

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

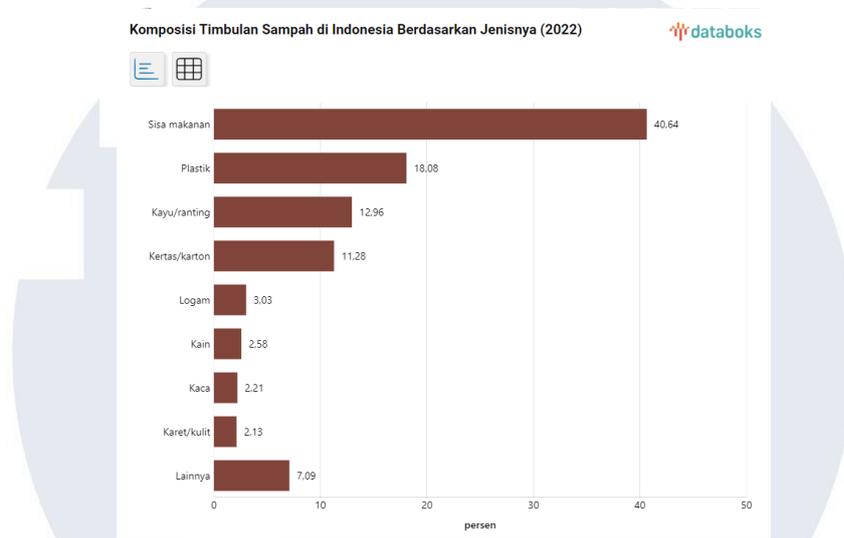
Kondisi sampah di Indonesia kian mengkhawatirkan. Peningkatan jumlah sampah nasional setiap tahunnya menjadi masalah umum yang selalu muncul. Tidak hanya karena volume sampah yang cenderung terus bertambah, tetapi juga karena kurangnya penanganan yang tepat. Padahal, banyaknya sampah yang tidak dikelola dengan baik akan menjadi sumber pencemaran, baik di daratan maupun di perairan seperti sungai dan laut (Elamin et al., 2018).

Permasalahan sampah di Indonesia tidak terlepas dari populasi penduduk yang terus meningkat, sementara tempat pembuangan ataupun infrastruktur pengelolaan sampah masih terbatas (Kartikasari & Legowo, 2022). Selain itu, kesadaran masyarakat akan masalah sampah yang masih rendah juga menjadi penyebab persoalan sampah masih sulit diselesaikan (Putra & Permana, 2023).

Dikutip dari Databoks, berdasarkan data Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK), Indonesia menghasilkan 35,83 juta ton timbulan sampah sepanjang tahun 2022. Volume tersebut naik 21,7% dibanding 2021, sekaligus menjadi level tertinggi dalam empat tahun terakhir. Dari total timbulan sampah nasional pada 2022, sebanyak 22,44 juta ton atau 62,63% di antaranya telah terkelola, sedangkan 13,39 juta ton atau 37,37% belum terkelola dengan baik (Annur, 2023).

Dilihat dari segi jenisnya, mayoritas timbulan sampah nasional tahun 2022 berupa sampah sisa makanan (*food waste*) dengan proporsi 40,7%, diikuti sampah plastik 18%, kayu/ranting 13%, kertas/karton 11,3%, logam 3%, kain 2,6%, kaca 2,2%, karet/kulit 2,1%, dan sampah jenis lainnya sebesar 7,1%. Sementara itu, berdasarkan sumbernya, mayoritas atau sebanyak 38,4% timbulan sampah nasional berasal dari limbah rumah tangga, kemudian dari pasar tradisional 27,7%,

perniagaan 14,4%, kawasan komersial/industri 6,2%, fasilitas publik 5,4%, perkantoran 4,8%, dan sumber lainnya sebanyak 3,2% (Annur, 2023).



