

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Di tahun 2023, Indonesia menghadapi sebuah krisis sampah yang memprihatinkan. Menurut Data Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) pada tahun 2022, laporan dari 202 kabupaten/kota di Indonesia mencatat adanya timbunan sampah nasional mencapai 21,1 juta ton. Dari jumlah besar sampah tersebut, hanya sekitar 65,71% atau sekitar 13,9 juta ton yang berhasil dikelola. Sementara sisanya sekitar 34,29% atau sekitar 7,2 juta ton belum dikelola dengan baik. Indonesia bahkan dikenal sebagai salah satu negara penghasil sampah plastik terbesar kedua di dunia dan disorot sebagai negara dengan penanganan sampah yang buruk berdasarkan data dari Program Lingkungan Perserikatan Bangsa-Bangsa (UNEP) (Kompas.com, 2023). Meskipun jumlah penanganan sampah yang belum berhasil lebih sedikit daripada yang sudah berhasil, jumlah 7,2 ton bukanlah hal yang sepele. Tentu, situasi ini tetap membutuhkan perhatian serius dari pemerintah, masyarakat, dan seluruh pemangku kepentingan untuk bersama-sama mencari solusi guna menangani krisis sampah yang telah mencapai tingkat yang mengkhawatirkan di Indonesia pada tahun 2023.

Penyebab utama kurangnya pengelolaan sampah yang baik di Indonesia sangat bervariasi. Salah satunya adalah keterbatasan infrastruktur dan fasilitas pengelolaan sampah yang memadai di berbagai wilayah. Kurangnya sarana

pengolahan sampah yang efektif dan penanganan limbah yang tepat menjadi kendala besar dalam mengelola jumlah sampah yang terus meningkat. Selain itu, rendahnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya pengelolaan sampah secara bijak dan kurangnya edukasi mengenai cara yang benar dalam membuang sampah juga menjadi faktor utama. Kebiasaan membuang sampah sembarangan dan kurangnya kepedulian terhadap lingkungan juga turut berkontribusi pada permasalahan ini. Hal ini mengakibatkan adanya banyak sampah yang berserakan di tempat umum, sungai, serta lahan-lahan terbuka yang menyebabkan pencemaran lingkungan dan mengganggu kesehatan masyarakat.

Sebagaimana yang telah tercantum dalam Pasal 28 H ayat 1 UUD 1945 yang berbunyi, "*Setiap orang berhak hidup sejahtera lahir dan batin, bertempat tinggal, dan mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat serta berhak memperoleh pelayanan kesehatan.*", pasal ini secara tidak langsung mengandung amanat mengenai pentingnya pengelolaan sampah dalam menciptakan lingkungan hidup yang dicita-citakan. Idealnya, Indonesia harus mampu mengelola sampah secara efisien dan bertanggung jawab untuk mencapai lingkungan yang bersih dan sehat bagi seluruh warga negara. Di berbagai wilayah di Indonesia, terdapat beberapa fasilitas dan infrastruktur yang digunakan untuk mengelola sampah. Akan tetapi, terjadinya peningkatan jumlah sampah secara signifikan menjadikan hal ini sebagai tantangan baru bagi masyarakat dan justru berdampak pada kesehatan mereka. Jika keadaan ini terus dibiarkan tanpa upaya meningkatkan kesadaran masyarakat untuk berperan aktif dalam mengelola sampah, hal ini dapat mengakibatkan efek domino

yang fatal karena peningkatan jumlah sampah yang signifikan dapat menciptakan sejumlah masalah baru.

Bagi masyarakat, masalah sampah sering dianggap cukup hanya dengan membuangnya ke tempat sampah dan mengharapkan adanya penanganan lebih lanjut dari pihak terkait, terutama petugas kebersihan. Mereka cenderung kurang mempertimbangkan nasib sampah setelah dibuang karena merasa tanggung jawab mereka hanya sampai tahap pembuangan. Bahkan, tidak semua orang benar-benar mematuhi prosedur pembuangan sampah yang benar. Hal ini menyebabkan seringkali ditemukannya pemandangan penuh dengan sampah berserakan atau barang-barang yang dianggap usai tanpa mempertimbangkan kemungkinan untuk digunakan kembali dengan bijak.

Padahal, pentingnya dukungan dari masyarakat akan adanya program pengelolaan sampah bukan tanpa alasan. Bukti nyata akan adanya sampah sebagai momok bagi masyarakat terlihat dalam serangkaian kebakaran yang terjadi di Tempat Pembuangan Akhir Jatibarang, Kota Semarang. Seperti yang dilaporkan oleh *Kompas.com* (2023), sudah terjadi empat kebakaran di lokasi yang sama dalam rentang waktu September 2023. Tidak hanya potensi kebakaran saja, meningkatnya jumlah sampah sebagaimana yang tercatat oleh DLH Kota Semarang menyatakan bahwa produksi sampah harian di kota ini telah mencapai 1.110 ton per hari, mengalami peningkatan dari 900 ton per hari yang terjadi pada awal pandemi. Dalam Kebijakan dan Strategi Daerah tentang Pengelolaan Sampah, Kota Semarang telah menetapkan target untuk mengurangi produksi sampah hingga 30

persen. Hingga saat ini, pengurangan baru tercapai sekitar 26 persen. (Pemerintah Kota Semarang, 2022).



Gambar 1. 1 TPA Jatibarang Terbakar Lagi, Sudah Empat Kali dalam Sebulan. Kompas.com (2023). Diakses 1 November 2023)

Meninjau tingginya angka kebakaran yang terjadi di Tempat Pembuangan Akhir Jatibarang Semarang, tentu tidak hanya menjadi ancaman terhadap lingkungan tetapi juga mengindikasikan kondisi yang rentan terhadap masalah sampah. Kejadian berulang tersebut telah menunjukkan bahwa cara pengelolaan sampah saat ini tidaklah efektif dan menghadirkan risiko yang serius bagi lingkungan sekitar. Kenaikan drastis jumlah sampah harian dari 900 ton menjadi 1.110 ton sejak awal pandemi tahun 2020 mencerminkan betapa cepatnya akumulasi sampah di wilayah ini. Meskipun upaya pengurangan sudah dijalankan, pencapaian yang belum mencapai target sebesar 30 persen menunjukkan adanya kendala dalam implementasi kebijakan pengelolaan sampah yang ada. Oleh sebab itu, peran aktif dari masyarakat terutama Kota Semarang dapat membantu dalam mengurangi dampak buruk yang ditimbulkan oleh penumpukan sampah serta mendorong pencapaian target pengurangan sampah yang lebih signifikan.

Fenomena ini merupakan gambaran dari dampak masyarakat yang kurang memikirkan dampak dari pembuangan sampah mereka secara bijak. Adanya produksi sampah secara terus-menerus akan terus bertambah tiap harinya jika tidak diikuti dengan adanya penanganan yang serius tentu akan semakin tidak terkendali dan merugikan masyarakat sendiri. Oleh sebab itu, pemerintah sebagai regulator dan pemimpin dalam kebijakan lingkungan dirasa perlu memperhatikan masalah serius ini akan dapat mengedukasi masyarakat dan mengarahkan perilaku pembuangan sampah mereka agar lebih bertanggung jawab.

