

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

#### **1.1.1 Profil Perusahaan**

Aqua tercipta atas ide Bapak Tirta Utomo (1930-1994). Beliau menggagas lahirnya industri Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) pertama di Indonesia melalui PT. Aqua Golden Mississippi pada tanggal 23 Februari 1973, kegiatan fisik perusahaan dimulai pada bulan Agustus 1973, ditandai dengan pembangunan pabrik dikawasan Pondok Ungu Bekasi yang juga menjadi pabrik pertama. ide ini terbentuk karena terdorong dari motivasi kesehatan bagi masyarakat setelah tamunya dari luar negeri sakit perut karena minum air putih di Indonesia.

Pada Tahun 1989, nama 'Golden Mississippi' diubah menjadi 'Aqua Golden Mississippi (AGM). Dan Pada tahun 1998, PT Tirta Investama (TIV) menjalin kemitraan dengan Groupe Danone, sebuah entitas bisnis multinasional yang berlokasi di Paris, Perancis, melalui Danone Asia Holding Pte. Ltd. Kemudian PT TIV dengan PT AGM dan PT Tirta Sibayakindo (TSI) sepakat untuk membentuk sebuah sinergi, yang kemudian dikenal dengan nama AQUA Grup. Saat ini PT Tirta Investama memiliki kantor pusat yang terletak di Jakarta, PT Tirta Investama memiliki 23 pabrik, 15 DC dan juga 75 distributor utama yang tersebar luas di Indonesia dengan karyawan sejumlah 12.500 pekerja.

Aqua memiliki slogan “One Planet One Health”. Kata-kata ini merefleksikan visi kami bahwa kesehatan dari masyarakat beserta kesehatan dari planet kita memiliki keterkaitan. Selain itu Aqua juga menerapkan beberapa nilai yaitu Kemanusiaan, Keterbukaan, Kedekatan dan Antusiasme dipupuk dan terus ditanamkan pada karyawan guna menggerakkan Perusahaan ke arah yang lebih baik.

### 1.1.2 Logo, Visi dan Misi Perusahaan

Berikut penjelasan mengenai logo, visi dan misi perusahaan:



**Gambar 1. 1 Logo Aqua**

Sumber: [aqua.co.id](http://aqua.co.id), diakses pada 9 November 2022

#### a. Logo

Menampilkan pegunungan sebagai elemen utama, logo baru Danone AQUA menggambarkan kekuatan sekaligus sumber air AQUA yang sangat berharga. Warna biru digunakan karena merupakan warna dasar dari merek AQUA dan melambangkan kemurnian dari sumber air yang berasal dari dalam pegunungan dan berada di lapisan bumi yang dalam. Semburat hijau pada gunung menggambarkan warna alam yang penuh dengan kehidupan, dan juga cerminan ketika fajar menyongsong hari yang baru. Motif gelombang menggambarkan air sebagai sumber kehidupan sekaligus alur kehidupan yang selalu bergerak maju ke depan. Sedangkan warna kuning pada gelombang adalah refleksi matahari pagi membawa pesan hari baru yang penuh harapan.

#### b. Visi

Melalui misi dan komitmen ganda untuk kemajuan bisnis dan sosial, Danone memiliki tujuan membangun masa depan yang lebih sehat dan gaya hidup yang sehat, bumi yang sehat dan ekosistem yang sehat.

#### c. Misi

Memberikan inspirasi kepada masyarakat Indonesia mengenai hidrasi yang sehat.

### 1.1.3 Produk / Layanan

Saat ini Aqua memiliki empat varian produk yang telah diproduksi dan dipasarkan, berikut produk yang dimiliki Aqua:

a. Aqua

Produk Aqua merupakan produk utama sekaligus unggulan yang banyak diproduksi untuk memenuhi kebutuhan pasar, Aqua dikemas dengan proses yang higienis dengan berbagai macam ukuran kemasan plastik; 330 ml, 450 ml, 600 ml, 750 ml, dan 1500 ml juga kemasan gelas plastik berukuran 240 ml.

b. Aqua Reflections

Aqua Reflections merupakan produk premium dengan menggunakan kemasan kaca yang diproduksi untuk beberapa kalangan secara khusus yang mana terdiri dari *still water* dan *sparkling water* yang disediakan dengan dua ukuran 380 ml dan 750 ml.