Gambar 1.1 Komposisi Timbulan Sampah di Indonesia Berdasarkan Jenisnya tahun 2022

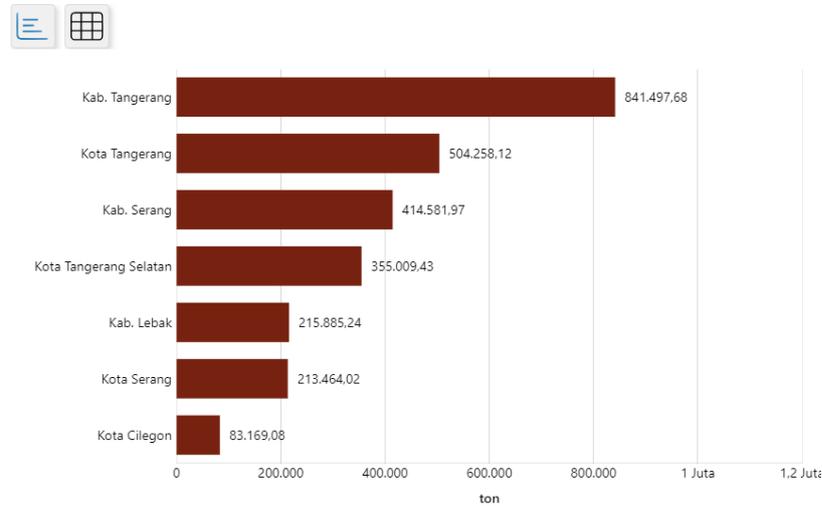
Sumber: Databoks (2023)

Di Indonesia, saat ini jumlah sampah yang dihasilkan setiap hari diperkirakan mencapai 85.000 ton dan diproyeksikan akan naik menjadi sekitar 150.000 ton per hari pada tahun 2025. Bahkan, penumpukan sampah ini diperkirakan akan mengalami peningkatan dua kali lipat pada tahun 2050 (Pranita & Putri, 2021).

Dalam lingkup yang lebih kecil, kembali merujuk data SIPSN KLHK yang dimuat di Databoks (Annur, 2023), di Provinsi Banten volume timbulan sampah mencapai 2,62 juta ton pada 2022, dan menjadi penyumbang sampah terbesar kelima di Indonesia. Jika dirinci per daerah, khususnya kota Tangerang Selatan, berada di posisi keempat dengan volume timbulan sampah mencapai 355 ribu ton. Sementara, di posisi paling atas, terdapat Kabupaten Tangerang dengan volume timbulan sampah 841,49 ribu ton atau 32,02% dari total sampah di provinsi Banten, diikuti Kota Tangerang dan Kabupaten Serang. Di urutan kelima ada Kabupaten Lebak, diikuti Kota Serang serta terakhir Kota Cilegon menjadi daerah dengan volume timbulan sampah paling sedikit di Banten.

Volume Timbulan Sampah di Provinsi Banten Berdasarkan Wilayahnya (2022)

databoks



Gambar 1. 2 Volume Timbulan Sampah di Provinsi Banten Berdasarkan Wilayahnya Tahun 2022

Sumber: Databoks (2023)

Adapun menurut data SIPSN KLHK, setiap harinya Provinsi Banten menghasilkan sekitar 7,19 ribu ton sampah per hari sepanjang tahun 2022 dan Kota Tangerang Selatan sendiri menghasilkan 972,63 ton sampah setiap harinya. Angka ini tentunya sangat fantastis dan perlu segera diambil tindakan nyata dalam mengurangi dan mengolah sampah.

Hal ini penting karena jika pengelolaan sampah tidak dilakukan dengan efektif dan langsung dibuang ke lingkungan dalam jumlah besar setiap harinya, maka selain mengurangi kebersihan, keindahan, dan kenyamanan, sampah juga bisa menjadi sumber penyebaran penyakit yang merusak kualitas lingkungan dengan mencemari udara, tanah, dan air. Akumulasi dampak tersebut dapat mengakibatkan masalah kesehatan yang serius (Elamin et al., 2018).

