

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

2.1 Sejarah PT Graha Bumi Hijau

PT Graha Bumi Hijau merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *converting tissue* yang berarti mengubah kertas tisu gelondongan menjadi tisu *small packing* yang bisa digunakan secara langsung oleh konsumen akhir. Awalnya perusahaan ini bernama PT Graha Kerindo Utama (GKU) yang merupakan salah satu unit bisnis Kompas Gramedia. Perusahaan ini berdiri pada tanggal 9 September 1986. Sejak awal berdiri, GKU sudah berfokus pada perhatiannya mengenai meningkatkan kualitas dan *brand awareness* dari setiap produk tisu yang diproduksi. Pada tahun itu juga merek Tessa mulai dikenalkan di pasaran dan sebagai komitmennya untuk meningkatkan kualitas dan *brand awareness*, tisu yang diproduksi sudah menerapkan 100% virgin pulp dan berhasil melakukan *co-branded* merek Tessa dengan Warner Bros (Loony Tunes).

Saat ini PT Graha bumi hijau melalui mereknya yaitu tisu Tessa telah memproduksi beberapa jenis tisu meliputi tisu wajah, tisu toilet, tisu handuk, dan tisu serbet. Produk tisu yang diproduksi dari PT Graha Bumi Hijau memiliki ciri khas kuat karena menggunakan campuran serat Panjang dan pendek secara seimbang sehingga tisu yang dihasilkan selain kuat juga halus. Kertas tisu yang dihasilkan juga memiliki sifat *hypoallergenic* yaitu aman bagi kulit dengan mengurangi efek iritasi pada penderita rhinitis, alergi, atau pada pemilik kulit sensitif. Tidak hanya itu, perusahaan juga berkomitmen untuk melakukan sustainabilitas dengan memakai kertas yang dapat dipertanggungjawabkan asal muasalnya seperti memakai *unbleached* dan menggunakan kemasan *bioplastic*

yang mudah terurai dan tidak menghasilkan sampah dan tidak merusak lingkungan. Usaha perusahaan untuk menjaga lingkungan tidak hanya sampai disitu, PT Graha Bumi Hijau di tahun 2018 berhasil mendapatkan sertifikasi FSC dan Indonesia Legal Wood yang menandakan bahwa bahan baku tisu diambil dari pohon yang terseleksi dan sudah diperhitungkan kebaikannya untuk lingkungan sekitar.

2.2 Visi dan Misi PT Graha Bumi Hijau

Sebagai perusahaan dengan hasil produksi kertas tisu, PT Graha Bumi Hijau memiliki visi dan misi sebagai dasar perusahaan dalam melakukan aktivitas usahanya.

2.2.1 Visi

Menjadi perusahaan dunia yang menyediakan produk dan servis bermutu terbaik di kelasnya dengan menyediakan produk inovatif yang peduli pada kelangsungan lingkungan hidup

2.2.2 Misi

Senantiasa menyediakan solusi Kesehatan dan kebersihan dengan memanfaatkan potensi sumber daya manusia dan cara baru dalam berbisnis dengan memanfaatkan teknologi agar dapat mencapai pertumbuhan, bekerja sama dengan mitra mengurangi dampak terhadap lingkungan

2.3 Upaya Perusahaan dalam Berkomitmen dengan Produk Ramah Lingkungan dan dalam Segi *Pricing*

Bentuk strategi bisnis serta sebagai bentuk kepedulian perusahaan akan kerusakan lingkungan, tisu Tessa ramah lingkungan dihasilkan dari bahan baku dimanfaatkan dan dikelola secara berkelanjutan dengan mempertimbangkan

kondisi dimasa mendatang. Hal ini dibuktikan dengan sertifikasi FSC yang diperoleh perusahaan dengan menampilkan logo tersebut pada kemasan. FSC (*Forest Stewardship Council*) merupakan organisasi internasional yang memberikan akreditasi dan sertifikasi pada perusahaan yang mengelola hutan yang layak secara lingkungan, menguntungkan secara sosial, dan berkesinambungan. Selain itu tisu Tessa juga memperoleh sertifikasi *Legal Wood* yang diterbitkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan terkait jaminan memenuhi aspek legalitas atas perolehan bahan baku sampai dengan pemasarannya. Tidak hanya itu, kemasan tisu Tessa terbuat dari tepung singkong yang dapat terurai dalam waktu 2 minggu yang ditandai dengan pencantuman logo ecoplas atau *bio plastic* pada kemasan. Selain mempertimbangkan masalah lingkungan, tisu Tessa juga tetap menjaga kualitasnya yaitu dengan klaim 100 persen *virgin pulp* yang berarti tisu yang dihasilkan lebih higienis bebas dari unsur logam berat yang berbahaya.