c. Aqua Life

Aqua Life tercipta dari inovasi botol air minum dalam kemasan pertama yang berasal dari 100% plastik daur ulang dan 100% dapat didaur ulang kembali.

d. Aqua Galon

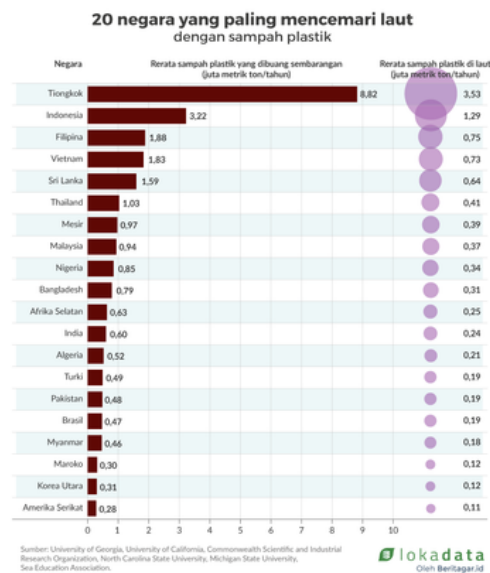
Produksi Aqua Galon diperuntukkan bagi penggunaan rumah tangga yang membutuhkan air dengan kapasitas yang cukup besar yaitu 19 liter, dengan kemasan yang berupa galon isi ulang yang dapat digunakan beberapa kali dengan proses pengecekan kelayakan saat melakukan isi ulang selanjutnya.

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Bukan hal yang asing jika kita membahas mengenai pencemaran lingkungan yang saat ini menjadi keresahan bagi banyak negara, dari pencemaran yang disebabkan oleh limbah, polusi udara, hingga yang disebabkan oleh plastik yang tidak dapat terurai. Pencemaran lingkungan dapat berdampak kepada Air, Udara dan juga daratan. Sumber pencemaran pun diakibatkan oleh dua faktor utama, yaitu peristiwa alam dan ulah manusia. Pencemaran udara terjadi karena masuknya

polutan (benda yang menyebabkan pencemaran) ke dalam atmosfer, Pencemaran air merupakan peristiwa masuknya zat atau komponen lain ke dalam perairan., Pencemaran tanah pada umumnya disebabkan oleh zat-zat kimia yang dibuang secara langsung. Pencemaran bisa juga oleh sampah anorganik yang tidak bisa terurai. (Kompas.com, diakses pada 29 November 2022)

Ada keresahan yang timbul mengenai sampah plastik yang juga digunakan sebagai kemasan oleh para produsen minuman dalam kemasan. Tidak hanya di Indonesia, permasalahan sampah plastik juga dirasakan di seluruh dunia. Para peneliti dari University of Canterbury di Selandia Baru mengumpulkan sampel dari 19 situs di Antartika dan masing-masing berisi pecahan plastik kecil. Para peneliti menemukan rata-rata terdapat 29 partikel mikroplastik per satu liter salju yang mencair. Sebuah studi besar yang diterbitkan dalam Proceedings of the National Academy of Sciences tahun lalu mengatakan mikroplastik tersebar di seluruh dunia, seringkali diangkut oleh debu, angin, dan arus laut. (BBC.com, diakses pada 29 November 2022)



**Gambar 1. 2 Pencemaran sampah plastik di dunia**

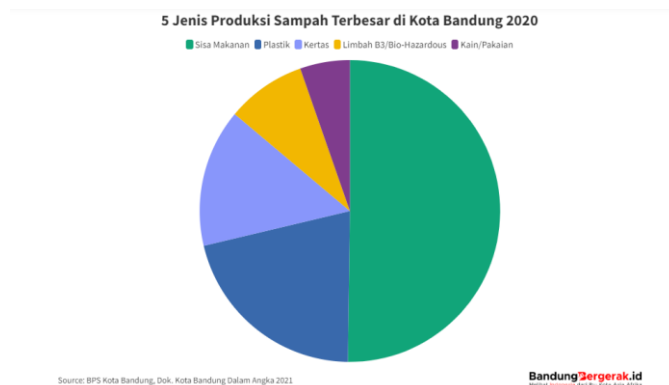
Sumber: Lokadata.id, diakses pada 10 November 2022

