

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) merupakan air yang dikemas kedalam suatu wadah yang sudah melalui proses, sterilisasi, dan aman untuk dikonsumsi sehingga sudah memiliki Standar Nasional Indonesia dan kualitas yang terjamin (Ardiyanto, 2015). Berdasarkan data yang diperoleh dari *Top Brand Index* fase 2 tahun 2022, Perusahaan AMDK yang memiliki tingkat kepercayaan tertinggi adalah AQUA sebesar 57.2%, Le Minerale sebesar 12.5%, Ades sebesar 6.4%, Cleo sebesar 4.2%, dan Club 3.8% (Top Brand Award, 2022). *Brand-brand* tersebut memiliki persentase yang tinggi karena dapat ditemui diberbagai tempat perbelanjaan dan sudah dikenal oleh masyarakat secara luas.

Green Business adalah manajemen lingkungan hidup yang memiliki fokus pada masalah berkelanjutan dan kesesuaian perusahaan terhadap kelangsungan hidup lingkungan yaitu daya dukung alam (Hadipuro, 2020). *Green Business* sendiri sudah dilakukan oleh beberapa perusahaan dari *brand* AMDK, beberapa *brand* yang melakukan *green business* adalah AQUA, Le Minerale, dan beberapa *brand* AMDK lainnya. *Green Business* yang dilakukan oleh AQUA adalah dengan menerapkan *campaign* #Bijakberplastik, dimana memberikan program tentang bagaimana menggunakan plastik dengan bijak dengan mengeluarkan produk dalam kemasan ramah lingkungan yang berasal dari hasil daur ulang (Setiawan, 2021). Le Minerale juga menerapkan *green business* dengan cara memproduksi setiap produknya dengan bahan plastik *PET* (Syahputra, 2022). Perusahaan - perusahaan tersebut memproduksi semua air mineral dengan berbahan *PET* dimana mendorong para konsumen untuk menambah wawasan tentang kepedulian menjaga lingkungan dan menciptakan kelestarian bagi alam.

PET botol atau *Polyethylene Terephthalate* adalah material yang digunakan dalam produksi kemasan air mineral dalam botol yang mana memiliki bahan kemasan yang kuat tidak mudah pecah, tahan akan UV, dan memiliki sifat sebagai penghalang gas dan air (Benyathiar, Kumar, Carpenter, Brace, & Mishra, 2022). Selain itu, *PET* memiliki istilah lain yaitu kemasan sekali pakai dimana bahan plastik tersebut terbuat dari minyak mentah

dan gas alam sehingga dapat memangkas biaya dan emisi karbon dalam produksinya serta aman bagi lingkungan (Faradila, 2022). Jadi, *PET* merupakan material plastik yang dapat didaur ulang dimana memiliki kandungan karbon dioksida lebih rendah dari kemasan air mineral lainnya. Biasanya botol dengan bahan *PET* memiliki ciri khas yang agak lembek dari kemasan plastik lainnya karena menggunakan bahan plastik lebih sedikit (Rafie, 2012). *PET* lebih banyak digunakan dalam pembuatan botol plastik karena 100% dapat didaur ulang dan dapat mengurangi biaya produksi serta *PET* memiliki sifat kuat dan tidak mengandung zat dan bahan kimia berbahaya sehingga tidak akan merusak kesehatan manusia jika digunakan sebagai kemasan suatu produk (Petainer, 2022).

Green Marketing merupakan pemasaran yang memiliki lingkup dan konsep yang luas untuk diterapkan baik barang konsumsi, industri, dan jasa. Pemasaran hijau biasanya memiliki ruang lingkup seperti produk yang dapat didaur ulang, diisi ulang, dan ramah lingkungan (Polonsky, 1994). Konsep *green marketing* berasal dari bauran pemasaran dimana memiliki komponen 4P terdiri dari *Product, Price, Place, dan Promotion* (Kotler & Armstrong, 2018). Salah satu bagian bauran pemasaran dalam pemasaran hijau adalah *Product*. *Green Marketing* pada penerapannya memiliki berbagai bentuk sehingga salah satu yang dapat dikatakan sebagai wujud ramah lingkungan yaitu *green packaging*.