Sebagai salah satu upaya dalam menangani permasalahan sampah, Kementerian PUPR melalui Balai Prasarana Permukiman Wilayah (BPPW) telah mengambil langkah yang berarti. Mereka telah meluncurkan sistem pengelolaan persampahan berbasis masyarakat melalui penyelenggaraan TPS 3R (Tempat Pengelolaan Sampah dengan cara *Reduce, Reuse, Recycle*) yaitu pola pendekatan pengelolaan persampahan pada skala komunal atau kawasan, dengan melibatkan peran aktif pemerintah dan masyarakat melalui pendekatan pemberdayaan masyarakat. TPS 3R dirancang sebagai fasilitas pengolahan sampah yang menerapkan prinsip 3R, yaitu *Reduce* (mengurangi), *Reuse* (menggunakan ulang), dan *Recycle* (mendaur ulang). TPS 3R ini merupakan suatu program yang berwujud infrastruktur yang berfasilitas mesin pengolahan sampah serta adanya pekerja yang bertugas mengelola sampah dengan prinsip 3R tersebut. Fasilitas ini mencakup berbagai aktivitas, seperti pengumpulan, pemilahan, penggunaan ulang, dan pendauran ulang sampah di tingkat kawasan (Petunjuk Teknis TPS 3R, 2017).

*Reduce* merupakan upaya untuk mengurangi sampah dengan memilih produk yang dapat digunakan kembali atau dihindari jika tidak diperlukan. Kesadaran akan prinsip *Reduce* mendorong seseorang untuk mengurangi penggunaan produk sekali pakai, seperti menghindari plastik dengan membawa botol minum yang bisa digunakan berulang kali. *Reuse* adalah praktik menggunakan kembali produk yang sudah terpakai sebelumnya dengan mengubahnya menjadi barang baru. Tujuannya adalah menunda barang bekas menjadi sampah dalam waktu yang lebih lama. Sebagai contoh, bekas kaleng biskuit dapat diubah menjadi kotak penyimpanan barang. Terakhir, *Recycle* adalah kegiatan daur ulang yang mengubah sampah menjadi barang baru atau dengan nilai kembali. Contohnya adalah kertas dari limbah kertas yang dihancurkan dan direproduksi menjadi kertas baru, mengurangi penggunaan sumber daya alam yang baru.

Sampah merupakan tantangan serius yang membutuhkan pendekatan menyeluruh dan strategis dalam penanganannya. Oleh sebab itu, perancangan TPS 3R dirancang sebagai solusi infrastruktur berbasis masyarakat untuk mengatasi permasalahan ini. Jadi, program ini mengharapkan adanya sinergi antara pemerintah dan masyarakat untuk secara aktif dalam mengelola sampah. Dengan demikian, TPS 3R tidak hanya menjadi solusi jangka pendek, tetapi juga berperan dalam menciptakan pola pikir dan kebiasaan baru mengenai pentingnya menjaga lingkungan bagi keberlangsungan hidup di masa depan.

Pembangunan dan pengelolaan TPS 3R bertujuan untuk mencapai beberapa hal. Pertama, melibatkan masyarakat dalam upaya mengurangi jumlah sampah dari

sumbernya. Masyarakat diajak untuk menerapkan prinsip *Reduce*, *Reuse*, dan *Recycle* dari rumah masing-masing dengan menyediakan tempat sampah 3R tersebut. Kedua, memberikan pelajaran kepada masyarakat tentang praktik pengelolaan sampah yang lebih baik. Melalui edukasi secara berkala, masyarakat juga diharapkan dapat memiliki kesadaran akan permasalahan sampah dan bergerak aktif dalam menanganinya dimulai dari produk-produk yang mereka konsumsi sendiri. Serta hal lain yang tak kalah penting, menciptakan peluang lapangan kerja. TPS 3R membuka kesempatan bagi tenaga kerja yang terlibat dalam pengelolaan fasilitas tersebut. Masyarakat diundang untuk mengubah perilaku mereka seperti membuang sampah pada tempat yang benar dan menerapkan praktik 3R dalam pengelolaan sampah di lingkungan mereka. Selain itu, fasilitas ini juga membuka peluang untuk mengubah sampah menjadi potensi ekonomi baru bagi masyarakat. Potensi ekonomi tersebut diperoleh dari penerapan prinsip *Recycle* yang memungkinkan sampah menjadi produk baru sehingga memperpanjang masa pakainya lagi. Jadi, seiring dengan jumlah sampah yang berkurang, masyarakat dan pihak TPS 3R dapat menjual produk baru tersebut untuk mendapatkan insentif. Bahkan, TPS 3R menyediakan layanan peminjaman uang dari hasil penjualan sampah hasil daur ulang tersebut sehingga memungkinkan siapapun untuk meminjam uang di sana. Melalui langkah-langkah ini, TPS 3R tidak hanya membantu mengatasi masalah sampah, tetapi juga memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan masyarakat serta lingkungan mereka.

Oleh karena itu, keberhasilan program ini yang berpotensi memberikan manfaat positif yang berarti untuk masyarakat, baik dalam waktu dekat maupun

jangka panjang, tentu dalam pelaksanaannya melibatkan sejumlah proses yang matang dan pertimbangan yang cermat untuk memastikan pelaksanaan yang efektif. Salah satu aspek penting adalah pemilihan wilayah yang dianggap memenuhi syarat-syarat terkait TPS 3R. Berdasarkan Petunjuk Teknis TPS 3R (2017), wilayah-wilayah potensial ini kemudian diminta untuk mengajukan proposal dan menjalani metode Seleksi Lokasi Partisipatif (SELOTIF) yang bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam mengenai kondisi lingkungan saat ini serta penetapan kondisi dengan cepat yang dilakukan secara partisipatif pada calon lokasi sasaran. Dengan cara ini, TPS 3R dapat dipastikan berpotensi semakin besar untuk berjalan dengan efisien dan sesuai dengan kebutuhan dan kesiapan masyarakat dari segi lingkungan mereka sendiri. Setelah dikategorikan layak untuk diadakan TPS 3R, tahapan yang dilakukan selanjutnya adalah persiapan pengelola dan masyarakat pada lokasi terpilih agar program dapat berjalan dengan lancar.

Pentingnya proses yang terstruktur dan selektif dalam memilih wilayah untuk TPS 3R menjadi langkah krusial dalam memastikan keberhasilan program ini. Penerapan seleksi pemilihan dengan pendekatan yang cermat ini tidak hanya diharapkan dapat memastikan bahwa pelaksanaan TPS 3R berjalan dengan efisiensi, tetapi juga terjadi kesesuaian dengan kompleksitas dan karakteristik lingkungan masyarakat yang terlibat didalamnya. Kesiapan dari segi mekanisme program, lingkungan pelaksanaan, serta masyarakat seharusnya semakin meningkatkan keberhasilan program TPS 3R sendiri di berbagai wilayah.

Namun, meskipun program ini merupakan inovasi yang memiliki manfaat jangka panjang bagi keberlangsungan hidup masyarakat dan lingkungan serta



pembangunannya sudah ditempatkan di lokasi yang potensial, fakta di lapangan menunjukkan hal sebaliknya. Dilansir dari dokumen internal BPPW Jawa Tengah (2023), berdasarkan evaluasi keberfungsian TPS 3R di Jawa Tengah terkhusus Kota Semarang selama berlangsungnya program tersebut, tercatat per Oktober 2023 terdapat 27 lokasi yang telah terbangun dengan jumlah 2 yang berfungsi secara optimal, sedangkan ada 25 yang kurang berfungsi secara optimal. Angka TPS 3R yang tidak difungsikan sebagaimana mestinya ini menunjukkan bahwa tingkat keberfungsian TPS 3R masih rendah.