Menurut jenisnya, sampah dikelompokkan menjadi dua, yakni sampah organik dan non-organik (Putra & Permana, 2023). Sampah organik merujuk kepada limbah yang berasal dari sisa-sisa makhluk hidup yang dapat mengalami peluruhan secara alami tanpa intervensi manusia atau memiliki sifat mudah terurai secara biologis. Contohnya adalah limbah rumah tangga seperti sisa makanan,

sayuran, kulit buah, daun, dan ranting, yang sebagian besar termasuk dalam kategori sampah organik (Qothrunnada, 2022).

Sementara menurut Putra & Permana (2023), sampah non-organik atau anorganik, adalah jenis sampah yang berasal dari bahan-bahan yang tidak berasal dari organisme hidup dan tidak dapat terurai secara alami oleh proses biologis. Jenis sampah ini umumnya terdiri dari bahan sintetis atau non-biologis seperti plastik, kertas, logam, kaca, keramik, dan bahan kimia. Karakteristik utama dari sampah non-organik adalah tidak mudah terurai dan membutuhkan waktu yang lama untuk terurai. Contoh-contoh sampah non-organik meliputi botol plastik, kaleng, kemasan plastik, kertas bekas, dan barang-barang elektronik.

Sampah anorganik yang sulit terurai dan tertimbun di tanah dalam waktu yang panjang, lama-kelamaan akan merusak lapisan tanah dan menyebabkan pencemaran tanah. Selain itu, sampah yang tidak tertangani dengan baik akan menimbulkan kerusakan di lingkungan, menimbulkan bau serta berisiko menimbulkan penyakit (Puger, 2018).

Untuk itu, perlu adanya pengelolaan sampah yang baik untuk menekan timbulnya pencemaran atau kerusakan lingkungan. Menurut (UU No. 18 tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah), pengelolaan sampah merupakan sebuah kegiatan yang sistematis, menyeluruh, dan berkesinambungan yang meliputi pengurangan dan penanganan sampah (Pasal 1, ayat 5). Pengurangan sampah meliputi membatasi timbulan sampah, mendaur ulang sampah dan memanfaatkan kembali sampah (Pasal 20, ayat 1). Pengurangan sampah dilakukan dengan menetapkan target pengurangan sampah secara bertahap, penggunaan teknologi yang ramah lingkungan, menerapkan kegiatan daur ulang sampah dan memasarkan produk-produk daur ulang tersebut (Pasal 20, ayat 2). Sedangkan kegiatan yang dapat dilakukan dalam penanganan sampah meliputi pemilahan sampah berdasarkan jenis, jumlah dan sifat sampah; pengambilan dan pengumpulan sampah dari sumber sampah ke tempat penampungan sampah sementara, kemudian setelah itu diangkut ke tempat pembuangan akhir dan dikelola dengan mengubah

karakteristik, komposisi dan jumlah sampah sehingga hasil pengolahan tersebut dapat dikembalikan ke lingkungan secara aman (Pasal 22 ayat 1).

Urgensi akan permasalahan sampah yang terus meningkat dan kebutuhan akan pengelolaan limbah yang efektif turut disadari oleh PT Alam Sutera Realty Tbk. dan salah satu *commercial business unit* di bawah naungannya, yakni The Flavor Bliss Alam Sutera. Ditinjau dari sisi korporasinya, PT Alam Sutera Realty Tbk. merupakan salah satu *developer* atau pengembang properti terintegrasi di Indonesia yang mengembangkan kota mandiri Alam Sutera di kawasan Tangerang Selatan. Dalam *bracket* yang sama, yakni kategori developer / perusahaan terbuka (Tbk.) pengembang properti kota mandiri di sekitar kawasan Tangerang Selatan, terdapat Sinarmas Land sebagai pengembang kawasan Bumi Serpong Damai (BSD); Lippo Karawaci sebagai pengembang Lippo Village; serta Summarecon Agung sebagai pengembang Summarecon Serpong.