Tisu Tessa sebagai *green product* memiliki harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan kompetitor lainnya, di mana perbandingan harga mengenai tisu Tessa dengan merek tisu lainnya dapat dilihat pada tabel 1.3. Meskipun demikian, hal tersebut merupakan salah satu bentuk upaya penetapan harga perusahaan yakni *premium pricing*. *Premium pricing* menurut Collado et al. (2017), adalah penetapan harga yang lebih tinggi pada produk atau jasa untuk menimbulkan persepsi baik pada konsumen. Hal ini diterapkan perusahaan untuk memosisikan produknya sebagai produk yang premium dengan manfaat lebih yang diberikan, yaitu ramah terhadap lingkungan tanpa mengurangi kualitas pada produknya. Selain itu, untuk menunjang strategi tersebut, perusahaan juga terkadang memberikan promo pada konsumen dengan strategi BOGOF (*Buy One Get One*

Free), sehingga harga satuan tisu Tessa tersebut bisa lebih terjangkau bagi masyarakat dengan mendapatkan tisu dengan kuantitas yang lebih banyak.

2.4 Jaringan Distribusi PT Graha Bumi Hijau

PT Graha Bumi Hijau memiliki jaringan distribusi yang tersebar luas untuk menjangkau konsumen akhir di berbagai daerah. Jaringan distribusi dari PT Graha Bumi Hijau tersebar hampir mencakup seluruh pulau di Indonesia, yang terbagi dalam 7 region yaitu:

1. Region 1 (Jakarta – Banten), terdapat 2 distributor
2. Region 2A (Sumatera bagian Utara), terdapat 10 distributor
3. Region 2B (Sumatera bagian Selatan), terdapat 7 distributor
4. Region 3 (Jawa Barat), terdapat 1 distributor dan 14 *supply point*
5. Region 4 (Jawa Timur – Bali – Nusa Tenggara Timur), terdapat 10 distributor dan 28 *supply point*
6. Region 5 (Kalimantan – Sulawesi – Indonesia bagian Timur), terdapat 25 distributor dan 58 *supply point*
7. Region 6 (Jawa Tengah), terdapat 7 distributor dan 4 *supply point*

Tidak hanya di wilayah dalam negeri, PT Graha Bumi Hijau juga memiliki jaringan distribusi hingga ke berbagai benua seperti Benua Asia dengan 16 negara, Benua Australia dengan 5 negara, benua Eropa dengan 1 negara, dan Benua Amerika dengan 1 negara.

2.5 Produk PT Graha Bumi Hijau

Tisu Tessa termasuk ke dalam salah satu produk yang diproduksi oleh PT Graha Bumi Hijau sejak tahun 1986. Seiring berjalannya waktu, perusahaan terus melakukan inovasi pada produknya yaitu tisu Tessa dengan menerapkan konsep produk ramah lingkungan dengan berbagai sertifikasi yang didapat yaitu sertifikat dari FSC yang merupakan organisasi dunia yang menyediakan akreditasi mengenai pertanggung jawaban perusahaan akan penggunaan hutan. Hingga saat ini tisu Tessa di produksi dalam berbagai jenis yaitu meliputi:

1. Tessa *Facial Tissue*

Tessa *Facial Tissue* merupakan jenis tisu yang paling sering ditemui di masyarakat. Tekstur Tessa tisu wajah yang lembut dan kuat menjadi salah satu alasan mengapa tisu wajah ini banyak ditemukan dan digunakan untuk kebutuhan sehari-hari. Tessa *Facial Tissue* diproduksi dalam berbagai kategori jumlah isi mulai dari 10 lembar sampai 260 lembar.

2. Tessa *Toilet Tissue*

Tessa *Toilet Tissue* merupakan tisu dengan tekstur hampir mirip dengan tisu wajah yaitu memiliki tekstur yang lembut, namun penggunaan tisu ini digunakan umumnya di kamar mandi sebagai pengering. Tessa *Toilet Tissue* dijual dalam bentuk gulungan dengan berbagai macam jumlah isinya mulai dari 6 roll sampai isi 12 roll.