Angka rendah ini tentu menunjukkan adanya hambatan yang signifikan dalam mewujudkan keberhasilan program ini. Faktor yang menyebabkan terjadinya kendala keberfungsian tersebut dapat dilihat dari berbagai sisi. Namun, jika dilihat dari ranah komunikasi, hal ini dapat ditinjau dari faktor peran masyarakat yang telah terpapar sosialisasi program tersebut. Sebab, masalah berkaitan dengan sejauh mana masyarakat tertarik untuk menerima inovasi yang hadir ditengah mereka. Sebab, kembali kepada substansi keberadaan program yaitu Infrastruktur Berbasis Masyarakat, masyarakat juga seharusnya turut berperan aktif dalam menerapkan prinsip 3R dimulai dari sampah hasil limbah rumah tangga yang kemudian diserahkan kepada pihak TPS 3R di lokasi setempat.



Gambar 1. 2 Lokasi TPS 3R Pedalangan Bersinar

Sumber: Dokumentasi pribadi

Pemerintah Kelurahan Pedalangan melalui penerjunan tim edukator mengadakan sosialisasi 3R (*Reduce, Reuse, Recycle*) yang bertujuan memberikan edukasi kepada masyarakat dalam mencari solusi untuk masalah sampah, mengidentifikasi kebutuhan masyarakat, memberikan pelatihan, serta mendampingi dalam pelaksanaan program pengelolaan sampah 3R.



Gambar 1. 3 Pelaksanaan Sosialisasi TPS 3R oleh tim edukator TPS 3R

Pedalangan Bersinar

Sumber: Dokumentasi Tim Edukator TPS 3R Pedalangan Bersinar

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Ali, petugas TPS 3R Pedalangan Bersinar, diketahui bahwa kegiatan sosialisasi dilaksanakan sebanyak 2-3 di tiap wilayah yang masih satu lingkup kelurahan secara bergantian. Materi sosialisasi disampaikan secara tatap muka oleh edukator kepada masyarakat. Menariknya, bagi masyarakat yang langsung tertarik berlangganan langsung diberikan fasilitas penunjang berupa tong sampah 3R mereka sendiri untuk bisa mempraktikkannya di rumah masing-masing. Tujuan sosialisasi dilakukan agar masyarakat Pedalangan semakin banyak yang tertarik untuk berlangganan program TPS 3R karena telah teredukasi akan prinsip pengolahan sampah serta mampu melakukan pengolahan sampah berupa pemisahan sesuai jenisnya secara mandiri.

Sosialisasi 3R tersebut merupakan kegiatan yang diinisiasikan oleh TPS 3R Pedalangan sendiri. Mereka beranggapan bahwa upaya ini berguna bagi eksistensi program 3R itu sendiri dengan semakin melibatkan masyarakat untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pengelolaan sampah di lingkungan tempat tinggal mereka serta tertarik bergabung menjadi pelanggan TPS 3R. Harapannya, sosialisasi ini merupakan sarana yang tepat dalam mengajak warga untuk mengelola sampah dengan metode yang aman, meningkatkan pemahaman serta perilaku masyarakat dalam memisahkan jenis sampah, dan mendorong partisipasi masyarakat dalam menggunakan layanan yang disediakan oleh TPS 3R.

Kegiatan sosialisasi 3R yang dilakukan oleh tim edukator di Pedalangan Bersinar bertujuan untuk memberikan edukasi kepada masyarakat tentang praktik

pengelolaan sampah yang lebih baik, menciptakan peluang lapangan kerja, dan mengubah sampah menjadi potensi ekonomi melalui daur ulang. Dengan kata lain, Program 3R membantu mengatasi masalah sampah dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta lingkungan.

Tabel 1. 1 Grafik Pemanfaat TPS3R Pedalangan Bersinar Oktober-November 2023

PEMANFAAT	OCT	NOV	DEC	JAN	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV
<b>RUMAH TANGGA</b>	172	182	199	215	230	246	246	249	247	249	253	253	253
<b>TEMPAT USAHA</b>	25	25	25	25	30	40	40	40	45	45	45	48	48
<b>FASUM</b>	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
<b>TOTAL</b>	200	210	227	231	289	289	289	292	295	297	301	304	304

Sumber: Diolah oleh penulis berdasarkan dokumen internal TPS 3R Pedalangan Bersinar (2023)

Dilansir dari data *Book Keeping* Pelanggan TPS 3R per November 2023, tercatat ada 304 pelanggan yang berasal dari rumah tangga dan komersil. Rata-rata TPS 3R Pedalangan menerima 23.855 kg sampah tiap bulannya untuk dipilah dan diolah sesuai prinsip 3R.

Tabel 1. 2 Jadwal Kegiatan Sosialisasi di RW 1 Kelurahan Pedalangan oleh Tim Edukator TPS 3R Pedalangan Bersinar di Juni 2024

No.	Tanggal	Sasaran Pelaksanaan	Jumlah Peserta
1.	5 Juni 2024	RT 4	14 orang
2.	10 Juni 2024	RT 2	12 orang
3.	11 Juni 2024	RT 3	10 orang
4.	28 Juni 2024	RT 1	20 orang

Sumber: Diolah oleh penulis berdasarkan dokumen internal TPS 3R Pedalangan Bersinar (2023)

Berdasarkan grafik di atas, terdapat kenaikan jumlah pelanggan atau istilahnya “Pemanfaat TPS 3R” secara terus-menerus dari Oktober 2022 hingga September 2023. Melalui sosialisasi secara rutin sebanyak 2-3 kali dalam 1 bulan ini, dapat disimpulkan bahwa upaya sosialisasi memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan jumlah pelanggan.

Namun, meskipun upaya sosialisasi telah dilakukan secara intensif diikuti dengan adanya peningkatan jumlah pelanggan atau pemanfaat TPS 3R, belum ada data yang menunjukkan apakah masyarakat benar-benar memahami konsep 3R serta apakah tingkat *word of mouth* (WOM) di kalangan masyarakat mengenai topik 3R sudah cukup tinggi. Idealnya, dengan adanya tingkat pengetahuan masyarakat yang baik serta tingginya tingkatan WOM di kalangan masyarakat Pedalangan Bersinar mengenai 3R, diharapkan semakin besar kemungkinan mereka untuk berminat dalam berlangganan program 3R.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Apakah tingkat pengetahuan masyarakat dan tingkatan *word of mouth* (WOM) tentang 3R berpengaruh terhadap minat berlangganan program 3R di TPS 3R Pedalangan Bersinar?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Mengetahui pengaruh tingkat pengetahuan masyarakat dan tingkatan *word of mouth* (WOM) tentang program 3R terhadap minat berlangganan program 3R di TPS 3R Pedalangan Bersinar.

## **1.4. Signifikansi Penelitian**

### **1.4.1 Signifikansi Teoritis**

Secara teoritis, penelitian ini bertujuan untuk memaparkan penjelasan lebih rinci mengenai bagaimana tingkat pengetahuan dan tingkatan *word of mouth* (WOM) masyarakat mengenai 3R memengaruhi minat berlangganan masyarakat menjadi pelanggan program 3R di TPS 3R Pedalangan Bersinar. Harapannya, penelitian ini dapat memberikan kontribusi penting dalam pengembangan teori Pembelajaran Sosial (*Social Learning Theory*).

### **1.4.2. Signifikansi Praktis**

Hasil penelitian ini dapat membantu Balai Permukiman dan Prasarana Jawa Tengah dan TPS 3R di berbagai daerah dalam merancang cara terbaik dalam membantu perbaikan program serta mengkomunikasikan merancang strategi komunikasi yang lebih efektif kedepannya untuk program serupa. Manfaat praktis dari penelitian ini dapat berperan penting bagi peningkatan dukungan masyarakat atas program pembangunan fasilitas negara yang dijalankan oleh pemerintah.

