

PENGARUH *GREEN PRODUCT* & PRAKTEK *GREEN BUSINESS* PERUSAHAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DAUR ULANG PLASTIK DI JAKARTA, INDONESIA (JABODETABEK)

Soekrisman

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Jalan Yos Sudarso Kav. 87 Sunter Jakarta 14350

Email: Juliuscrunchy@gmail.com

ABSTRAK

Berdasarkan latar belakang permasalahan sampah plastik, beserta kekurangan maupun kelebihan dari berbagai upaya penanggulangan yang telah dilakukan oleh pihak swasta & pemerintah. Maka, penelitian ini sengaja dilakukan untuk mengetahui tentang sejauh manakah efek dari segala usaha penanggulangan sampah plastik di Indonesia. Penelitian yang dilakukan ialah untuk mengetahui besaran pengaruh praktek bisnis hijau (*green business*) dan produk hijau (*green product*), terhadap keputusan pembelian produk daur ulang plastik di Jakarta, Indonesia (JABODETABEK).

Selanjutnya, penelitian ini dilakukan terhadap 90 responden yang dianggap memiliki status pernah mengetahui, membeli, ataupun menggunakan produk daur ulang plastik lokal (*purposive sampling*). Hal ini dikerjakan dengan desain penelitian berupa analisis deskriptif dan frekuensi. Diteruskan dengan teknik pengumpulan data berupa observasi data, wawancara, dan kuesioner. Terakhir adalah hasil perhitungan data yang dilakukan dengan metode pendekatan kuantitatif dan analisis regresi linear berganda. Setelah dilakukan analisis dengan metode penelitian regresi berganda, maka diperoleh hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kedua variabel independen produk hijau (*green product*) dan praktek bisnis hijau (*green business*) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *green product*, praktek *green business*, keputusan pembelian, produk daur ulang plastik.

ABSTRACT

Based on the background of the problem of plastic waste, along with the advantages and disadvantages of various countermeasures that have been carried out by the private sector & the government. Therefore, this research was intentionally conducted to find out about the extent of the effects of all efforts to overcome plastic waste in Indonesia. Research conducted is to determine the magnitude of the influence of green business practices and green product on the decision to purchase plastic recycling products in Jakarta, Indonesia (JABODETABEK).

Furthermore, this study was conducted on 90 respondents who were considered to have the status of ever knowing, buying, or using local plastic recycling products (*purposive sampling*). This was done with a research design in the form of descriptive analysis and frequency. Continued with data collection techniques such as data observation, interviews and questionnaires. Finally, the results of data calculations performed by the quantitative approach method and multiple linear regression analysis. After an analysis using the multiple regression research method, the results of the study show that both the independent variables of green products and green business practices have a significant influence on purchasing decisions.

Key words: green product, green business practices, purchasing decisions, plastic recycling products.

PENDAHULUAN

Permasalahan sampah plastik di Indonesia, memang sudah menjadi salah satu perihal yang harus diperhatikan oleh masyarakat Indonesia (WNI). Melalui berita yang didapat dari seorang ilmuwan bernama *Jenna R Jambeck* dkk., dikatakan bahwa Indonesia menempati posisi kedua terbesar dalam hal produksi sampah plastik. Tingkat produktifitas sampah plastik yang bermuara dilautan Indonesia dikatakan memiliki rentang 0,48-1,29 juta metrik ton/tahun (Damarjati, 2018). Sedangkan, hasil riset yang didapat dari SWI (*Sustainable Waste Indonesia*) menyatakan bahwa sebanyak 24% sampah di Indonesia masih tidak terkelola. Sehingga, dari berita CNN Indonesia juga dapat diprediksi bahwa terdapat sekitar 65 juta ton sampah yang diproduksi setiap harinya di Indonesia. Lalu, dari sekian banyaknya sampah yang dihasilkan tersebut, terdapat sekitar 15 juta ton sampah termasuk 14% sampah plastik yang sudah mengotori ekosistem maupun lingkungan (CNN Indonesia, 2018).