Dikutip dari *website* resminya (2023), The Flavor Bliss Alam Sutera sendiri merupakan sebuah destinasi kuliner dan hiburan di Alam Sutera yang telah berdiri sejak tahun 2010 dan berlokasi tepat di pintu masuk kawasan Alam Sutera, Tangerang Selatan. Memiliki total luas area sebesar 6,5 hektar, The Flavor Bliss menghadirkan lebih dari 30 *tenant* untuk menemani kebutuhan masyarakat akan tempat hangout yang unik, nyaman dan modern. Berbagai *tenant* di The Flavor Bliss antara lain; Hokben, Rumah Buah, Eastern Kopi TM, Ikkudo Ichi, Bandar Djakarta, Sarang Oci, Sushi Tei, The Harvest, Grand Nihao, Pappa Jack, GS The Fresh Supermarket, Cutt & Grill, She La Vie *Grand Ballroom*, Stevan Meat Shop, dan banyak lainnya.

Pada tahun 2020, The Flavor Bliss meresmikan Broadway, *hangout space* terbaru di dalam kawasan The Flavor Bliss. Nama dan konsep Broadway sendiri terinspirasi dari sebuah jalan yang populer sebagai kawasan Theater District di New York City. Untuk itu, berbagai interior ala Broadway dihadirkan, lewat desain estetik dan *instagrammable* di setiap sudut areanya. Berbagai *tenant* kuliner menarik seperti; Vintage Vibes, Capitano Gelato, Foto Hokkie, Momokino, Joomba, Churrobites, Sushi Stop, Pastabar, dan *tenant* lainnya turut melengkapi

Broadway Alam Sutera (The Flavor Bliss, 2023). Jika dijumlahkan, The Flavor Bliss & Broadway memiliki total 51 *tenant* yang bervariasi. Kategori *tenant* di Flavor Bliss & Broadway terdiri dari restoran / *food & beverages*, *retail supermarket*, *grand ballroom*, *thrifting preloved fashion store*, *photobooth store*, *personal care salon*, dan *pet shop*.

Sebagai salah satu pusat destinasi kuliner, tentu setiap harinya The Flavor Bliss & Broadway menghasilkan banyak sampah, terutama sampah makanan (*food waste*). Menurut data yang diolah Rekosistem (2023), pada tahun 2023 The Flavor Bliss menghasilkan 425.162 kg sampah sepanjang tahun, yang terdiri dari 79,4% sampah residu, 11,6% sampah organik busuk, dan sisa 9%nya meliputi sampah plastik, kertas, kardus, organik, beling, logam, anorganik, dan MLP (*Multi-Layered Packaging*). Angka ini termasuk tinggi dan diperlukan pengolahan sampah yang baik agar tidak semakin mencemari lingkungan.

Sebagai sebuah pengembang properti terintegrasi yang dikenal masyarakat sebagai developer yang berfokus pada *green living* dan peningkatan kualitas hidup masyarakat, PT. Alam Sutera Realty Tbk. memiliki misi untuk menghadirkan kehidupan ramah lingkungan lewat inovasi dan pelayanan untuk mengembangkan lingkungan yang nyaman, aman dan sehat bagi residennya (Alam Sutera, 2024). Maka tentunya, isu permasalahan sampah dan pengolahannya menjadi perhatian utama bagi PT. Alam Sutera Tbk. dan unit bisnis lain yang berada di bawah naungannya. Hal ini juga turut didorong oleh fakta bahwa sebagai sebuah perusahaan terbuka, PT. Alam Sutera Realty Tbk. memiliki tanggung jawab untuk menerapkan prinsip-prinsip *ESG (Environmental, Social, and Governance)* yang baik serta menuangkannya dalam *Sustainability Report (SR)* perusahaan setiap tahunnya.