### **1.4.3. Signifikansi Sosial**

Penelitian ini diharapkan dapat menciptakan perubahan positif dalam masyarakat dengan mengarahkan perhatian pada isu-isu upaya peningkatan kesadaran lingkungan, perbaikan kualitas hidup, serta peningkatan partisipasi masyarakat terhadap program pembangunan yang diselenggarakan oleh pemerintah, terutama terkait dengan pengelolaan sampah. Selain itu, hasil

penelitian ini juga dapat memberikan inspirasi bagi masyarakat, kelompok lingkungan, dan pihak berkepentingan lainnya untuk lebih aktif berperan serta dalam menjaga keberlanjutan lingkungan, mengurangi limbah, dan mendukung upaya pemerintah dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan.

## **1.5. Kerangka Teori**

### **1.5.1. Paradigma penelitian**

Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik yang merupakan pandangan bahwa pengetahuan seharusnya berasal dari penelitian empiris, yang artinya pengetahuan harus didasarkan pada fakta-fakta yang dapat diamati dan diukur. Menurut positivisme, semua fenomena atau peristiwa dapat dijelaskan melalui indikator-indikator empiris atau bukti nyata yang dapat diamati, diukur, dan diuji kebenarannya (Subagya, 2015). Dengan demikian, penelitian ini meneliti mengenai pengaruh antara variabel-variabel tingkat pengetahuan dan tingkatan WOM mengenai 3R, serta minat berlangganan Program 3R.

### **1.5.2. State of The Art**

- a. Penelitian berjudul "Pengaruh Promosi dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Toko Family Cilacap)" yang dipublikasikan pada tahun 2020 oleh Umi Nur Khasanah bertujuan menganalisis pengaruh promosi dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian dengan studi kasus pada Toko Family Perintis Cilacap. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan studi kasus, serta

metode pengumpulan data melalui kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Metode insidental sampling diterapkan dengan jumlah sampel sebanyak 75 responden. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh simultan antara variabel promosi dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian, sementara variabel lain seperti lokasi, harga, brand image, ekuitas merek, dan kualitas produk tidak termasuk dalam analisis regresi.

- b. Penelitian "Pengaruh Tingkat Pengetahuan dan Kepercayaan Nasabah terhadap Minat Menabung di Bank Syariah" yang dipublikasikan pada tahun 2020 oleh Nurul Janah bertujuan mengetahui apakah tingkat pengetahuan dan kepercayaan nasabah mempengaruhi minat menabung di bank syariah. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data berupa angket atau kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara tingkat pengetahuan dan kepercayaan nasabah terhadap minat menabung di bank syariah.
- c. Penelitian berjudul "Pengaruh *Lifestyle*, *Word of Mouth* dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian MS. Glow pada Mahasiswa UNMUH Ponorogo" yang dipublikasikan pada tahun 2022 oleh Anggun Voga Nitissia, Heri Wijayanto, dan Naning Kristiyana menggunakan metode kuantitatif dengan teknik *purposive sampling* dan kuesioner sebagai alat pengumpul data. Hasil analisis data menunjukkan bahwa *lifestyle*, *word of mouth*, dan pengetahuan produk secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian MS. Glow pada mahasiswa UNMUH Ponorogo.



- d. Penelitian berjudul "Pengaruh Pengetahuan Produk dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah (Studi pada Nasabah Bank Syariah di Kecamatan Samatiga)" yang dipublikasikan pada tahun 2020 oleh Fajar Rezky Maulana bertujuan mengetahui bagaimana pengaruh pengetahuan produk dan *word of mouth* terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah. Penelitian ini menggunakan angket/kuesioner dengan sampel nasabah Bank Aceh Syariah KCP Samatiga dan metode analisis regresi linear. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan produk dan *word of mouth* secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah.
- e. Penelitian berjudul "Pengaruh *Sales Promotion* dan *Word of Mouth* Terhadap Minat Berlangganan Produk Ruanggguru (Studi Pada SMAN 1 Cikakak)" yang dipublikasikan pada tahun 2024 oleh Dimas Maulana Prayoga bertujuan mengetahui bagaimana pengaruh *sales promotion* dan *word of mouth* terhadap minat berlangganan produk Ruanggguru. Penelitian ini menggunakan angket/kuesioner dengan sampel 88 responden dari kelas X, XI dan XII SMAN 1 Cikakak dan metode analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *sales promotion* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat berlangganan, sedangkan *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berlangganan.

### **1.5.3. Tingkat Pengetahuan mengenai 3R**

Peter dan Olson (2010) dalam bukunya yang berjudul *Consumer behavior & marketing strategy* mendeskripsikan bahwa *product knowledge* (pengetahuan produk) mengacu pada berbagai jenis informasi, makna, dan keyakinan yang disimpan dalam ingatan konsumen mengenai suatu produk/jasa. Ini mencakup pemahaman konsumen tentang atribut atau karakteristik produk/jasa, hasil dari penggunaan produk/jasa, dan kemampuan produk/jasa untuk memenuhi tujuan serta nilai penting konsumen. Pengetahuan produk/jasa yang diaktifkan dari memori dapat mempengaruhi proses interpretasi dan integrasi konsumen.

TPS 3R merupakan salah satu penyedia jasa yang memerlukan pengetahuan produk yang baik karena konsumen perlu mengubah kebiasaan lama mereka yaitu membuang sampah langsung ke TPA menjadi mengolah sampah menggunakan prinsip 3R. Pemahaman yang mendalam tentang bagaimana TPS 3R beroperasi, manfaatnya, dan cara menggunakannya dengan benar sangatlah penting untuk dipahami oleh konsumen agar dapat memutuskan tertarik untuk berlangganan atau tidak.

Dapat disimpulkan bahwa tingkat pengetahuan mengenai Program 3R merujuk pada pengukuran pemahaman mendalam yang dimiliki seseorang mengenai 3R dan Program 3R oleh TPS 3R Pedalangan Bersinar yang menjadi bahan pertimbangan individu untuk berlangganan program tersebut. Ketiga aspek dibawah ini dapat digunakan sebagai indikator untuk mengukur pengetahuan produk yang dimiliki oleh seorang konsumen menurut Peter & Olson (2010: 70-75), antara lain:

a. *Products as Bundles of Attributes* (Pengetahuan mengenai atribut produk)

Konsumen memiliki pengetahuan tentang atribut produk yang berbeda berdasarkan karakteristik (atribut) yang melekat pada produk. Selain itu, konsumen juga mengevaluasi atribut berdasarkan penilaian afektif mereka. Terdapat dua klasifikasi dari atribut suatu produk, yaitu *concrete attributes* dan *abstract attributes*. *Concrete attributes* menggambarkan karakteristik secara nyata dari fisik suatu produk, sedangkan *abstract attributes* menggambarkan karakteristik yang lebih subjektif dan tidak berwujud karena berasal dari persepsi konsumen mengenai produk tersebut.

b. *Products as Bundles of Benefits* (Pengetahuan mengenai manfaat produk)

Konsumen sering mempertimbangkan konsekuensi atau manfaat dari penggunaan produk daripada atributnya. Konsekuensi ini bisa fungsional, seperti hasil nyata dari penggunaan produk, atau psikososial, seperti hasil psikologis dan sosial. Konsumen mengevaluasi konsekuensi positif sebagai manfaat yang diinginkan dan konsekuensi negatif sebagai risiko. Risiko yang dirasakan dipengaruhi oleh tingkat ketidaknyamanan dan kemungkinan terjadinya konsekuensi negatif. Jika konsumen tidak mengetahui potensi konsekuensi negatif, risiko yang dirasakan akan rendah.

c. *Products as Value Satisfiers* (Pengetahuan mengenai nilai kepuasan produk)

Konsumen memiliki pengetahuan tentang nilai-nilai pribadi dan simbolis yang dapat dipenuhi oleh produk dan merek. Nilai-nilai seperti kesuksesan

dan keamanan sering melibatkan pengaruh emosional yang kuat. Nilai dapat diklasifikasikan sebagai instrumental (mode perilaku yang diinginkan) dan terminal (keadaan psikologis yang diinginkan). Adanya nilai-nilai ini akan mempengaruhi proses kognitif dan perilaku pilihan mereka sebagai konsumen.