Selain itu adapun informasi yang berasal dari *detik.com*, disampaikan bahwa telah terjadi kasus kematian seekor ikan paus sperma akibat banyaknya limbah plastik yang meningkat di Indonesia. Dari dalam perut bangkai paus sperma tersebut, disampaikan bahwa telah ditemukan berbagai jenis sampah dengan jumlah sampah plastik terbanyak di Wakatobi (Damarjati, 2018). Berbagai hasil riset, beserta keadaan buruk yang telah menimpa pergerakan ekosistem lingkungan inilah yang sebetulnya ingin dihindari, diwaspadai, dan dicegah oleh beragam penduduk Indonesia. Karena, sampah plastik yang terus menumpuk ini diduga dapat mengeluarkan gas metana dan etilena pada saat terkena sinar matahari (VOA Indonesia, 2018). Pencemaran akan gas metana dan etilena itulah yang nantinya dapat meningkatkan terjadinya efek rumah kaca, hingga pemanasan global (*global warming*).

Dalam kondisi ini, pihak pemerintah dan pihak swasta (publik) secara garis besar telah melakukan tindakan penanganan maupun pencegahan akan terjadinya situasi pemanasan global. Tindakan pencegahan tersebut dapat dilihat dari eksistensi industri daur ulang sampah yang termasuk banyak di Indonesia. Contoh; seorang *socio-preneur* asal Jakarta bernama Azis Puskantara, bersama kelompok

kerjanya telah membuat suatu produk hijau bernama *Eco-Pavings*. *Eco-Pavings* ini merupakan sebuah inovasi *paving block* yang terbuat dari sampah kantong plastik. Jadi, Azis Puskantara turut memberikan nilai ekologis dan sosial, diluar pencarian keuntungan yang ingin diraih olehnya (IDN Times, 2019). Di sisi lain, beberapa pihak perusahaan juga telah mencoba untuk menjawab tantangan limbah plastik yang ada di Indonesia. Salah satu perusahaan yang telah membantu memberikan efek positif terhadap lingkungan ialah Unilever.

Perusahaan Unilever memang sudah lama mencoba untuk menemukan teknologi pendaur ulang kemasan plastik fleksibel. Usaha ini dimulai dari kerjasama antara perusahaan, dengan *Fraunhofer Institute for Process Engineering & Packaging* di Jerman. Sehingga, akhirnya ditemukanlah teknologi *eco-efficient* yang dinamakan *CreaSolv® Technology*. *CreaSolv® Technology* ini sendiri telah dibuat & diluncurkan oleh Unilever pada tahun 2017 dengan beberapa pendekatan proses daur ulang (Unilever, 2017). Disambung lagi dengan keberadaan dari beberapa asosiasi ataupun komunitas khusus, yang sengaja dibentuk untuk membantu mengurangi jumlah limbah plastik di Indonesia. Asosiasi ataupun komunitas tersebut meliputi; *Trash Hero Indonesia*, *Greenpeace Indonesia*, Asosiasi Daur Ulang Plastik Indonesia (ADUPI), *Indonesian Plastic Recyclers* (IPR), Koalisi Pemuda Hijau Indonesia (KOPHI), dll.

Disamping berbagai upaya yang telah dilakukan oleh pihak swasta (publik), pihak pemerintah juga telah melakukan usaha-usaha penanggulangan limbah plastik di Indonesia. Hal ini terlihat dari, upaya KLHK (Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan) yang telah melakukan sosialisasi penyuluhan, dan pelatihan kepada kelompok masyarakat mengenai pengelolaan sampah. Sementara dalam Kebijakan dan Strategi Nasional Pengelolaan Sampah, pemerintah menargetkan sampah akan berkurang sebesar 30 persen dan tertangani sebesar 70 persen pada tahun 2025 (Arnani, 2018). Kemudian, upaya lainnya yang telah dilakukan oleh pemerintah adalah dari penyelenggaraan jambore yang digelar di kota Malang. Penyelenggaraan jambore tersebut juga bertujuan untuk memberikan pendidikan karakter kepada masyarakat sekitar. Dari acara tersebut, pemerintah berharap akan terjadinya lompatan inovasi dalam menangani persoalan sampah

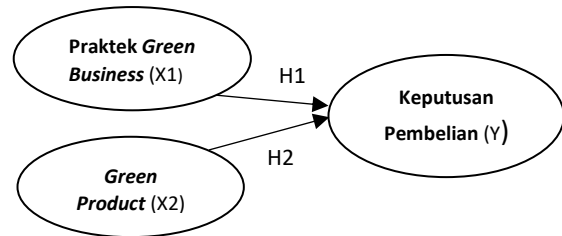
yang marak terjadi di Indonesia (Yuswantoro, 2018).