3. Tessa *Towel Tissue*

Tessa *Towel Tissue* merupakan tisu yang memiliki banyak fungsi untuk menunjang kebutuhan di dapur. Daya serap yang tinggi serta ketahanan

yang kuat, tisu ini dapat berguna untuk urusan dapur. Tisu ini di kemas dalam bentuk gulungan ataupun lembaran.

4. Tessa *Napkin Tissue*

Tessa *Napkin Tissue* merupakan tisu yang hampir mirip dengan tisu dapur yaitu memiliki daya serap yang bagus serta kuat. Tisu serbet biasanya berfungsi sebagai lap pembersih mulut atau tangan. Tisu Tessa jenis serbet ini dikemas dalam bentuk lembaran

2.6 Karakteristik Responden

Pada penelitian ini menggunakan kuesioner untuk menjangkau 100 responden pengguna tisu Tessa di Kota Semarang. Karakteristik responden yang diperoleh dan dianalisis berdasarkan usia, domisili, pekerjaan, pendapatan, pendidikan, rentang waktu menggunakan tisu Tessa, frekuensi pembelian dalam satu bulan terakhir, dan tisu ramah lingkungan yang digunakan selain tisu Tessa.

2.6.1 Responden Berdasarkan Usia

Tabel 2. 1 Responden Berdasarkan Usia

Nomor	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	22-24 Tahun	6	6
2	25-27 Tahun	29	29
3	28-30 Tahun	21	21
4	31-33 Tahun	19	19
5	34-36 Tahun	7	7
6	37-39 Tahun	12	12
7	40-42 Tahun	4	4
8	43-45 Tahun	2	2
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada 100 responden dengan kriteria usia minimal 17 tahun menghasilkan data bahwa terdapat representasi

responden dengan beragam usia, khususnya pada rentang $> 24 - < 34$ tahun yaitu sebesar 69%, di mana responden terendah adalah 22 tahun dan usia responden tertinggi adalah 45 tahun.

2.6.2 Responden Berdasarkan Domisili

Penelitian ini dilakukan di Kota Semarang dengan data yang didapatkan adalah bahwa dalam penelitian ini didapatkan total 14 kecamatan dari 16 kecamatan yang ada. Kategorisasi selanjutnya digunakan untuk melihat sebaran responden di Kota Semarang melalui kecamatan-kecamatan yang ada sebagai berikut:

Tabel 2. 2 Responden Berdasarkan Domisili

Nomor	Kecamatan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Semarang Tengah	6	6
2	Semarang Timur	11	11
3	Semarang Selatan	6	6
4	Gajahmungkur	7	7
5	Candisari	7	7
6	Semarang Utara	5	5
7	Gayamsari	11	11
8	Genuk	8	8
9	Pedurungan	7	7
10	Tembalang	7	7
11	Ngaliyan	7	7
12	Mijen	3	3
13	Banyumanik	9	9
14	Semarang Barat	6	6
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 2.2 bahwa responden pada penelitian ini hampir mencakup seluruh kecamatan yang ada di Kota Semarang. Terdapat dua kecamatan yang tidak tercakup yaitu Kecamatan Tugu dan Kecamatan Gunungpati karena peneliti tidak mendapatkan responden yang berdomisili di kecamatan Tugu dan Gunungpati. Pada data di atas bahwasanya responden tisu Tessa terbanyak terdapat pada Kecamatan Semarang Timur dan Kecamatan Gayam sari sebesar 11%.

2.6.3 Responden Berdasarkan Pendidikan

Kategori pendidikan terakhir digunakan untuk melihat latar belakang pendidikan dari responden konsumen tisu Tessa di Kota Semarang. Data tersebut sebagai berikut:

Tabel 2. 3 Responden Berdasarkan Pendidikan

Nomor	Pendidikan terakhir	Frekuensi	Persentase (%)
1	SMA	16	16
2	Diploma	9	9
3	Sarjana	75	75
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 2.3 menunjukkan terdapat representasi responden dari beragam latar belakang pendidikan, di mana responden utama pada penelitian ini adalah lulusan sarjana sebanyak 75% atau 75 orang dari total sampel.