#### **1.5.4. Tingkatan *Word of Mouth* mengenai 3R**

Menurut Silverman (2001), *word of mouth* (WOM) tidak selalu memiliki arti yang sama. Maknanya dapat bervariasi tergantung pada tingkat intensitas dan proses terbentuknya WOM tersebut, sehingga dapat dikategorikan ke dalam tingkatan-tingkatan tertentu. Tingkatan ini menggambarkan bagaimana WOM berkembang, mulai dari sekadar komentar hingga menjadi rekomendasi yang kuat.

Firmansyah (2020:296) mendefinisikan *Word of Mouth* (WOM) sebagai sebuah komentar atau rekomendasi yang disampaikan oleh pelanggan berdasarkan pengalaman mereka, yang memiliki pengaruh kuat terhadap keputusan yang diambil oleh orang lain. *Word of Mouth* adalah bentuk promosi yang berupa rekomendasi dari mulut ke mulut tentang keunggulan suatu produk (Lupiyoadi dalam Firmansyah, 2020).

Berdasarkan pengertian di atas, tingkatan WOM mengenai 3R merupakan tingkatan yang mencerminkan bagaimana perkembangan informasi mengenai 3R berkembang di masyarakat. Informasi ini dapat berawal dari diskusi ringan hingga menjadi promosi efektif yang memotivasi orang lain untuk berlangganan atau mendukung program tersebut.

Silverman (2001:30) menyebutkan bahwa setidaknya ada empat alasan mengapa *word of mouth* merupakan alat persuasi yang kuat, antara lain:

a. Lebih Relevan dan Lengkap

*Word of mouth* lebih relevan karena disesuaikan dengan kebutuhan individu yang mendengarnya. Informasi yang disampaikan berasal dari orang yang dipercaya sehingga membuatnya lebih menarik dan lengkap dibandingkan komunikasi dari perusahaan.

b. Media yang Paling Jujur

Karena tidak terikat dengan kepentingan perusahaan, *word of mouth* dianggap sebagai media yang paling jujur dan dapat dipercaya oleh konsumen. Berbeda dengan iklan yang cenderung bias.

c. Dikendalikan oleh Konsumen

*Word of mouth* sepenuhnya dikendalikan oleh konsumen, yang menentukan apa yang ingin mereka dengar dan sampaikan, sehingga lebih otentik dan personal.

d. Berkembang Sendiri

*Word of mouth* bersifat seperti “reaktor berantai,” di mana pengalaman satu orang dapat menyebar secara cepat dan dalam waktu singkat ke banyak orang lainnya. Influencer kunci dapat memicu reaksi berantai yang cepat dan luas sehingga informasi mengenai suatu produk dapat tersebar dengan sangat cepat.

Untuk mengukur tingkatan *word of mouth* mengenai 3R, peneliti menggunakan indikator-indikator yang mengacu pada tingkatan *word of mouth* menurut Silverman (2001:39-45), yaitu:

1. Tingkat Minus

a. Minus 4

Produk menjadi subjek pembicaraan yang sepenuhnya negatif hingga menciptakan skandal publik. Orang-orang aktif memperingatkan sesama untuk menghindari produk tersebut. Jika situasi ini merupakan keadaan darurat yang dikelola dengan cepat dan tepat, seperti penarikan produk, masih ada peluang bagi produk untuk bertahan. Namun, jika skandal berlangsung lama, hanya produk dengan monopoli pasar, kemampuan menciptakan ketergantungan, atau reputasi kepercayaan tinggi yang dapat bertahan.

b. Minus 3

Pada tingkat ini, pelanggan dan mantan pelanggan secara proaktif mendorong orang lain untuk tidak menggunakan produk, meskipun belum mencapai tingkat skandal publik. Tingkatan ini sangat sulit bagi produk untuk bertahan.

c. Minus 2

Pelanggan sering memberikan keluhan saat diminta pendapat, meskipun mereka tidak secara aktif menyebarkan WOM negatif. Kondisi ini dapat menyebabkan penurunan penjualan secara perlahan.

d. Minus 1

Pada tingkatan ini, meskipun tidak ada keluhan aktif, tanggapan pelanggan cenderung negatif saat diminta pendapat. Strategi pemasaran konvensional mungkin dapat mengurangi dampak negatif, tetapi jarang memberikan kemajuan berarti.

2. Tingkat Netral

a. Level 0

Pada level ini, produk jarang menjadi bahan pembicaraan. Ketika ditanya, pelanggan tidak memiliki banyak hal untuk disampaikan, baik positif maupun negatif. Produk pada level ini cenderung membutuhkan investasi pemasaran yang besar untuk mencapai penerimaan yang lebih luas.

3. Tingkat Plus

a. Plus 1

Orang memberikan tanggapan positif ketika diminta pendapat, meskipun mereka tidak secara aktif merekomendasikan produk. Tanggapan ini mencerminkan keandalan dan kepuasan terhadap produk.

b. Plus 2

Pada tingkatan ini, pelanggan memberikan pujian yang antusias ketika diminta pendapat. WOM pada level ini sangat kuat, sehingga efektivitas pemasaran konvensional menjadi lebih kecil dibandingkan potensi WOM itu sendiri.

c. Plus 3

Pelanggan mulai secara aktif mempromosikan produk kepada orang lain, sering kali melalui diskusi informal, seperti dalam acara sosial atau pertemuan bisnis.

d. Plus 4

Produk menjadi topik pembicaraan utama di berbagai kalangan, termasuk pelanggan, calon pelanggan, dan pakar. Pada tingkat ini, WOM menjadi sangat intens dengan dukungan publisitas yang signifikan. Namun, penting untuk mengelola ekspektasi pelanggan agar tidak menimbulkan kekecewaan akibat ketidaksesuaian antara harapan dan kenyataan.

### **1.5.5. Minat Berlangganan Program 3R**

Menurut Mappiare (dalam Ramadhan, 2022), minat diartikan sebagai keadaan mental yang terbentuk dari campuran perasaan, harapan, pandangan, prasangka, ketakutan, atau kecenderungan lain yang mendorong seseorang untuk membuat suatu pilihan. Lestari (2022) mendefinisikan minat sebagai kesadaran seseorang terhadap suatu objek yang dianggap mampu memenuhi kebutuhannya. Intensitas kesadaran ini akan meningkat seiring dengan meningkatnya persepsi manfaat dari objek tersebut sehingga kemudian memunculkan keinginan individu untuk bertindak guna memperoleh, menggunakan, atau menghilangkan produk maupun jasa tersebut. Berlangganan mengandung pengertian bahwa kegiatan pembelian berulang dilakukan secara berkala. Jadi, dapat disimpulkan bahwa minat berlangganan Program 3R adalah dorongan yang dirasakan oleh seseorang untuk



berlangganan Program 3R berdasarkan pertimbangan mental yang mereka miliki dalam kurun waktu tertentu secara berkala.

Terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi minat berlangganan menurut Ferdinand antara lain:

a. Pencarian Informasi

Individu yang secara aktif mencari informasi tentang suatu produk mengindikasikan bahwa ia memiliki minat beli yang kuat.

b. Keinginan untuk Segera Membeli

Individu yang memiliki keinginan untuk segera membeli atau memiliki suatu produk menandakan bahwa minat belinya tinggi.

