

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

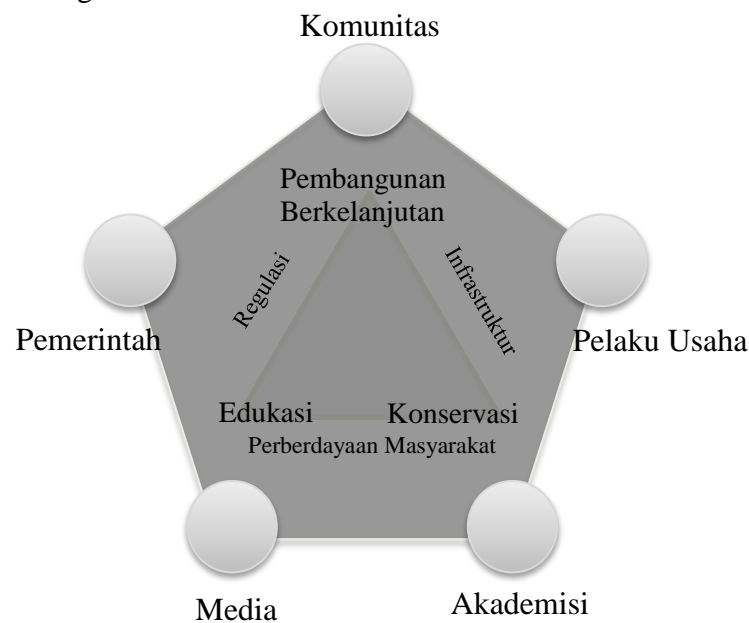
Indonesia, negara kepulauan terbesar di dunia yang memiliki lebih dari 17.000 pulau. Tak heran jika berbagai kekayaan alamnya dapat menarik sesiapa untuk singgah dan menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara yang harus dikunjungi untuk berwisata.

Definisi dari pariwisata yang berkembang di dunia sangat beragam, multidimensi dan sangat berkaitan dengan latar belakang keilmuannya (D. iGusti B. R. Utama, 2016, p. 17). Dalam bukunya beliau mengelompokan definisi pariwisata ke dalam tiga dimensi, yaitu: (1) Dimensi spasial, yakni definisi pariwisata yang lebih menekankan pada pergerakan wisatawan dari satu tempat ke tempat lain seperti yang dikemukakan oleh *World Tourism Organization (WTO)* bahwasanya pariwisata adalah kegiatan seseorang yang melakukan perjalanan ke luar dari lingkungan kesehariannya; (2) Dimensi industri/bisnis, yakni definisi pariwisata yang dikaitkan dengan fasilitas pendukung perjalanan wisata seperti menurut Undang-undang No 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta pendukung lainnya yang disediakan oleh berbagai pihak, mulai dari masyarakat setempat, sesama wisatawan, pengusaha setempat hingga pemerintah; (3) Dimensi akademis/sosial budaya, dimensi ini mendefinisikan pariwisata secara lebih luas, salah satu ahli terkemuka menyebutkan bahwa pariwisata merupakan studi yang mempelajari perjalan manusia, dari perjalan itulah memberikan dampak ke berbagai sektor seperti ekonomi, sosial budaya maupun lingkungan (R. Utama et al., 2016, p. 17).

Dewasa ini sektor pariwisata menjadi salah satu sektor yang paling disorot di Indonesia, berbagai pihak sedang melakukan perbaikan untuk menciptakan pariwisata sebagai *core business* (Widodo, 2016, p. 2). Harapan tersebut bukanlah tanpa alasan, seperti fakta-fakta yang dikemukakan oleh Menteri Pariwisata Arif Yahya bahwa pariwisata adalah sektor penyumbang lapangan pekerjaan yang

cukup besar, tumbuh 30% dalam lima tahun terakhir. Kemudian sektor pariwisata adalah penyumbang 10% Pendapatan Domestik Bruto (PDB) nasional dengan nominal tertinggi di ASEAN. Fakta yang ketiga adalah pada tahun 2017 sektor pariwisata menempati posisi kedua sebagai menyumbang devisa tertinggi negara, mengalahkan minyak dan gas yang semula diunggulkan.

Harapan tersebut harus didukung oleh semua pihak. Deputi Bidang Pengembangan Kelembagaan Kepariwisataan, RI Ahman Sya menyebutkan bahwa cara yang tepat untuk mencapai harapan tersebut adalah dengan memberlakukan konsep pentahelix (UNPAD, n.d., p. 3), yakni suatu konsep dimana akademisi, pelaku usaha/wirausaha, pemerintah, komunitas juga media bekerjasama dengan baik.