2.6.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Kategorisasi selanjutnya diolah berdasarkan pekerjaan responden pada penelitian ini, diketahui terdapat representasi responden dengan beragam jenis pekerjaan, khususnya adalah responden yang bekerja sebagai pegawai swasta sebesar 28%, diikuti responden yang bekerja sebagai PNS/TNI/POLRI sebanyak 27% dan wiraswasta sebesar 20%. Data tersebut dicantumkan sebagai berikut:

Tabel 2. 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Nomor	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Mahasiswa/Pelajar	4	4
2	Ibu Rumah Tangga	9	9
3	Wiraswasta	20	20
4	Pegawai Swasta	28	28
5	PNS/TNI/POLRI	27	27
6	BUMN	12	12
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer diolah, 2023

2.6.5 Responden Berdasarkan Pendapatan

Tabel 2. 5 Responden Berdasarkan Pendapatan

Nomor	Pendapatan (Juta)	Frekuensi	Persentase (%)
1	≤ Rp 2.500.000	11	11
2	> Rp 2.500.000 – Rp 5.000.000	38	38
3	> Rp 5.000.000 – Rp 7.500.000	40	40
4	> Rp 7.500.000 – Rp 10.000.000	9	9
5	> Rp 10.000.000	2	2
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer diolah, 2023

Kategori pendapatan responden konsumen tisu Tessa yang dimaksud dalam penelitian ini adalah jumlah rata-rata yang responden dapatkan dalam satu bulan. Data pendapatan responden dijabarkan dalam tabel 2.5, dapat diambil kesimpulan bahwa responden utama pada penelitian ini memiliki penghasilan pada kisaran > Rp 2.500.000 – Rp 7.500.000 juta yaitu sebesar 78% responden dari total sampel.

2.6.6 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Satu Bulan Terakhir

Data mengenai frekuensi pembelian tisu Tessa dalam satu bulan terakhir bertujuan untuk mengetahui jumlah pembelian tisu dalam satu bulan. Berikut data menunjukkan frekuensi pembelian tisu Tessa:

Tabel 2. 6 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian

Nomor	Pembelian	Frekuensi	Persentase (%)
1	≤ 2 kali pembelian	15	15
2	> 2 kali - 5 kali pembelian	56	56%
3	> 5 kali pembelian	29	29%
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer diolah, 2023

Dilihat dari tabel 2.6 tersebut, mayoritas responden melakukan pembelian tisu Tessa pada jumlah kisaran > 2 kali - 5 kali dalam satu bulan terakhir sebesar 56% atau sebanyak 56 responden dari total sampel.

2.6.7 Responden Berdasarkan Pembelian Merek Tisu Ramah Lingkungan Lain

Kategori mengenai tisu ramah lingkungan lain yang responden gunakan bertujuan untuk mengetahui apakah dari 100 responden pada penelitian ini juga melakukan pembelian atau menggunakan tisu ramah lingkungan lain selain tisu Tessa. Hasil yang didapatkan kemudian dianalisis berdasarkan data yang ada serta dianalisis berdasarkan profil responden yang sudah dijelaskan sebelumnya. Berikut adalah penjabaran data mengenai tisu merek lain yang digunakan oleh responden.

Tabel 2. 7 Responden Berdasarkan Pembelian Tisu Merek Lain

Nomor	Merek Tisu	Frekuensi	Persentase (%)
1	Tisu Livi	9	39
2	Wateru Bamboo	3	13
3	Paseo	9	39
4	Multi	1	4
5	Tisoo	1	4
Jumlah		23	100

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan data pada tabel 2.7, dapat dilihat sebesar 23% responden menjawab bahwa mereka menggunakan merek tisu ramah lingkungan selain tisu Tessa. Tisu ramah lingkungan lain yang digunakan oleh responden didominasi dengan merek Paseo dan Livi sebesar 9%. Selain itu untuk sisanya sejumlah 77% responden tidak menggunakan tisu ramah lingkungan lain selain tisu Tessa. Berdasarkan profil responden yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat diindikasikan bahwa responden menjadikan tisu Tessa sebagai pilihan ketika ingin membeli produk tisu yang dilihat

dari mayoritas responden melakukan pembelian tisu Tessa dengan frekuensi 2 – 5 kali dalam satu bulan terakhir. Selain itu mayoritas responden dalam penelitian ini adalah mereka yang sudah bekerja dan mayoritas pendapatan tiap bulan mereka adalah pada kisaran Rp 2.500.000 sampai Rp 7.500.000 sehingga responden tidak keberatan melakukan pembelian dengan harga yang ditawarkan oleh tisu Tessa dan mencari nilai lebih dari produk yang mereka beli. Dari hasil tersebut tisu Tessa masih menjadi unggulan dalam pemilihan tisu ramah lingkungan.