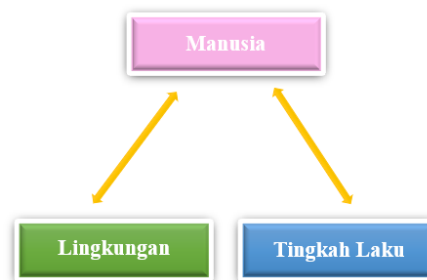
c. Keinginan Preferensial

Individu yang lebih memilih untuk membeli satu produk tertentu dibandingkan produk lain yang sejenis menunjukkan bahwa minat belinya tinggi.

#### **1.5.6. Pengaruh Tingkat Pengetahuan dan Tingkatan *Word of Mouth* mengenai 3R dengan Minat Berlangganan Program 3R di TPS 3R Pedalangan Bersinar**

Pengaruh tingkat pengetahuan dan tingkatan *word of mouth* mengenai Program 3R dengan minat berlangganan Program 3R dapat dijelaskan menggunakan Teori Pembelajaran Sosial (*Social Learning Theory*). Teori

Pembelajaran Sosial merupakan teori yang dikembangkan oleh Albert Bandura dalam bukunya *Social Learning Theory* pada tahun 1976. Bandura menjelaskan bahwa individu dapat memperoleh pengetahuan, mengembangkan sikap, dan membentuk perilaku melalui observasi dan interaksi sosial. Jadi, teori ini menekankan bahwa manusia memperoleh pembelajarannya saat berada di lingkungan sosial. Nasuhah dalam Shalma (2023) menginterpretasikan bahwa individu mengamati model atau contoh untuk mempelajari bagaimana menggunakan dan menyesuaikan perilaku serta akibat dari perilaku yang dicontohkan tersebut. Setelah itu, mereka bertindak berdasarkan keyakinan mereka terhadap kemampuan untuk meniru model, tindakan yang mereka ambil, dan hasil yang diharapkan dari tindakan tersebut.



Gambar 1. 4 Konsep *Triadic Reciprocal Causation*

oleh Albert. Bandura

Terdapat sebuah fungsi psikologi dalam diri individu yang digambarkan oleh Bandura sebagai kondisi “*triadic reciprocal causation*.” Bandura mengemukakan bahwa tindakan manusia memiliki korelasi dengan lingkungan, perilaku, dan individu itu sendiri. Melalui kata *reciprocal* (timbang balik), kata ini

memberi arti bahwa terdapat interaksi dan dorongan yang memberikan kontribusi yang setara (Feist et al dalam Suwartini, 2016).

Sebagian besar manusia mempelajari hal baru dengan melihat orang lain serta membentuk gambaran tentang bagaimana perilaku baru dilakukan sehingga informasi yang diperoleh ini nantinya menjadi panduan untuk bertindak. Melalui proses ini, setidaknya mereka bisa menghindari kesalahan yang tidak perlu sebelum mencoba perilaku baru. (Bandura, 1976: 22). Terdapat dua metode pembelajaran dalam teori ini, salah satunya pemodelan (*modelling*). *Modelling* memiliki pengertian sebagai metode pembelajaran yang dilakukan oleh individu melalui peniruan dari berbagai model yang diperolehnya. Menurut Bandura, pembelajaran observasional dipengaruhi oleh empat proses utama, antara lain:

#### 1. *Attention Processes*

Bandura berpendapat bahwa seseorang hanya dapat belajar melalui observasi jika mereka benar-benar memperhatikan dan memahami aspek penting dari perilaku yang mereka amati. *Attention processes* menentukan apa yang dipilih untuk diamati dari berbagai pengaruh model dan apa yang diambil dari pengamatan tersebut. Faktor-faktor seperti karakteristik pengamat, fitur dari aktivitas yang diamati, dan pengaturan struktural interaksi manusia mempengaruhi pengalaman observasional.

#### 2. *Retention Processes*

Terbatasnya kemampuan seseorang untuk mengingat semua hal saat mengamati perilaku mempengaruhi seberapa banyak yang mereka pelajari. Oleh karena itu,

untuk menyimpan lebih banyak ingatan, aktivitas yang diamati perlu diubah dalam ingatan mereka menjadi bentuk simbol, seperti kata-kata (verbal) dan gambar (imajinal). Semakin sering seseorang berlatih mengingat atau melakukan sesuatu berulang kali, maka mereka akan lebih mudah mengingatnya.

### *3. Motor Reproduction Processes*

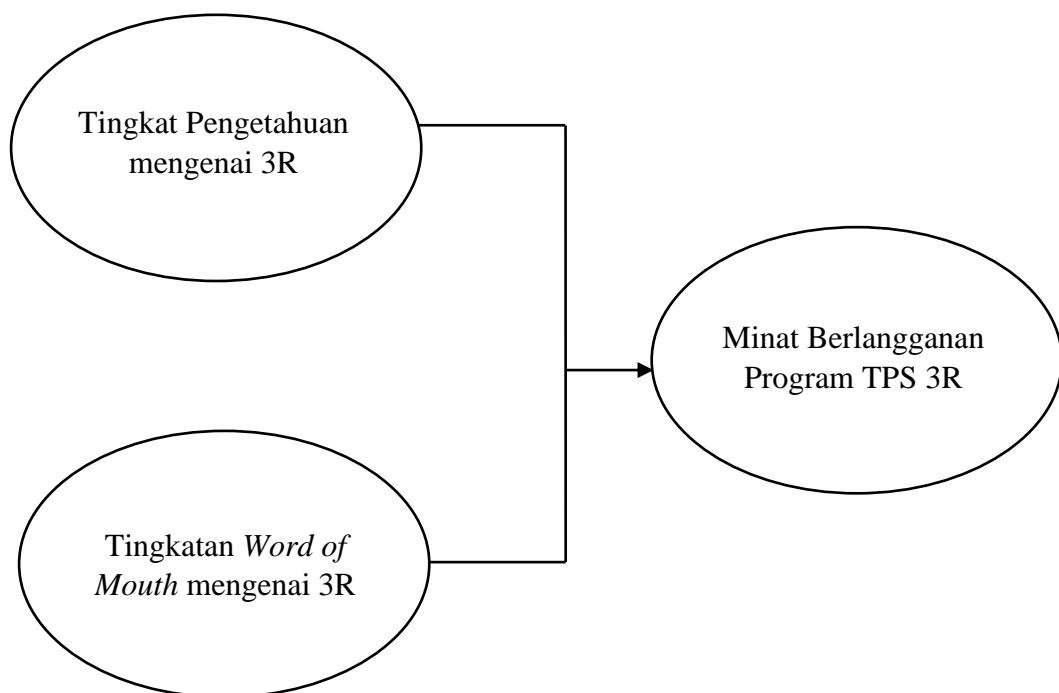
Sebuah keterampilan atau pengetahuan tidak hanya dipelajari melalui pengamatan saja, tetapi adakalanya memerlukan panduan dan umpan balik secara terus menerus untuk menguasainya secara baik. Keberhasilan dalam mempelajari perilaku baru tergantung pada keterampilan dasar yang dimiliki. Jika keterampilan dasar kurang, latihan dan peniruan diperlukan. Sebab, tindakan yang diajarkan itu jarang langsung sempurna dan biasanya membutuhkan penyesuaian.

### *4. Motivational Processes*

Teori pembelajaran sosial membedakan antara belajar dan melakukan karena orang tidak selalu melakukan apa yang mereka pelajari. Mereka lebih cenderung meniru perilaku yang memberikan hasil positif yang mereka hargai daripada yang memberikan hasil negatif atau hukuman. Konsekuensi yang diamati dari perilaku juga mempengaruhi apakah perilaku tersebut akan diikuti. Dari banyak perilaku yang dipelajari melalui observasi, perilaku yang efektif untuk orang lain lebih disukai dibandingkan dengan yang memiliki konsekuensi negatif. Reaksi orang terhadap perilaku mereka sendiri juga menentukan perilaku mana yang akan mereka lakukan. Mereka cenderung melakukan apa yang mereka anggap memuaskan dan menolak apa yang tidak mereka sukai.

Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi pembelajaran observasional sehingga terkadang dalam percobaan pertama tidak membuat orang lain langsung meniru perilaku tersebut. Seseorang bisa menghasilkan perilaku tiruan tanpa memahami proses yang mendasarinya. Seorang model yang terus-menerus menunjukkan perilaku yang diinginkan, mengarahkan orang lain untuk meniru, membantu secara fisik saat mereka gagal, dan memberikan hadiah saat mereka berhasil, kemungkinan besar akan membuat kebanyakan orang meniru perilaku tersebut. Namun, jika ingin memahami dan memprediksi efek pemodelan, perlu mempertimbangkan berbagai faktor yang mempengaruhi. Kegagalan seseorang untuk meniru perilaku model bisa disebabkan oleh beberapa hal, yaitu tidak mengamati aktivitas yang relevan, tidak menyimpan ingatan dengan baik, tidak mampu mengingat, tidak mampu secara fisik, atau tidak ada insentif yang memadai.

#### 1.5.7. Kerangka Pikiran



## **1.6. Hipotesis**

H1: Adanya pengaruh signifikan yang positif antara tingkat pengetahuan masyarakat (X1) dan tingkatan *word of mouth* (X2) mengenai 3R terhadap minat berlangganan Program 3R di TPS 3R Pedalangan Bersinar (Y).

## **1.7. Definisi Konseptual**

### **1.7.1. Tingkat Pengetahuan mengenai 3R**

Variabel ini didefinisikan sebagai pemahaman mendalam tentang cara kerja, manfaat, dan cara penggunaan layanan pengelolaan sampah berbasis prinsip 3R (Reduce, Reuse, Recycle) dari program 3R di TPS 3R Pedalangan Bersinar.

### **1.7.2. Tingkatan *Word of Mouth* mengenai 3R**

Tingkatan WOM mengenai 3R merupakan tingkatan yang mencerminkan bagaimana perkembangan informasi mengenai prinsip 3R dan Program 3R berkembang di masyarakat. Tingkatan ini membedakan antara WOM positif, netral, atau negatif yang pada akhirnya mempengaruhi minat individu untuk berlangganan program 3R di TPS 3R Pedalangan Bersinar.

### **1.7.3. Minat Berlangganan Program 3R**

Variabel ini didefinisikan sebagai adanya keinginan individu untuk berlangganan Program TPS 3R.

## **1.8. Definisi Operasional**

### **1.8.1. Tingkat Pengetahuan mengenai 3R**

#### *A. Products as Bundles of Attributes*

- Responden mengetahui pengertian dari TPS 3R dan prinsip 3R
- Responden mengetahui informasi mengenai ragam layanan dari TPS 3R
- Responden mengetahui informasi bagaimana cara berlangganan Program 3R dari TPS 3R

#### *B. Products as Bundles of Benefits*

- Responden mengetahui tentang manfaat yang akan responden dapatkan dari berlangganan Program 3R dari TPS 3R
- Dengan berlangganan Program 3R dari TPS 3R, sampah akan diolah dengan prinsip 3R sehingga volume sampah berkurang dan terjadi daur ulang sampah
- Responden mengetahui bahwa sampah mereka diangkut sesuai jadwal

### **1.8.2. Tingkatan Word of Mouth mengenai 3R**

- Level Plus1 : Responden dan orang sekitar cenderung memberikan pendapat positif ketika diminta untuk berbicara tentang jasa Program 3R di TPS 3R Pedalangan Bersinar.
- Level Plus 2 : Responden dan orang sekitar tidak hanya memberikan pendapat positif, tetapi juga melakukannya dengan antusiasme tinggi sehingga sulit dihentikan saat berbicara tentang betapa bagusnya jasa Program 3R di TPS 3R Pedalangan Bersinar

- Level Plus 3 : Responden dan orang sekitar berusaha meyakinkan orang lain tentang keunggulan jasa Program 3R di TPS 3R Pedalangan Bersinar serta menunjukkan sikap proaktif dalam berbagi pengalaman positif
- Level Plus 4 : Responden dan orang sekitar mengetahui bahwa mereka terus-menerus membicarakan jasa Program 3R di TPS 3R Pedalangan Bersinar dengan menjadikannya topik utama dalam percakapan
- Level 0 : Responden dan orang sekitar mengetahui bahwa mereka menggunakan jasa Program 3R di TPS 3R Pedalangan Bersinar, tetapi jarang membicarakannya atau menanyakan tentangnya. Jika ditanya, mereka hanya memiliki sedikit hal untuk disampaikan
- Level Minus 1: Responden dan orang sekitar cenderung memberikan komentar negatif jika ditanya tentang jasa Program 3R di TPS 3R Pedalangan Bersinar, meskipun mereka tidak secara aktif melakukan komplain
- Level Minus 2: Responden dan orang sekitar cenderung berbicara dengan sangat lantang tentang kekurangan jasa Program 3R di TPS 3R Pedalangan Bersinar jika ditanya. Jika tidak ditanya, mereka akan diam, tetapi ketika ditanya, mereka akan sulit berhenti mengatakan hal-hal negatif tentang jasa tersebut
- Level Minus 3: Responden dan orang sekitar berusaha meyakinkan orang lain untuk tidak menggunakan jasa Program 3R di TPS 3R Pedalangan Bersinar



- Level Minus 4: Responden dan orang sekitar secara aktif membicarakan jasa Program 3R di TPS 3R Pedalangan Bersinar dan mengemukakan komplain, menciptakan situasi skandal publik sehingga banyak orang aktif mencari tahu dan menyarankan untuk tidak menggunakan jasa tersebut

### **1.8.3. Minat Berlangganan TPS 3R**

- Responden berkeinginan menjadi pelanggan Program 3R setelah mencari informasi sebanyak mungkin mengenai jasa layanan TPS 3R Pedalangan Bersinar
- Responden memutuskan untuk berlangganan Program 3R setelah mendapatkan informasi yang cukup
- Responden berkeinginan untuk berlangganan Program 3R sebagai solusi masalah sampah dan kesadaran lingkungan hidup berkepanjangan.

## **1.9. Metodologi Penelitian**

### **1.9.1. Tipe Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode eksplanatori. Metode eksplanatori adalah penelitian yang bertujuan untuk menguji pengaruh antara beberapa variabel yang diteliti, yaitu antara variabel terikat dengan variabel bebas (dan variabel lainnya). Dengan menggunakan metode pengujian hipotesis, peneliti dapat mengaitkan situasi yang spesifik yang harus diteliti dengan temuan, penjelasan, dan teori-teori yang didasarkan pada situasi-situasi yang berbeda. (Purba & Simajuntak, 2011). Adapun variabel-variabel dalam penelitian

ini terdiri dari variabel independen tingkat pengetahuan mengenai program 3R (X1) dan *tingkatan word of mouth* (WOM) (X2), serta variabel dependen yaitu minat berlangganan program 3R di TPS 3R Pedalangan Bersinar (Y).