Dari data di atas, Indonesia menempati peringkat kedua negara yang paling mencemari laut dengan sampah plastik dengan persentase sebesar 3,22 metrik

ton/tahun sampah yang dibuang sembarangan yang 1,29 metrik ton/tahun diantaranya sampah tersebut dibuang ke lautan, sedangkan diperingkat pertama ada negara Tioangkok dengan persentase keseluruhan sampah yang mencemari 8,82 metrik ton/tahun. Disebutkan oleh CNN Indonesia (2022) Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) menyebut total sampah nasional pada 2021 mencapai 68,5 juta ton. Dari jumlah itu, sebanyak 17 persen, atau sekitar 11,6 juta ton, disumbang oleh sampah plastik.

*National Geographic* menemukan bahwa 91% dari semua plastik yang pernah dibuat tidak didaur ulang. Hal ini tidak hanya menyebabkan salah satu masalah lingkungan terbesar dalam hidup kita, tetapi kegagalan pasar besar-besaran lainnya. Mengingat plastik membutuhkan waktu 400 tahun untuk terurai, maka dibutuhkan beberapa generasi hingga sampah plastik tersebut menyatu dengan alam. (Betahita.id, diakses pada 29 November 2022)

Keresahan akan sampah plastik juga berdampak kepada ekosistem tumbuhan dan juga hewan sehingga dapat membahayakan populasinya dialam bebas. Banyak kasus yang telah terjadi sampah plastik mengakibatkan kematian bagi hewan-hewan, ada hewan laut yang tersangkut dengan sampah plastik yang berakibat kematian, ada hewan yang ditemukan mati terdampar dengan sampah plastik didalam perutnya kasus ini khususnya banyak terjadi kepada hewan yang berada dilaut. Beberapa pihak menyatakan bahwa hewan-hewan laut memakan plastik karena itu tersebar di sana dan mereka salah mengartikannya sebagai makanan, sedangkan Sayoca berpedapat alasan yang paling memungkinkan karena paus-paus tersebut hidup di kegelapan (1.600 kaki di bawah permukaan laut). Mereka menggunakan ekolokasi untuk memburu makanan—biasanya cumi-cumi. (Nationalgeographic.grid.id, diakses pada 29 November 2022)



**Gambar 1. 3 Jenis sampah harian terbanyak di kota Bandung**

Sumber: BandungBergerak.id, diakses pada 20 November 2022

Keresahan akan sampah plastik khususnya dirasakan oleh kota besar seperti Bandung. Data bahwa jenis sampah plastik menyumbang volume terbanyak kedua tidaklah mengherankan karena bahan plastik masih sering dijumpai di berbagai aktivitas manusia. Mulai dari kantong belanja, botol minuman, sampai kemasan-kemasan makanan (BandungBergerak.id, diakses pada 20 November 2022).

Dari timbulan sampah plastik, produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) bermerek menyumbang 226 ribu ton atau 7,06 persen. Sementara itu, 46 ribu ton atau 20,3 persen dari total timbulan sampah produk AMDK bermerek merupakan sampah AMDK kemasan gelas plastik (detik.com, diakses pada 13 November 2022). Dengan adanya data mengenai limbah plastik yang disebabkan oleh AMDK, Aqua sebagai salah satu produsen berupaya mencari solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut, salahsatu upaya yang dilakukan oleh Aqua adalah dengan menciptakan *circular packaging*.

*circular packaging* merupakan program Aqua untuk menciptakan kemasan dengan material yang dapat digunakan kembali, didaur ulang, atau dibuat kompos pada tahun 2025 (SWA, 2022). Disebutkan pada SWA (2022) saat ini 95% kemasana Aqua dapat didaur ulang, Aqua juga besinergi dengan beberapa pihak untuk membuat gerakan tiga pilar #bijakberplastik, yaitu pengumpulan, edukasi, dan inovasi.



**Gambar 1. 4 Indonesia green and sustainable company award**

Sumber: Majalah SWA, 2022

Ditetapkan melalui ajang *Indonesia green and sustainable company award* oleh majalah SWA (2022), Aqua yang diwakili oleh PT Danone Indonesia termasuk dari 10 perusahaan yang telah berkomitmen menjadi perusahaan hijau dan berkelanjutan. Adapun faktor pendukung Aqua mendapatkan penghargaan tersebut diantaranya mengusung visi perusahaan *one planet one health*, merancang program dan menerbitkan laporan sebagai kontribusi pencapaian tujuan *sustainable development goals*, fokus pada empat pilar yaitu *climate, water, circular packaging*, dan *agriculture*, menjalankan program kesejahteraan karyawan, dan menjalankan program keberagaman dan inklusi di lingkungan perusahaan.