Gambar 1.1 Konsep Pentahelix

Berbicara tentang perjalanan wisata seseorang, maka tidak akan lepas dari wisata kuliner. Salah satu jenis wisata yang memiliki peran penting untuk dunia kepariwisataan Indonesia, karena sebagian besar pengeluaran wisatawan adalah untuk berwisata kuliner, tutur Arif Yahya. Pun diperkuat dengan fakta bahwa rata-rata setiap wisatawan *spending budget* untuk wisata kuliner mencapai 30-40% (Saputra, 2018, p. 3). Maka tak heran dewasa ini wisata kuliner menjadi salah satu sorotan dan dipromosikan secara besar-besaran. Selain wisata kuliner, wisata gastronomi pun dewasa ini mulai diperbincangkan, bahkan diperkirakan dalam

lima sampai sepuluh tahun ke depan wisata gastronomi akan mengalami perkembangan. Bukti adanya perkembangan tersebut dikemukakan oleh Kementerian Pariwisata bahwa dari keseluruhan wisata global, sekitar 30% diperuntukan untuk wisata gastronomi (Turgarini, 2017, p. 1). Wisata gastronomi sendiri adalah studi tentang hubungan antara budaya dan hidangan. Seseorang yang terlibat dalam wisata gastronomi bukan hanya menikmati atau mencicipi suatu hidangan namun terlibat juga dalam proses mempersiapkan, proses produksi, bereksperimen, meneliti, menemukan, memahami, dan menulis tentang hidangan itu sendiri (Crotts, 2006, p. 2).

Namun sangat disayangkan, fakta lain menyebutkan bahwa Indonesia menjadi negara penghasil sampah atau limbah makanan tertinggi di dunia., kemudian disebutkan pula bahwa Indonesia adalah penyumbang sampah plastik terbesar kedua di dunia (Hoegh-Guldberg et al., 2015, p. 2). Dirjen Pengelolaan Sampah, Limbah, dan B3 KLHK Tuti Hendrawati Mintarsih menyebutkan bahwa komposisi utama sampah 60% organik, dan 14% plastik.

Banyak cara yang telah dilakukan pemerintah untuk mengurangi volume sampah, terutama sampah plastik. Seperti membuat ajakan, kebijakan atau regulasi yang berkaitan dengan penggunaan plastik atau mulai mengganti barang-barang yang semula sekali pakai dengan barang-barang *reusable*. *Trend* menggunakan barang *reusable* atau barang yang dilabel dengan istilah *green product* dewasa ini sangat pesat perkembangannya. Bahkan di tahun 2018 kemarin, telah diadakan *Green Product Award Winners 2018* untuk semua kategori produk ramah lingkungan, mulai dari furniture rumah tangga yang besar hingga hal-hal yang detail seperti kemasan makanan dan alat makan (Anonim, 2018, p. 2). Di Indonesia pun *trend* penggunaan produk ramah lingkungan mulai diminati banyak orang. Sama halnya dengan produsen, dewasa ini banyak produsen yang mulai melirik bisnis produk ramah lingkungan, alhasil produk ramah lingkungan dapat dengan mudah ditemukan, seperti produk-produk yang berkaitan dengan limbah makanan yang bisa diminimalisir. *Tumbler*, kantong plastik dari “*I’am Not Plastic*”, hingga peralatan makan seperti sedotan ramah

lingkungan dari Gajahlah Kebersihan, juga masih banyak produsen-produsen lokal yang menjual produk serupa.

Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) pun ikut andil untuk mengurangi volume sampah yaitu mendukung gerakan *free straw movement* atau gerakan tanpa sedotan plastik. Alasan mengapa sedotan disoroti karena terdapat fakta mengejutkan bahwa terdapat 93 juta batang sedotan dibuang setiap harinya di Indonesia. Maka tak heran jika sedotan memberikan kontribusi cukup besar pada keberadaan sampah plastik setiap tahunnya. Peneliti asal Australia, Denie Hardesty dan Chris Wilcox menyebutkan ditemukan delapan milyar sedotan bekas di sepanjang bibir pantai di dunia (Borenstein, 2018, p. 1).