Bertolak dari hal ini, The Flavor Bliss mengambil langkah tanggap untuk mengatasi persoalan sampah terutama di kawasanya yakni dimulai dengan membuat *Eco Enzyme* pada tahun 2021. Dikutip dari Zerowaste (2018), *Eco Enzyme* sendiri merupakan hasil fermentasi limbah dapur organik seperti ampas buah dan sayuran, gula (gula coklat, gula merah atau gula tebu), dan air yang

berwarna coklat gelap dan memiliki aroma fermentasi asam manis yang kuat. *Eco Enzyme* berbentuk cairan yang mengandung enzim dan berguna untuk berbagai fungsi dan aplikasi bagi rumah tangga, pertanian, dan peternakan; seperti menjadi pembersih rumah, pupuk alami, maupun sebagai pestisida yang efektif.

Efektivitas penggunaan *Eco Enzyme* dalam membantu mengatasi persoalan sampah di The Flavor Bliss menjadi titik awal semangat The Flavor Bliss untuk semakin peduli akan permasalahan sampah. Di tahun 2022, The Flavor Bliss mulai berpartner dengan para mitra pengelolaan sampah dan limbah. Dimulai dengan kolaborasi dengan Rekosistem, sebuah perusahaan *startup* yang menawarkan layanan pemilahan, pengelolaan dan daur ulang limbah untuk mengoptimalkan rantai nilai limbah. Hingga 2023, Rekosistem telah berhasil mendaur ulang dan memproses lebih dari 10.000 Metrik Ton sampah tiap tahunnya dan bekerja sama dengan banyak perusahaan dan *brand-brand* besar yang jumlahnya terus bertambah (Rekosistem, 2023). Di area The Flavor Bliss, Rekosistem memiliki *drop point/waste station*-nya sendiri yang terletak di area Open Door. Melalui Instagram @flavorbliss, The Flavor Bliss juga secara rutin memposting konten kampanye seputar sampah dan cara pengolahannya bersama dengan Rekosistem setiap minggunya.

Selain Rekosistem, The Flavor Bliss juga bekerja sama dengan Magalarva, salah satu perusahaan bioteknologi yang mengelola sampah organik menjadi pakan ternak menggunakan *Black Soldier Fly (BSF)*. Dikutip dari *website* resminya, Magalarva menyediakan layanan pengelolaan sampah makanan ramah lingkungan yang meliputi pengumpulan sampah dan pengolahan sampah menggunakan teknologi larva *Black Soldier Fly*. Magalarva mendaur ulang dan mengembalikan limbah makanan ke dalam rantai makanan, sehingga menghasilkan solusi sirkular dan berkelanjutan bagi perusahaan dan komunitas (Magalarva, 2024). Di The Flavor Bliss sendiri, lewat kerja sama dengan Rekosistem, sejak tahun 2021 Magalarva telah berhasil mengurangi sampah sebesar 2,1 ton dan bertujuan untuk terus meningkatkan angka tersebut serta menjadikan The Flavor Bliss sebagai model pusat kuliner berkelanjutan (Magalarva, 2024).

Puncak dari kampanye pemasaran sosial Sustainabliss yang dilakukan The Flavor Bliss sekaligus memperingati tanggal 10 Januari sebagai Hari Lingkungan Hidup Nasional, The Flavor Bliss menyelenggarakan *event* Sustainabliss pada 27 - 28 Januari 2024 lalu. Mengangkat tema “*Waste Management: Recycle It All, No Matter How Small*”, dalam *event* ini terdapat *Mini Exhibition, Eco Talks, Mini Demonstration, Workshop* “Akhir Pekan Berkreasi”, dan ditutup oleh penampilan spesial dari *guest star*, Donne Maula. Dalam *Eco Talks*, perwakilan dari para mitra pengolahan sampah yakni; Estate Alam Sutera, Open Door, Pelant Nursery, Rekosistem, Magalarva, dan Alner membahas mengenai eksplorasi pengelolaan sampah dan cerita di baliknya.