Oleh karena adanya kesadaran penanganan dari pihak pemerintah maupun pihak swasta (publik), maka secara logika diperkirakan mampu mengurangi jumlah limbah plastik di Indonesia. Namun, kenyataan yang terjadi sesungguhnya tentang pengelolaan sampah memberikan laporan yang berbeda. Menurut Badan Pusat Statistik (2018), yakni Statistik Lingkungan Hidup Indonesia menyatakan akan adanya 1.805 kejadian banjir pada tahun 2016-2017. Jumlah ini disebabkan oleh tumpukan dan pengelolaan sampah yang kurang baik. Daerah dengan pelayanan penanganan sampah yang buruk, mengalami kejadian diare dua kali lebih tinggi dan infeksi pernafasan akut enam kali lebih tinggi daripada daerah dengan pengumpulan sampah yang baik. Dari laporan BPS tersebut terlihat adanya perkiraan diare di fasilitas kesehatan dari tahun 2015-2017 terus mengalami peningkatan. Keadaan seperti ini tentunya dapat pula memberikan efek negatif terhadap volume sampah plastik di Indonesia.

Disebabkan karena umpan balik yang masih tergolong kurang memuaskan dalam menjawab permasalahan sampah plastik di Indonesia. Maka, kondisi ini dapat diasumsikan sebagai gap fenomena yang mana seterusnya digunakan menjadi acuan penelitian. Acuan penelitian ini juga diperoleh dari gap riset yang berasal dari penelitian terdahulu Ahmad et al. (2016) dengan jurnal berjudul, “Analisis *Green Product* Dan *Green Marketing Strategy* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *The Body Shop* Di Manado Town Square” & “Pengaruh *Green Marketing* Terhadap Citra Merek Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian” (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi 2012/2013 Universitas Brawijaya yang Melakukan Pembelian Produk Tupperware) (Aldoko dkk., 2016). Gap riset yang terlihat diantara kedua jurnal tersebut adalah dari pengaruh variabel *Green Marketing* terhadap keputusan pembelian produk hijau yang berbeda.

Berlandaskan acuan dari gap fenomena dan gap riset, diperoleh masalah pokok penelitian yang memfokuskan kepada pengaruh

variabel produk hijau dan praktek bisnis hijau terhadap keputusan pembelian produk daur ulang plastik. Pembahasan tersebut akan dikemukakan melalui model kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Berpikir Penelitian

Kedua hipotesis yang akan dianalisa dalam penelitian ini adalah:

- H1: *Praktek Green Business* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk daur ulang di Jakarta, Indonesia (JABODETABEK).
- H2: *Green Product* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk daur ulang di Jakarta, Indonesia (JABODETABEK).

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, untuk mengetahui apakah variabel praktek bisnis hijau (X1) & produk hijau (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) produk daur ulang plastik di Jakarta, Indonesia (JABODETABEK). Dengan ketentuan masalah pokok penelitian inilah, peneliti akan melakukan penelusuran lebih jauh tentang pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh manakah pengaruh variabel produk hijau (*green product*) & praktek bisnis hijau (*green business*), terhadap keputusan pembelian produk daur ulang plastik di Jakarta, Indonesia (JABODETABEK). Aktifitas penelitian diterapkan dengan beberapa pendekatan teori, sampai kepada operasionalisasi variabel penelitian. Diharapkan juga dari pembahasan ini dapat memberikan masukan ataupun pemecahan masalah, terhadap gap fenomena yang menjadi unsur pertanyaan dalam penelitian.

METODE PENELITIAN

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, bersumber dari data teks, angka, audio, maupun video. Hal ini dilakukan dengan metode pengumpulan data primer dan sekunder berupa; observasi buku, fakta lapangan, proses wawancara, hingga kuesioner. Dalam proses penyebaran kuesioner, data responden yang dituju ialah sejumlah 90 dari total 154 responden. Diikuti dengan metode pengambilan sampel yang digunakan berupa *nonprobability sampling*, dan teknik pengumpulan sampel *purposive sampling*. Jadi, dari sejumlah 90 data responden tersebut dinilai pernah menggunakan, membeli, ataupun mengetahui produk daur ulang plastik lokal sebelumnya.