Green Packaging adalah kemasan yang ramah akan lingkungan serta memiliki masa produk kemasan yang berkelanjutan dan dapat didaur ulang kembali, *green packaging* juga menjadi kemasan yang sudah seharusnya aman bagi kesehatan manusia dan lingkungan (Benyathiar, Kumar, Carpenter, Brace, & Mishra, 2022). Selain itu, *green packaging* adalah bagian dari komponen produsen atau perusahaan untuk tujuan menarik konsumen agar minat terhadap pada kemasan produk yang tidak merusak lingkungan (Draskovic, Temperley, & Pavicic, 2009). *Green packaging* dalam kemasan air mineral adalah kemaan yang terbuat dari *PET* dimana memiliki kandungan plastik yang lebih rendah dan terbuat dari bahan yang aman (Inocycle, 2021). Dalam hal ini, kemasan AMDK dengan *PET* botol dapat disebut sebagai *green packaging*. *Green Packaging* merupakan salah satu bentuk dari adanya *green bussines*, suatu kemasan dikatakan sebagai produk hijau karena kemasan produk tersebut dapat didaur ulang (*biogradable*) dan produk tersebut memiliki dampak negatif yang minim bagi lingkungan (Durif, Boivin, & Julien, 2010).

Menurut penelitian sejenis sebelumnya oleh Ferdinand (2008) mengenai Analisis pengaruh kemasan terhadap minat beli konsumen menghasilkan merek, gambar, bentuk,

warna, dan label kemasan menjadi pengaruh signifikan pada orang-orang dalam menimbulkan minat beli (Ferdinand, 2008). Oleh sebab itu, Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli seseorang dapat berbentuk berbagai macam terutama pada penelitian ini dengan melihat faktor-faktor apa saja yang berpengaruh pada minat beli terhadap produk AMDK dalam *green packaging PET* botol.

Minat beli merupakan minat yang tercipta setelah melalui proses penilaian seseorang dalam membuat pilihan tentang produk yang akan dikonsumsi atau dibeli berdasarkan brand atau kesadaran (Kotler & Armstrong, 2018). Dengan adanya produk dengan *green packaging* yang dibuat oleh beberapa *brand* AMDK, maka akan menciptakan faktor yang mendorong konsumen untuk lebih sadar akan lingkungan terutama bijak dalam pemilihan konsumsi produk untuk melestarikan lingkungan yang mana akan mempengaruhi minat beli seseorang.

Indomaret adalah salah satu tempat penyedia layanan barang dan jasa yang sudah banyak ditemui di Indonesia, salah satunya di Kota Semarang tepatnya Kecamatan Banyumanik. Alasan memilih wilayah Banyumanik sebagai wilayah Indomaret yang dipilih karena Banyumanik termasuk dalam Kawasan Sentral Bisnis di Kota Semarang atau CBD (*Central Bussines District*) Semarang Selatan dengan cakupan CBD Setiabudi dan CBD Tembalang-Banyumanik (Natalia, 2020). Beberapa Indomaret dipilih dalam penelitian ini karena tersedianya berbagai produk AMDK dengan *PET* botol dari berbagai *brand*. *Brand* yang dapat ditemui pada Indomaret adalah Aqua, Le Minerale, Club, Indomaret *by* Club, dan Indomaret *by* Cleo.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat beli Produk AMDK dengan *green package PET* botol pada konsumen. Perspektif penelitian ini juga dilakukan pada konsumen di Indomaret terdekat yaitu Indomaret Kecamatan Banyumanik Semarang, dimana ditunjukkan bagi mereka yang pernah tertarik akan AMDK dalam *green packaging PET* botol. Maka dari latar belakang yang timbul, peneliti melakukan penelitian dengan judul “ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI PRODUK AIR MINERAL DALAM KEMASAN DENGAN *GREEN PACKAGE PET* BOTOL PADA KONSUMEN DI INDOMARET KECAMATAN BANYUMANIK SEMARANG”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah peneliti kemukakan pada bagian atas, maka dalam perumusan masalah yang ditentukan adalah:

Faktor-faktor apa yang mempengaruhi minat beli produk AMDK dengan *green package PET* botol konsumen di Indomaret Kecamatan Banyumanik Semarang?

1.3. Tujuan

Dengan rumusan masalah yang dijadikan sebagai penelitian, maka penelitian ini memiliki tujuan :

Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli produk AMDK dengan *green package PET* botol pada konsumen di Indomaret Kecamatan Banyumanik Semarang.

1.4. Manfaat

1.4.1. Manfaat Teoritis

Menambah pemahaman dan pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli produk AMDK dengan *Green Package PET* botol.

1.4.2. Manfaat Praktis

Bagi peneliti diharapkan dapat memperkuat teori mengenai pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli AMDK dengan *green package*. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi pada pengembangan penelitian mengenai *Green Packaging* dimasa mendatang.