Sementara itu, *Workshop* “Akhir Pekan Berkreasi” diselenggarakan bersama komunitas kreatif PakaiLagi, Bihoo, dan Seikatuju yang bertujuan untuk mengolah sampah menjadi karya (Instagram @flavorbliss, 2024). Kemudian acara ditutup dengan penampilan spesial salah satu artis yang sedang naik daun, yakni Donne Maula yang membawakan beberapa lagu hitsnya dan disambut dengan meriah oleh para pengunjung yang ada. Seluruh kegiatan dan acara pada *event* Sustainabliss juga disebarluaskan melalui media-media yang dimiliki oleh The Flavor Bliss & Broadway serta kolaborasi dengan para media partner. Lewat acara Sustainabliss, The Flavor Bliss ingin mengedukasi konsumen mengenai pentingnya pengolahan sampah serta mengajak masyarakat untuk mulai melakukan praktik pengolahan sampah secara mandiri.

Meskipun kampanye Sustainabliss ini baru diselenggarakan oleh The Flavor Bliss di awal tahun 2024, tetapi adanya kampanye ini semakin melengkapi langkah-langkah keberlanjutan yang sudah dilakukan sebelumnya oleh PT Alam Sutera Realty Tbk. dalam ranah *ESG (Environmental, Social, dan Governance)* yang masih terus berlangsung sampai sekarang; seperti penanaman pohon peneduh di kawasan, penggunaan *green building material*, pengelolaan sampah yang maksimal lewat insinerator, *eco-enzyme*, dan budidaya maggot, serta penggunaan panel surya untuk aktivitas *Environmental*-nya. Sementara untuk aktivitas dalam ranah *Social*, diwujudkan PT Alam Sutera Realty Tbk. lewat pengelolaan SDM yang baik lewat

coaching & training, penilaian kinerja, remunerasi, K3 (Kesehatan & Keselamatan Kerja), serta pelibatan komunitas lewat tiap kegiatan CSR perusahaan. Tata kelola perusahaan (*Governance*) yang baik juga dilakukan perseroan dengan menerbitkan dan melakukan pelaporan kinerja keuangan yang transparan, menerapkan kode etik perseroan, pelaksanaan kebijakan pemberian kompensasi, pengungkapan informasi, anti korupsi, dan pelaporan pelanggaran.

Jika dibandingkan dengan kategori *bracket* yang sama dengan PT. Alam Sutera Realty, yakni para pengembang properti kota mandiri lain di kawasan Tangerang Selatan, lewat *annual report & sustainability report*-nya, jenis aktivitas mereka yang masuk dalam ranah *Environmental* dari prinsip ESG adalah; manajemen sampah terpadu, penyediaan fasilitas pengelolaan sampah mandiri di masing-masing kawasan, pemisahan sampah, mendorong penggunaan kembali kemasan, daur ulang plastik untuk larutan aspal, *eco-enzyme*, dan budidaya maggot untuk sampah organik. Namun belum ditemukan ada kampanye *social marketing* yang spesifik mengajak masyarakat untuk melakukan perilaku pengolahan sampah mandiri. Sebagian besar upaya yang telah dilakukan oleh kompetitor belum dikemas sebagai sebuah kampanye terintegrasi yang bisa diukur keberhasilannya. Sehingga bisa disimpulkan bahwa kampanye yang diusung oleh The Flavor Bliss ini bisa dianggap sebagai awal yang baik dalam ranah penyelenggaraan kampanye *social marketing* yang terintegrasi, dengan tujuan mengedukasi dan mengajak masyarakat untuk melakukan pengolahan sampah dengan efisien.

Sehingga, meskipun kampanye ini diluncurkan oleh The Flavor Bliss yang meski dari segi cakupan wilayahnya tidak terlalu luas, tetapi kampanye ini layak menjadi studi kasus karena hadirnya kampanye ini turut mewakili langkah keberlanjutan PT. Alam Sutera Realty Tbk. sebagai sebuah korporasi yang besar, di samping berbagai program dan aktivitas lain yang juga dilakukan. Dengan memperkaya implementasi aktivitas yang dilakukan dalam *SR*, maka hal ini akan bisa meningkatkan *corporate branding & reputation management* perusahaan menjadi memiliki *image & reputasi* yang positif di mata masyarakat dan juga *stakeholders*-nya.