Di tengah masalah limbah plastik yang semakin pelik, muncul beberapa gerakan untuk mengurangi volume sampah plastik, salah satunya yakni *free straw movement*, sebuah gerakan yang menginisiasi untuk mulai meninggalkan pemakaian sedotan plastik dan mulai pindah ke sedotan ramah lingkungan, berbahan dasar bambu salah satunya.

Bambu dipilih sebagai bahan dasar yang *reusable* dan tentunya ramah lingkungan, karena pertama bambu didapat langsung dari alam dan tidak akan merubah rasa dari minuman yang disajikan, kedua karena harganya yang terbilang lebih murah jika dibandingkan dengan bahan dasar lain seperti akrilik dan kaca. Selain itu dipilihnya bambu karena pada tahapan produksinya masih memberdayakan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), jenis usaha yang terbukti tahan terhadap berbagai macam krisis ekonomi (Sudaryanto, Ragimun, & Wijayanti, 2014). Bank Indonesia pun pada tahun 2011 membantu pengembangan UMKM dengan mengembangkan filosofi lima jari/*five finger philosophy*, yakni pengembangan yang dilakukan oleh berbagai pihak, baik itu bank sendiri, pemerintah, katalisator, fasilitator, hingga UMKM itu sendiri selaku pelaku usaha (Sudaryanto et al., 2014, p. 8). Kebersamaan UMKM dan bank merupakan salah satu dari sekian banyak bentuk simbiosis mutualisme dalam ekonomi. Kebersamaan tersebut bukan saja bermanfaat bagi keduanya, tetapi juga bagi masyarakat. Keempat dipilihnya bambu sebagai bahan dasar sedotan adalah salah satu bentuk pelestarian alat makan transisional yang ramah lingkungan.

Ada salah satu cara yang bisa digunakan untuk sedikit demi sedikit merubah kebiasaan masyarakat hingga mengganti dari pemakaian sedotan plastik menjadi sedotan bambu, yakni *green marketing*. Suatu bentuk pemasaran produk yang diasumsikan ramah lingkungan (Associate, 1975). Jenis pemasaran ini dilakukan karena dilihat dari fakta ke belakang bahwa keadaan lingkungan yang kian memburuk. Di era sekarang konsep tersebut ternyata makin diminati banyak orang dikarenakan telah tampak jelas berbagai kerusakan lingkungan yang salah satunya ditimbulkan oleh perbuatan ekonomi. Seperti yang ditulis oleh Lako dalam bukunya, menurutnya fenomena krusial yang terjadi belakangan ini adalah pada saat mayoritas korporasi mendapatkan keuntungan yang besar dan pertumbuhan ekonomi dikatakan meningkat, jumlah penduduk miskin dan terpinggirkan meningkat, kualitas ekonomi masyarakat merosot, dan kerusakan lingkungan semakin parah juga meluas (Lako, 2015, pp. 30–32).

Masalah-masalah tersebut bertentangan dengan *sustainable development*, karena idealnya dari satu kegiatan ekonomi khususnya bidang pariwisata dapat memberikan dampak positif atau yang sering dikenal dengan sebutan *sustainable development goals (SDGs)* (UNWTO, 2015, pp. 1–2), yang menjadi sorotan disini adalah kontribusi atau dampak terhadap lingkungan.

Harapan digantinya sedotan plastik menjadi sedotan bambu dapat mengurangi volume sampah yang ditimbulkan dari industri makanan itu sendiri. Adapun fokus penelitian ini akan diujicobakan di Kota Bandung, karena berdasarkan data, Kota Bandung merupakan salah satu kota penghasil sampah terbanyak di Jawa Barat.

Tabel 1.1 Perbandingan Volume Sampah

<b>Kota</b>	<b>Jumlah Sampah Ditimbun TPA (ton/hari)</b>	<b>Jumlah Sampah Tidak Terkelola (ton/hari)</b>
<b>Bandung</b>	1120.00	264.09
<b>Bekasi</b>	565.00	85.67
<b>Cirebon</b>	177.00	81.80
<b>Tasik</b>	163.25	126.04
<b>Bogor</b>	475.00	85.11

Sumber: (Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan RI

Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional 2017-2018, 2018)