**AIR MINUM DALAM KEMASAN**

BRAND	TBI 2022	
AQUA	57.2%	TOP
Le Minerale	12.5%	TOP
Ades	6.4%	
Cleo	4.2%	
Club	3.8%	

\* Kategori online dan offline

**Gambar 1. 5 Peringkat Aqua di Top brand award**

Sumber: topbrand-award.com, diakses pada 10 November 2022

Terdapat pada Top Brand Award, Aqua mendapatkan peringkat pertama sebagai merek dagang air minum dalam kemasan yang menguasai pasar pada tahun 2022 dengan persentase 57,2% dilanjutkan oleh empat produk lainnya yaitu Le Minerale, Ades, Cleo, dan Club. Selain mendapatkan peringkat pertama kategori air minum dalam kemasan, Aqua juga sudah memiliki izin Standar Nasional Indonesia (SNI) dari Kementerian Perindustrian (Kemenperin) dan mendapat izin edar dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Menurut (Lokadata.id, diakses pada 10 November 2022) Aqua berusaha untuk selalu menjaga kemurnian produk dari mulai sumber mata air hingga kontrol hingga kontrol kualitas pasar, proses produksi Aqua dilakukan secara otomatis sehingga membuat kebersihan produk terjaga dan seluruh tahapan dalam produksi sudah sesuai dengan standar yang ditetapkan tujuh lembaga internasional.

Dengan adanya perubahan yang dilakukan saat ini memungkinkan terdapat pengetahuan mengenai lingkungan. Menurut Fryxell and Lo (2003) dalam Erik, Jasuro dan Indra (2017), mendefinisikan pengetahuan lingkungan (*Environmental Knowledge*) sebagai suatu pengetahuan umum tentang fakta, konsep, dan hubungan tentang lingkungan alam dan ekosistem. Oleh karena itu, secara sederhana pengetahuan tentang lingkungan menggambarkan apa yang manusia ketahui tentang lingkungan (Erik, Jasuro dan Indra, 2017). Apabila konsumen memiliki pengetahuan tentang isu-isu lingkungan, maka tingkat kesadaran mereka akan meningkat dan dengan demikian akan berpotensi, mempromosikan sikap yang menguntungkan terhadap produk hijau (Aman et al., 2012 dalam Erik, Jasuro dan Indra, 2017).

Perubahan yang terjadi juga didukung oleh adanya kepedulian lingkungan masyarakat yang tercipta dari pengetahuan yang mereka miliki. Menurut Junior (2018) dalam Fanny (2020) *environmental concern* adalah berusaha melindungi atau meningkatkan kualitas lingkungan, menghemat energi dan / atau sumber daya alam dan untuk mengurangi atau menghilangkan penggunaan bahan pencemar dan limbah beracun lebih suka menggunakan produk-produk yang ramah lingkungan

Meski Aqua telah menjadi merek AMDK terbaik pertama dan mendapatkan pendapatan penghargaan *Indonesia green and sustainable company award*, belum



tentu itu merupakan alasan utama para konsumen untuk menentukan keputusan pembelian terhadap produk Aqua untuk dikonsumsi. Oleh karenanya penulis melakukan Pra-survei untuk mengetahui tanggapan mengenai *environmental knowledge*, *environmental concern* dan keputusan pembelian pada produk Aqua yang disebar kepada 30 responden dengan hasil sebagai berikut:

**TABEL 1. 1**  
**HASIL PRA-SURVEI**

No	Variabel	Pernyataan	Setuju (%)	Tidak Setuju (%)
1	<i>Environmental Knowledge</i>	Saya mengetahui bahwa Aqua menggunakan kemasan yang dapat didaur ulang	83%	17%
		Saya mengetahui bahwa kemasan daur ulang Aqua berdampak baik melindungi lingkungan	100%	0%
2	<i>Environmental Concern</i>	Saya peduli kepada lingkungan sekitar	90%	10%
		Saya setuju bahwa kemasan daur ulang Aqua berdampak baik terhadap lingkungan sekitar	83%	17%
3	Keputusan Pembelian	Saya memilih produk Aqua dibanding produk lain	77%	23%
		Saya percaya kualitas dari produk Aqua	83%	17%