Penelitian yang bertempat di Jakarta, Indonesia (JABODETABEK) ini dilakukan pada periode 2015-2019. Proses penyebaran kuesioner dilakukan dengan menggunakan skala *likert*, yang terdiri dari lima petunjuk skala penilaian (poin 1-5). Setelah proses pengumpulan data responden terselesaikan, maka akan diteruskan kedalam tahap perhitungan data dengan beberapa instrumen penelitian. Pada tahap ini, perhitungan data responden dianalisis dengan; uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji F, uji t, analisis deskriptif, dan analisis regresi linear berganda (*Multiple Regression*). Untuk mengetahui apakah terdapat korelasi signifikan antar variabel, perhitungan data ini diteliti dengan menggunakan program IBM SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bila dilihat dari hasil perhitungan uji validitas dan reliabilitas yang dilakukan terhadap 30 data responden diawal, maka hal tersebut dapat dinyatakan valid & reliabel. Seluruh pernyataan yang telah dianggap valid & reliabel, selanjutnya dapat diproses kepada; uji asumsi klasik, uji F, uji t, analisis deskriptif, dan analisis linear berganda. Jika dicermati dari hasil perhitungan data responden yang berjumlah 90, maka didapatkan pula *output data* yang telah memnuhi syarat-syarat uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang digunakan disini mencakup; uji normalitas, uji heteroskedastisitas, & uji multikolinieritas.

Secara garis besar, 90 data responden yang diaplikasikan kedalam penelitian memiliki status pernah mengetahui, membeli, dan menggunakan produk daur ulang plastik lokal. Di sisi lain, profil responden yang telah terhitung memberikan informasi usia mayoritas dengan kisaran antara 23-28 (27,8%). Jumlah perhitungan jenis kelamin diperoleh sebanyak 50% responden pria & 50% responden wanita, dengan mayoritas pendidikan sarjana (S1). Disusul dengan latar belakang pekerjaan responden yang memiliki persentase terbesar sebagai karyawan swasta (58,9%). Hasil analisis deskriptif disini juga telah menghitung nilai rata-rata dari setiap jawaban responden, antar variabel independen dan dependen. Nilai rata-rata yang diraih dari jawaban kuesioner variabel praktek bisnis hijau (*green business*) adalah 4,24. Disambung dengan nilai rata-rata yang diraih dari jawaban kuesioner variabel produk hijau & keputusan pembelian adalah sebesar 3,86 dan 3,85.

Pengaruh Praktek Bisnis Hijau (*Green Business*) dan Produk Hijau (*Green Product*) Terhadap Keputusan Pembelian

a. Uji F

Uji F ini digunakan untuk mengetahui, apakah hasil perhitungan dapat mencapai model yang layak digunakan (fit). Hasil analisis uji F ini dapat diperhatikan dari nilai signifikansi dan nilai F hitung pada tabel ANOVA. Secara singkat dari tabel ANOVA memperlihatkan; nilai signifikansi yaitu 0.000 dan nilai F hitung yaitu 38,821. Jika dilihat dari perbandingan nilai F tabel, maka diperoleh nilai 3,10 dengan $df 1 = 2$ dan $df 2 = 88$. Hal ini tentunya tidak terlepas dari perumusan hipotesis:

$H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0$, (Praktek *Green Business* (X1) & *Green Product* (X2) secara serentak atau bersama-sama tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y))

$H_a : \beta_1, \beta_2 \neq 0$, (Praktek *Green Business* (X1) & *Green Product* (X2) paling sedikit satu diantara β_1 & β_2 tidak sama dengan nol)

Jadi, kesimpulan dari perhitungan uji F ini adalah:
 Karena nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $38,821 > F$ tabel $3,10$, maka H_0 ditolak

b. Uji t

Uji t ini merupakan metode pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel *Praktek Green Business* (X1) dan *Green Product* (X2) secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y). Jika dilihat dari tabel perhitungan uji t, maka telah diketahui bahwa nilai Sig/2 dari masing-masing variabel independen $< 0,05$. Untuk lebih jelasnya dapat disimak dari penjabaran berikut:

1. Pengaruh Variabel Praktek Green Business (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Perumusan Hipotesis:

$H_0 : \beta_1 = 0$ (secara parsial variabel *Praktek Green Business* (X1) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y)).

$H_0 : \beta_1 > 0$ (secara parsial variabel *Praktek Green Business* (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y)).

2. Pengaruh Variabel Green Product (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Perumusan Hipotesis:

$H_0 : \beta_1 = 0$ (secara parsial variabel *Green Product* (X2) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y)).

$H_0 : \beta_1 > 0$ (secara parsial variabel *Green Product* (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y)).

