengetahui keputusan pembelian konsumen *tissue* Tessa di wilayah Kabupaten Bandung dan Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *green product tissue* Tessa terhadap keputusan pembelian di wilayah Kabupaten Bandung dan Kota Bandung.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sejumlah manfaat antara lain sebagai berikut :

1. Aspek Akademis
 - a. Mahasiswa, diharapkan dengan adanya penelitian ini memberikan referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya dan memberikan pengetahuan akan cara melestarikan lingkungan dengan mudah dan menyenangkan.

b. Peneliti dan Pengajar, diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan inspirasi bagi bahan ajar maupun penelitian yang bisa dikembangkan lebih lanjut.

2. Aspek Praktisi

Kegunaan praktisi dipraktekkan dan bahan pertimbangan bagi praktisi dan perusahaan yang akan mengambil kebijakan sistem manajemen lingkungan dan *green product* sebagai strategi pertumbuhan korporasi dalam meningkatkan kinerja perusahaan dalam rangka mencapai keunggulan kompetitif.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan dalam penelitian ini penulis menyusun lima bab uraian, dimana dalam tiap-tiap bab dilengkapi dengan sub-sub masing-masing yaitu sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis menjelaskan tentang penjelasan secara umum, ringkas, dan padat yang menggambarkan dengan tepat mengenai objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan observasi, kegunaan observasi dan sistematika penulisan.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini penulis mengemukakan dengan jelas, ringkas, dan padat tentang hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan topik dan variable penelitian untuk dijadikan dasar bagi penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis. Kajian kepustakaan harus mencakup teori-teori yang sudah baku dalam buku teks, maupun temuan-temuan terbaru yang ditulis dalam jurnal yang terpercaya. Hasil kajian tersebut kemudian digunakan untuk menguraikan kerangka pemikiran. Karena itu, bab ini akan meliputi uraian tentang:

- a. Rangkuman Teori
- b. Kerangka Pemikiran
- c. Hipotesis Penelitian

3. BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini penulis menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian, meliputi uraian tentang:

- a. Jenis Penelitian
- b. Variabel Operasional
- c. Tahapan Penelitian
- d. Populasi dan Sampel
- e. Pengumpulan Data
- f. Uji Validitas dan Reliabilitas
- g. Teknik Analisis Data

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian dan pembahasannya harus diuraikan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian. Sistematika pembahasan ini akan lebih tampak jelas luas cakupan, batas dan benang merahnya apabila disajikan dalam sub-judul tersendiri.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Meliputi kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya serta saran kepada pihak-pihak yang berkepentingan terhadap hasil peneliti.