Tabel 1.2 Komposisi Sampah Kota Bandung

NO	KOMPOSISI	TAHUN 2011 (Ton)	TAHUN 2012 (Ton)	TAHUN 2013 (Ton)	TAHUN 2014 (Ton)	TAHUN 2015 (Ton)	TAHUN 2016 (Ton)
1	sampah organik	297	297	295	297	317	327
2	kertas (paper)						
3	plastik (plastik daur ulang dan non daur ulang)	174	174	173	174	186	191
4	kayu (organik bukan sisa makanan(ranting						
5	logam	65	65	64	65	69	71
6	kaca/gelas	54	54	54	54	58	59
7	karet/kulit	29	29	28	29	30	31
8	kain	53	53	52	53	56	58
9	lain-lain (sterofoam dan buangan elektronik)	185	185	184	185	197	203

Sumber: (PD.Kebersihan, 2016)

Fokus penelitian ini akan dicobakan kepada restoran-restoran sunda yang ada di Kota Bandung. Alasannya, karena restoran memiliki andil yang cukup besar terhadap pariwisata serta merupakan salah satu daerah tujuan wisata penghasil sampah makanan, kemudian, dilihat dari fakta lapangan restoran bertemakan Sunda pasti bermain dengan ornamen bambu. Lalu alasan mengapa dipilih Bandung sebagai tempat penelitian, dikarenakan Jawa Barat khususnya Bandung secara geografis merupakan tempat kebudayaan Sunda lahir, serta Bandung dijadikan pula sebagai Ibu Kota karena pusat kebudayaannya dan letaknya yang strategis hampir berada di tengah-tengah wilayah Jawa Barat (Ekadjati, 2005, p. 69) dan tentunya menjadi salah satu daerah tujuan wisata. Bukti menunjukkan data kunjungan wisatawan Kota Bandung, data yang diperoleh fluktuatif, namun masih terbilang banyak diminati para wisatawan.

Tabel 1.3 Data Kunjungan Wisatawan Kota Bandung

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	Mancanegara	Domestik	
2013	1.794.401	45.536.179	47.330.580
2014	1.962.639	47.992.088	49.954.727
2015	2.027.629	56.334.706	58.362.335
2016	4.428.094	58.728.666	63.156.760
2017	4.984.035	59.644.070	64.628.108

Sumber: (BPS Provinsi Jawa Barat, 2019)

Berdasarkan masalah, fakta dan ulasan-ulasan di atas maka penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran *Bamboo*

Diana Putri Permatasari, 2019

STRATEGI PEMASARAN BAMBOO STRAW SEBAGAI ALTERNATIF PENGGANTI PENGGUNAAN SEDOTAN PLASTIK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

*Straw* sebagai Alternatif Pengganti Penggunaan Sedotan Plastik” studi kasus pada Restoran Sunda di Kota Bandung.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis merumuskan beberapa masalah diantaranya sebagai berikut:

1. Bagaimana urgensi *bamboo straw* terhadap konsep *sustainable tourism*?
2. Apa saja yang menjadi faktor internal dalam menganalisis strategi pemasaran bisnis *bamboo straw*?
3. Apa saja yang menjadi faktor eksternal dalam menganalisis strategi pemasaran bisnis *bamboo straw*?
4. Bagaimana strategi pemasaran yang tepat sebagai upaya menjadikan *bamboo straw* sebagai pengganti sedotan berbahan dasar plastik pada restoran sunda di Kota Bandung?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui urgensi *bamboo straw* terhadap konsep *sustainable tourism* pada Restoran Sunda di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui apa saja yang menjadi faktor internal dalam menganalisis strategi pemasaran *bamboo straw*.
3. Untuk mengetahui apa saja yang menjadi faktor eksternal dalam menganalisis strategi pemasaran *bamboo straw*.
4. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat sebagai upaya menjadikan *bamboo straw* sebagai pengganti sedotan berbahan dasar plastik pada restoran sunda di Kota Bandung.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan juga wawasan terhadap permasalahan volume sampah yang kian meningkat di Indonesia. Juga

diharapkan dapat mendorong kepekaan masyarakat untuk beralih dari produk-produk berbahan dasar plastik dengan memulai langkah kecil ke produk-produk ramah lingkungan.

#### 1.4.2 Manfaat Praktis

Selain manfaat teoritis, penelitian ini pun diharapkan bisa berpengaruh banyak untuk pihak-pihak yang berkaitan, diantaranya:

1. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kepekaan dan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya menjaga lingkungan.
2. Bagi pelaku usaha, produk *bamboo straw* dari penelitian ini diharapkan dapat menambah keragaman produk dan mengganti produk sedotan yang semula berbahan dasar plastik.
3. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi karya tulis sebagai tambahan wawasan dan dapat membantu penelitian serupa dikemudian.