Jadi, kesimpulan dari perhitungan uji t ini adalah:

Karena nilai signifikansi variabel X1 ($0,000 < 0,05$) dan variabel X2 ($0,001 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial praktek bisnis hijau (*Green Business*) (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Variabel

dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa modelnya “fit” dan dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut.

bebas produk hijau (*Green Product*) juga secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

c. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel praktek bisnis hijau (*green business*) (X1) dan produk hijau (*green product*) (X2) terhadap keputusan pembelian (Y). Dari hasil perhitungan regresi linear berganda, telah diketahui persamaan regresi dengan rumus:

$$Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + e$$

$$Y = 1,155 + 0,407X_1 + 0,243X_2$$

$$KP = 1,155 + 0,407GB + 0,243GP$$

Menurut analisa nilai koefisien regresi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa:

- 0,407 = Jika praktek *green business* naik satu satuan dan variabel lain tetap, maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,407
- 0,243 = Jika *green product* naik satu satuan dan variabel lain tetap, maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,243
- Jika dilihat dari besar kontribusinya, kondisi ini juga dapat diukur dari nilai Beta yang terdapat pada kolom koefisien (*Standardized Coefficients*). Sesuai dengan nilai pada kolom koefisien (*Standardized Coefficients*), maka terlihat variabel bebas dari praktek *green business* (X1) berpengaruh dominan sebesar 0,467 terhadap keputusan pembelian (Y).
- Sedangkan, variabel bebas dari *green product* (X2) berpengaruh sebesar 0,302 terhadap keputusan pembelian (Y).

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.155	1.648		.701	.485
GREEN BUSINESS	.407	.083	.467	4.910	.000
GREEN PRODUCT	.243	.076	.302	3.180	.002

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi ini merupakan proses perhitungan yang digunakan untuk memprediksi dan melihat seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara simultan. Hasil perhitungan analisis ini, biasanya dinilai dari besaran R^2 yang tercantum pada tabel koefisien determinasi. Pada hasil perhitungan koefisien determinasi dalam penelitian ini, diketahui bahwa adanya pengaruh variabel praktek bisnis hijau (*green business*) (X1) & produk hijau (*green product*) secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 45,9%.

Pembahasan

a. Pengaruh Praktek Bisnis Hijau (*Green Business*) Terhadap Keputusan Pembelian

Praktek bisnis hijau (*green business*) merupakan suatu aktifitas usaha yang memberikan dampak negatif seminimal mungkin terhadap lingkungan, komunitas, masyarakat, ekosistem, hingga ekonomi lokal maupun global. Pada analisis pengaruh praktek bisnis hijau (*green business*), diketahui memiliki hasil yang positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Dari hasil perhitungan nilai rata-rata data responden, pada variabel praktek bisnis hijau (*green business*) juga mendapat skor sebesar 4,24. Jumlah rata-rata skor, hingga seluruh skor per pertanyaan indikator termasuk kedalam rentang yang sangat tinggi. Sehingga, dari kondisi ini dapat disimpulkan bahwa konsumen produk daur ulang plastik lokal memiliki keyakinan ataupun kepercayaan yang sangat baik terhadap berbagai aktifitas praktek bisnis hijau di Jakarta, Indonesia (JABODETABEK).

Mengingat akan banyaknya jumlah pertumbuhan industri daur ulang plastik di Indonesia, yang mana juga memiliki perhatian terhadap dampak ekologis & sosial. Dikuatkan lagi dengan adanya beberapa perusahaan yang turut menerapkan aktifitas bisnis hijau seperti; *The Body Shop, Unilever, Aqua*, dll. Disamping itu, keberadaan asosiasi-asosiasi ataupun komunitas hijau juga telah menjadi sarana khusus untuk menjembatani para pelaku bisnis hijau (*green business*) di Indonesia. Salah satu contoh asosiasi hijau Indonesia seperti;

INAPLAS yang merupakan sebuah Asosiasi Industri, Olefin, Aromatik, dan Plastik Indonesia. Asosiasi *INAPLAS* ini tidak hanya berfokus pada pencarian keuntungan semata, melainkan juga membuka kesempatan bagi masyarakat yang ingin berkolaborasi mengelola sampah. Kesempatan yang diberikan oleh *INAPLAS* adalah sebuah program pengelolaan sampah bernama MASARO (Masyarakat *Zero Waste*), yang terbukti berhasil mengubah sampah menjadi produk-produk bernilai. Lebih tepatnya, masyarakat diajak oleh perusahaan untuk ikut memilah sampah dan memberikan hasil pemilahan kepada pihak pengolahan sampah dengan imbalan insentif (Lilayah, 2018).