Sumber: Olahan Penulis, 2022

Setelah penulis melakukan pra-survei mengenai *environmental knowledge*, *environmental concern* dan keputusan pembelian pada produk Aqua didapatkan hasil secara umum konsumen telah mengetahui bahwa Aqua telah menerapkan

kemasan yang dapat didaur ulang. Pada hasil pra-survei *environmental knowledge* terdapat 17% konsumen tidak mengetahui bahwa Aqua telah menerapkan kemasan yang dapat didaur ulang, sehingga dapat diartikan bahwa Aqua belum sepenuhnya dapat memberikan informasi mengenai kemasan yang digunakan produknya telah menerapkan kemasan yang dapat didaur ulang. Selanjutnya terdapat hasil pra-survei *environmental concern* 17% konsumen tidak setuju bahwa kemasan Aqua yang dapat didaur ulang berdampak baik terhadap lingkungan, yang dapat diartikan bahwa Aqua dapat lebih mengkampanyekan setiap programnya dalam ikut serta terhadap perubahan lingkungan yang lebih baik. Dan hasil pra-survei keputusan pembelian sebesar 77% telah memilih Aqua sebagai produk yang dikonsumsi sedangkan 23% konsumen memilih produk selain Aqua untuk dikonsumsi.

Dikutip dari (Yuaniko,2019) Swastha dan Handoko (2013) mengatakan bahwa sebuah keputusan untuk membeli yang diambil oleh konsumen adalah kumpulan dari sejumlah keputusan. Setiap keputusan pembelian memiliki tujuh struktur komponen, diantaranya: keputusan tentang jenis produk, bentuk produk, merek, penjualnya, jumlah produk, waktu pembelian, dan cara pembayaran.

Melihat hasil penelitian yang dilakukan Yuaniko (2019) menyatakan pengetahuan lingkungan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, Maka semakin masyarakat mengerti tentang lingkungan maka keputusan pembelian terhadap produk juga akan meningkat.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang dilakukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Bagaimana pengetahuan lingkungan (*environmental knowledge*) konsumen terhadap kepedulian lingkungan (*environmental concern*) yang diterapkan oleh Aqua?
- b. Bagaimana kepedulian lingkungan (*environmental concern*) konsumen terhadap keputusan pembelian (*purchase desicion*) yang diterapkan oleh Aqua?

- c. Bagaimana pengetahuan lingkungan (*environmental knowledge*) konsumen terhadap keputusan pembelian (*purchase desicion*) yang diterapkan oleh Aqua?
- d. Seberapa besar pengaruh pengetahuan lingkungan (*environmental knowledge*) konsumen terhadap keputusan pembelian (*purchase desicion*) yang dimediasi oleh kepedulian lingkungan (*environmental concern*) pada produk Aqua?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, adapun tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengetahuan lingkungan konsumen terhadap kepedulian lingkungan yang diterapkan oleh Aqua.
- b. Untuk mengetahui kepedulian lingkungan konsumen terhadap keputusan pembelian lingkungan yang diterapkan oleh Aqua.
- c. Untuk mengetahui pengetahuan lingkungan konsumen terhadap keputusan pembelian lingkungan yang diterapkan oleh Aqua.
- d. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pengetahuan lingkungan konsumen terhadap keputusan pembelian lingkungan yang dimediasi oleh kepedulian lingkungan pada produk Aqua.

#### **1.5 Kegunaan Penelitian**

##### **1.5.1 Aspek Teoritis**

Dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap dapat menambah wawasan pengetahuan mengenai pengetahuan lingkungan dan kepedulian lingkungan yang diterapkan perusahaan dan mengenai perilaku konsumen dalam menentukan keputusan pembelian.

##### **1.5.2 Aspek Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa dan perusahaan terkait mengenai praktik bagaimana pengaruh pengetahuan lingkungan konsumen terhadap keputusan pembelian dengan dimediasi kepedulian lingkungan.

## **1.6 Waktu dan Periode Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada bulan Oktober 2022 hingga Januari 2023