Berdasarkan konteks di atas, langkah konkrit The Flavor Bliss sebagai inisiatif PT. Alam Sutera Realty Tbk. pada aktivitas *sustainability* dalam ranah *Environmental*, dalam menjadi pusat destinasi kuliner dan hiburan yang lebih ramah lingkungan dan berkelanjutan lewat bertanggung jawab mengelola limbah yang dihasilkan, serta kemampuannya dalam melakukan kampanye pemasaran sosial yang menarik untuk mengedukasi konsumen dan masyarakat akan pentingnya pengolahan sampah, menarik perhatian peneliti untuk mengeksplor lebih dalam apa saja strategi kampanye pemasaran sosial Sustainabliss The Flavor Bliss dalam mengubah perilaku konsumen terhadap pengolahan sampah serta apakah langkah-langkah perencanaan yang dilakukan The Flavor Bliss sudah sesuai dengan prinsip-prinsip dan tahapan dalam perencanaan *social marketing*.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Kondisi sampah di Indonesia yang kian mengkhawatirkan dan kesadaran masyarakat yang masih rendah akan pengelolaan sampah yang baik dan efektif menjadi perhatian utama The Flavor Bliss Alam Sutera untuk mengambil langkah tanggap untuk mengatasi persoalan sampah. Langkah konkrit The Flavor Bliss sebagai inisiatif PT. Alam Sutera Realty Tbk. pada aktivitas *sustainability* dalam ranah *Environmental*, untuk menjadi kawasan yang lebih ramah lingkungan dan berkelanjutan lewat melakukan manajemen limbah mandiri serta melakukan kampanye pemasaran sosial untuk mengajak masyarakat menerapkan perilaku pengolahan sampah mandiri, menarik perhatian peneliti untuk mengeksplor lebih dalam apa saja strategi kampanye pemasaran sosial Sustainabliss The Flavor Bliss dalam mengubah perilaku konsumen terhadap pengolahan sampah. Peneliti juga ingin menganalisis apakah strategi kampanye pemasaran sosial Sustainabliss ini sudah sesuai dengan prinsip-prinsip dan tahapan dalam *Social Marketing*.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, pertanyaan yang dirumuskan dalam penelitian ini yaitu: Bagaimana strategi kampanye pemasaran sosial Sustainabliss The Flavor Bliss dalam mengubah perilaku konsumen terhadap pengolahan sampah?

1.4 Tujuan Penelitian

Menjawab pertanyaan penelitian sebelumnya, tujuan penelitian ini adalah mengetahui bagaimana strategi kampanye pemasaran sosial Sustainabliss The Flavor Bliss dalam mengubah perilaku konsumen terhadap pengolahan sampah.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan acuan bagi penelitian selanjutnya dalam ranah komunikasi pemasaran, terutama yang berkaitan dengan konsep *social marketing*, *social campaign*, *event*, *sustainability*, dan *waste management*.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan rekomendasi, panduan, dan informasi evaluatif kepada lebih banyak lembaga/organisasi untuk lebih peduli akan permasalahan sampah dan mulai melakukan kampanye sosial yang sesuai dengan kaidah-kaidah pemasaran sosial yang ada.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Hasil penelitian diharapkan dapat menginspirasi masyarakat untuk melakukan pengelolaan sampah secara mandiri dengan lebih efektif dan efisien.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Kampanye Sustainabliss ini belum terlalu lama dilakukan sehingga data-datanya belum terlalu lengkap. Data yang diperoleh juga dari hanya berfokus dari data *tenant* saja, tidak ada data dari pengunjung *event*/publik, sehingga cukup sulit untuk dinilai tingkat keberhasilannya.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A