Keberadaan akan industri daur ulang plastik, kegiatan bisnis hijau perusahaan, beserta asosiasi-asosiasi ataupun komunitas-komunitas hijau di Indonesia memberikan variabel penelitian praktek bisnis hijau (*green business*) mendapatkan nilai yang sangat tinggi.

b. Pengaruh Produk Hijau (*Green Product*) Terhadap Keputusan Pembelian

Secara mendasar, produk hijau (*green product*) merupakan suatu produk yang diciptakan untuk dapat memberikan efek yang lebih baik dan ramah terhadap lingkungan hidup, daripada produk-produk konvensional. Menurut Miguel Angel Gardetti & Subramanian Senthilkannan Muthu (2018), dalam bukunya yang berjudul "*Sustainable Luxury, Entrepreneurship, and Innovation*" mengatakan bahwa untuk menciptakan produk hijau seharusnya diikuti pula dengan cara-cara; mempertahankan sumber daya alam, mengurangi sisa pembuangan proses produksi, menciptakan kesetaraan yang dapat mengurangi tingkat kemiskinan, dan mengembangkan ideologi perusahaan berbasis hijau. Produk daur ulang limbah sendiri dapat dikatakan sebagai produk berkelanjutan (*sustainable product*) ataupun produk hijau.

Pada analisis pengaruh produk hijau (*green product*), diketahui memiliki hasil yang positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Dari hasil perhitungan nilai rata-rata data responden, pada variabel produk hijau (*green product*) juga mendapat skor sebesar 3,86. Jumlah rata-rata skor, hingga seluruh skor per pertanyaan indikator termasuk kedalam rentang yang tinggi. Sehingga, dari kondisi ini dapat disimpulkan bahwa konsumen

produk daur ulang plastik lokal memiliki keyakinan ataupun kepercayaan yang baik (tidak terlalu baik) terhadap berbagai unsur produk hijau lokal di Jakarta, Indonesia (JABODETABEK).

Pembahasan yang ingin dijabarkan dari hasil analisis pengaruh produk hijau (*green product*) terhadap keputusan pembelian ialah dari, nilai rata-rata data responden dan nilai beta regresi linear berganda. Jika dibandingkan dengan nilai rata-rata data responden pada variabel praktek bisnis hijau (*green business*), maka hasil perhitungan memiliki skor yang lebih tinggi daripada variabel produk hijau (*green product*). Hal ini dapat diperkirakan, para konsumen yang memiliki kepastian dalam melakukan keputusan pembelian produk daur ulang plastik, cenderung lebih memiliki pemikiran untuk memberikan dampak positif terhadap lingkungan dan sosial. Lalu, jika dilihat dari nilai beta yang berasal dari analisis regresi linear berganda juga menunjukkan adanya selisih skor antara pengaruh produk hijau (*green product*) dan praktek bisnis hijau (*green business*).

Perbedaan nilai antara besaran pengaruh variabel bisnis hijau (*green business*) dan produk hijau (*green product*), kemungkinan besar juga dapat disebabkan oleh proses pengelolaan sampah yang masih tergolong rumit di Indonesia. Kondisi ini kemungkinan besar disebabkan oleh:

SIMPULAN

Seturut dengan hasil analisis yang telah dilakukan oleh peneliti dalam pengaruh produk daur ulang plastik lokal dan bisnis hijau, maka dapat disimpulkan adanya pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil pembahasan akan skor rata-rata, uji kelayakan model, uji regresi berganda, hingga perhitungan koefisien determinasi telah membuktikan adanya pengaruh positif dari kedua variabel bebas. Mengingat adanya pembahasan dari hasil uji asumsi klasik dan uji regresi berganda antar variabel, dapat juga disimpulkan bahwa:

1. Praktek bisnis hijau (*green business*) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian
2. Produk hijau (*green product*) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

1. Regulasi pemerintah mengenai pengelolaan sampah yang belum maksimal diterapkan di Indonesia (Contoh; perihal insentif kepada para pelaku daur ulang limbah, dsb.)
2. Peraturan mengenai proses pemilahan sampah yang belum sepenuhnya dilakukan oleh pihak pemerintah (*Wasting Management*) (Trihendrawan, 2019)
3. Sistem pengerjaan *open dumping* yang masih tergolong besar dilakukan di Indonesia (Deny, 2019)
4. Jumlah bank sampah yang masih jauh dari kata cukup atau belum merata di Indonesia (*Collecting System*) (Deny, 2019)

Status kerumitan proses pengelolaan sampah yang didapat dari observasi data dan wawancara tersebut, secara tidak langsung dapat memberikan efek negatif terhadap unsur-unsur produktifitas produk hijau di Indonesia. Hal inilah yang perlu ditanggapi oleh pihak pemerintah, pihak perusahaan, dan seluruh warga negara Indonesia untuk dapat memperbaiki proses pengelolaan sampah di Indonesia. Secara terperinci, hasil perhitungan skor pada variabel produk hijau ini juga diperoleh dari sebaran pernyataan atau pertanyaan yang bersifat tidak terfokus (*general*). Yaitu, terhadap semua produk daur ulang plastik lokal yang dijumpai dan berada di Indonesia.

SARAN

Saran yang ingin disampaikan dalam penelitian ini tertuju kepada pihak pemerintah Indonesia dan pihak perusahaan. Upaya penyampaian saran ini bertujuan agar dapat diterapkan dan memberikan masukan dalam mengatasi permasalahan limbah plastik di Indonesia.

Saran Kepada Pemerintah Indonesia

Rekomendasi yang ingin disampaikan oleh peneliti agar dapat meredam bermacam penghambat bisnis hijau, ialah dengan memberikan insentif kepada para pelaku daur ulang. Hal ini berarti bahwa, insentif yang diberikan kepada industri daur ulang bertujuan untuk menciptakan stimulus dalam mengurangi jumlah limbah plastik di Indonesia. Saran berikutnya yang juga ingin diungkapkan oleh peneliti kepada pemerintah ialah berupa:

1. Memaksimalkan segala regulasi pemerintah dan kebijakan, atas perihal pengelolaan sampah supaya menjadi lebih tegas, jelas, dan tepat guna.
2. Mempertahankan dan meningkatkan program edukasi maupun penyuluhan akan kegiatan daur ulang plastik dan bisnis hijau di Indonesia.
3. Menghilangkan atau meniadakan kebijakan yang kurang tepat, yang mana dapat mempersulit WNI untuk melakukan aktifitas bisnis hijau dan daur ulang sampah plastik.

Niscaya, dengan diterapkannya berbagai pendekatan yang tepat akan dapat memberikan pengaruh lebih baik dalam menjawab permasalahan limbah plastik. Sekiranya juga dalam hal ini pemerintah dapat lebih menjadi mawas dan lebih menyesuaikan diri terhadap peraturan, Undang-Undang Republik Indonesia (UU RI NO.18, 2008) yang dengan jelas menyatakan peraturan pengelolaan sampah di Indonesia.

UCAPAN TERIMAKASIH

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada pihak-pihak yang juga terlibat dalam membantu menyelesaikan program studi, yaitu:

1. Direktur Program Pascasarjana dan Ketua Program Magister Manajemen, Bapak Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M. yang telah meluangkan waktunya dalam memberikan dorongan, bimbingan, dan masukan kepada penulis.
2. Para Dosen Program Pascasarjana di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, yang telah mendidik dan mengajarkan saya selama ini.
3. Bapak Justin Wiganda, B. Bus, M. Com. selaku wakil ketua umum Asosiasi Daur Ulang Plastik Indonesia (ADUPI), yang telah memberikan kesempatan untuk saya dapat mengikuti acara konferensi pers, berdiskusi, dan melakukan wawancara terkait topik penelitian
4. Bapak Dr. Martin. L. Katoppo, S.T., M.T., Bapak Agus Iswahyudi, S.Sn, M.Ds., dan Ignatius Adrian Santana, S.Sn., M.Ars. yang telah memberikan kesempatan

Saran Kepada Perusahaan

Dalam rangka membantu meringankan permasalahan limbah plastik yang sedang dihadapi oleh pemerintah, sebaiknya perusahaan-perusahaan memiliki dan meningkatkan kesadaran untuk melakukan pengelolaan sampah secara terpadu (contoh; *Reduce, Reuse, & Recycle*). Berbagai macam sampah yang berasal dari aktifitas-aktifitas produksi perusahaan, akan lebih baik jika dipilah dan dikurangi jumlahnya untuk membantu mengatasi peningkatan sampah plastik di Indonesia. Contoh pendekatan teori yang kemungkinan besar dapat diterapkan oleh perusahaan adalah dengan melakukan praktek bisnis hijau (*Green Business*). Dimana, praktek bisnis hijau tersebut memang secara garis besar bertujuan untuk menciptakan siklus usaha yang berkelanjutan (*sustainable*) dan mampu memberikan efek ekologis terhadap lingkungan. Dalam hal ini, beragam perusahaan diharapkan dapat melakukan pendekatan dari inovasi produk hijau (*Green Product*), perubahan siklus produksi menjadi lebih ramah lingkungan, dan strategi pemasaran yang mengacu kepada citra kepedulian lingkungan.

berdiskusi, wawancara, serta bertukar pendapat.

5. Orangtua tercinta yang telah mendukung kelancaran aktifitas studi pascasarjana penulis, dengan penuh kesabaran dan kasih sayang.
6. Kepada rekan-rekan ataupun kerabat mahasiswa/mahasiswi pascasarjana, beserta sahabat-sahabat saya lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, F., Lopian, J., & Soegoto, A.S. 2016. *Analisis Green Product Dan Green Marketing Strategy Terhadap Keputusan Pembelian produk The Body Shop Di Manado TownSquare*. 4(1): 33-44.
- Aldoko, D., Suharyono., & Yuliyanto, E. 2016. *Pengaruh Green Marketing Terhadap Citra Merek Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi 2012/2013 Universitas Brawijaya yang Melakukan Pembelian Produk Tupperware)*. 40(2): 17-23.

- Arnani, Mela. 2018. "Beragam Upaya untuk Hadirkan Kebijakan dan Regulasi Mengatasi Sampah". *Kompas.com*. <https://nasional.kompas.com/read/2018/11/22/19304711/beragam-upaya-untuk-hadirkan-kebijakan-dan-regulasi-mengatasi-sampah>. 12 Maret 2019.
- CNN Indonesia. 2018. *Riset: 24 Persen Sampah di Indonesia Masih Tak Terkelola*. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20180425101643-282-293362/riset-24-persen-sampah-di-indonesia-masih-tak-terkelola>. 11 Maret 2019.
- Darmajati, Danu. 2018. "Data Mengerikan soal Sampah Plastik di Lautan". *Detikcom*. <https://news.detik.com/berita/d-4315147/data-mengerikan-soal-sampah-plastik-di-lautan>. 11 Maret 2019
- Deny, Septian. 2019. "Pemerintah Diminta Beri Insentif Pemda yang Daur Ulang Plastik". *Sindonews*. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3890046/pemerintah-diminta-beri-insentif-pemda-yang-daur-ulang-plastik>. 1 Juli 2019.
- Gardetti, M.A. & Muthu, S.S. 2018. *Sustainable Luxury, Entrepreneurship, and Innovation*. Singapore: Springer Nature.
- Idntimes. 2019. *Bisa Hasilkan Uang, Begini Olah Sampah Kantong Plastik Setelah Belanja*. <https://www.idntimes.com/life/career/kapal-api/inovasi-daur-ulang-sampah-csc-1/full>. 12 Maret 2019.
- Liliyah, Arie. 2018. "INAPLAS Dukung Pengelolaan Sampah Plastik Lewat Circular Economy". *SWA*. <https://swa.co.id/swa/trends/management/inaplas-dukung-pengelolaan-sampah-plastik-lewat-circular-economy>. 13 Maret 2019.
- Safitri, A.P, Purba, S.W., & Zulkifli, Mochamad. 2018. "Statistik Lingkungan Hidup Indonesia 2018". <https://www.bps.go.id/publication/2018/12/07/d8cbb5465bd1d3138c21fc80/statistik-lingkungan-hidup-indonesia-2018.html>. 12 Maret 2019.
- Trihendrawan, Nuriwan. 2019. "Pengelolaan Sampah Plastik di Indonesia Masih Rumit". *Sindonews*. <https://jatim.sindonews.com/read/10674/1/pengelolaan-sampah-plastik-di-indonesia-masih-rumit-1557990355>. 1 Juli 2019.
- Unilever. 2017. *Unilever Perkenalkan CreaSolv® Process untuk Daur Ulang Sampah Kemasan Sachet*. <https://www.unilever.co.id/news/press-releases/2017/CreaSolv-Process.html>. 12 Maret 2019.
- VOA Indonesia. 2018. *Ilmuwan: Plastik Turut Sebabkan Pemanasan Global*. <https://www.voaindonesia.com/a/ilmuwan-plastik-turut-sebabkan-pemanasan-global/4510338.html>. 11 Maret 2019.
- Yuswantoro. 2018. "Masyarakat dan Pemerintah Satuan Visi Atasi Sampah". <https://jatim.sindonews.com/read/1388/1/masyarakat-dan-pemerintah-satuan-visi-atasi-sampah-1536836942>. 12 Maret 2019.