### **1.9.2. Populasi dan sampel**

Penelitian ini mencakup populasi dengan karakteristik sebagai berikut:

- a. Laki-laki dan Perempuan
- b. Bertempat tinggal di RW 1 Kelurahan Pedalangan Kecamatan Banyumanik
- c. Pernah mengikuti sosialisasi Program TPS 3R

### **1.9.3. Teknik Pengambilan Sampel**

Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability* dengan *purposive sampling*, yaitu sampel ditentukan berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu. Roesco (dalam Sugiyono, 2015) menyatakan bahwa ukuran sampel yang optimal untuk penelitian berada dalam rentang antara 30 hingga 500 orang. Jumlah sampel yang diambil sebesar 46 orang. Keputusan ini mengacu pada data peserta yang pernah mengikuti sosialisasi 3R yang diadakan oleh TPS 3R Pedalangan Bersinar pada RW 1 Kelurahan Pedalangan.

### **1.9.4. Jenis dan Sumber Data**

#### **1.9.4.1. Jenis data**

Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif dalam bentuk numerik.

#### 1.9.4.2. Sumber data

##### 1. Data primer

Data primer adalah informasi yang diperoleh secara langsung dari sumber data utama di lokasi penelitian atau objek penelitian (Idrus, 2007). Peneliti memperoleh data primer melalui hasil kuisisioner yang dilakukan pada masyarakat Pedalangan Bersinar.

##### 2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang bersumber dari orang kedua, atau dengan kata lain bukan dari orang yang mengumpulkan data tersebut secara langsung (Idrus, 2007). Data sekunder merujuk pada informasi yang mendukung pemahaman atas permasalahan yang akan dibahas dengan mengambil informasi dari sumber literatur seperti jurnal, artikel, buku, skripsi, wawancara, dan sebagainya. Data mengenai jumlah Pemanfaat dan volume sampah TPS3R Pedalangan Bersinar Oktober-November 2023 serta jadwal kegiatan sosialisasi di RW 1 Kelurahan Pedalangan oleh Tim Edukator TPS 3R Pedalangan Bersinar di Juni 2024 dikelola secara internal oleh TPS 3R Pedalangan Bersinar. Selain itu, terdapat pula data primer yang diperoleh dari data internal BPPW Jawa Tengah. Data-data ini diperoleh langsung dari pihak pengelola melalui wawancara dan dokumen internal (tidak dipublikasikan).

#### 1.9.5. Alat dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan kuisisioner dalam bentuk *print out* sebagai alat untuk mengumpulkan data. Kuisisioner disebarakan kepada peserta sosialisasi 3R di

TPS 3R Pedalangan Bersinar. Peneliti mengawasi responden saat mereka menjawab pertanyaan. Selain itu, penelitian dilakukan dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuisisioner/angket untuk memperoleh data yang akurat, relevan, serta dapat dipertanggungjawabkan. Kuisisioner/angket adalah daftar pertanyaan yang disampaikan kepada individu lain dengan tujuan agar orang yang menerima angket bersedia memberikan tanggapan sesuai dengan permintaan (Idrus, 2007).

### **1.9.6. Uji Kualitas Data**

#### 1.9.6.1. Uji Validitas

Menurut Darma (2021), Pengujian validitas dilakukan untuk mengevaluasi kecocokan susunan pertanyaan sebagai indikator yang akan mendefinisikan suatu variabel. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa alat pengukuran yang digunakan dalam penelitian memiliki kemampuan yang baik dalam melakukan pengukuran. Dalam pengujian validitas, koefisien korelasi Pearson ( $r$ ) dihitung dan dibandingkan dengan nilai kritis ( $r$  tabel). Jika nilai  $r$  yang dihitung lebih besar dari nilai kritis, maka instrumen penelitian dianggap valid.

#### 1.9.6.2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas (Darma, 2021) digunakan untuk menilai keandalan dan konsistensi dari respons yang diberikan oleh responden terhadap pertanyaan dalam kuisisioner penelitian dengan tujuan mengurangi kesalahan pengukuran. Tahap ini dilakukan dengan membandingkan nilai *Cronbach's alpha* dengan

tingkat signifikansi yang ditetapkan. Jika nilai alpha lebih besar dari tingkat signifikansi yang diinginkan, maka hasilnya dianggap reliabel.

### **1.9.7. Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang wajib dipenuhi dalam analisis regresi linear berganda berbasis *Ordinary Least Squares* (OLS). Pada metode OLS, hanya terdapat satu variabel dependen, sedangkan variabel independen bisa terdiri dari lebih dari satu. Ghazali (2006) menyatakan bahwa untuk memastikan model yang digunakan sudah tepat, perlu dilakukan pengujian terhadap beberapa asumsi klasik, yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

#### **1.9.7.1. Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi tingkat pengetahuan, tingkatan *word of mouth*, serta minat berlangganan Program 3R TPS 3R Pedalangan Bersinar memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model dengan distribusi data yang normal, di mana penyebaran data statistik mengikuti garis diagonal pada grafik distribusi normal Ghazali (2006). Pengujian normalitas sering dilakukan menggunakan *Test of Normality* Kolmogorov-Smirnov melalui program SPSS. Berdasarkan Santoso (dalam Prayoga, 2024), dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas adalah sebagai berikut:

- Jika probabilitas  $>0,05$ , maka distribusi model regresi dianggap normal.
- Jika probabilitas  $<0,05$ , maka distribusi model regresi tidak normal.

#### 1.9.7.2. Uji Multikolonieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi antar variabel independen, yaitu tingkat pengetahuan dan tingkatan *word of mouth*. Model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan adanya korelasi antar variabel bebas tersebut. Model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan adanya korelasi antar variabel bebas. Jika terdapat multikolinearitas, salah satu variabel independen harus dikeluarkan dari model, lalu model regresi perlu dibuat ulang (Santoso dalam Prayoga, 2024). Multikolinearitas dapat diidentifikasi melalui nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Menurut Imam Ghozali (2006), cara mendeteksi multikolinearitas dalam model regresi adalah:

- Nilai Variance Inflation Factor (VIF): Model regresi dikatakan bebas multikolinearitas jika nilai  $VIF \leq 10$ .
- Nilai Tolerance: Model regresi dikatakan bebas multikolinearitas jika nilai  $Tolerance \geq 0,1$ .

#### 1.9.7.3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2006), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat perbedaan variance residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Jika variance residual antar pengamatan

tetap, maka disebut homoskedastisitas, dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang memenuhi asumsi homoskedastisitas atau tidak mengalami heteroskedastisitas. Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik scatterplot antara nilai prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Dasar analisis adalah sebagai berikut Ghozali (2006):

- Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola bergelombang, melebar, atau menyempit secara teratur, hal ini mengindikasikan adanya heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas, dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terdapat heteroskedastisitas.

#### **1.9.8. Analisis Data**

Analisis regresi linier berganda (*multiple regression*) merupakan alat analisis yang digunakan untuk meramalkan nilai pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat, dengan tujuan untuk membuktikan ada atau tidaknya pengaruh fungsional antara variabel-variabel bebas tersebut dengan satu variabel terikat (Sugiyono (2010: 66). Model ini digunakan sebagai perhitungan statistik untuk mengetahui pengaruh tingkat pengetahuan program 3R (X1) dan Tingkatan Word of Mouth mengenai program 3R (X2) terhadap minat berlangganan program 3R di TPS 3R Pedalangan Bersinar (Y).

### **1.9.9. Uji Hipotesis**

#### 1.9.9.1. Uji T (Pengujian Secara Parsial)

Uji t (*t-test*) digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individual, dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya dianggap konstan. Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah setiap variabel independen secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Hasil uji T dibandingkan dengan nilai batas tertentu, dan keputusan dibuat berdasarkan tingkat signifikansi 5% ( $\alpha=0,05$ ):

- Jika pengaruh variabel independen signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.
- Jika tidak signifikan, maka variabel tersebut dianggap tidak memiliki pengaruh secara parsial.

#### 1.9.9.2. Uji F (Pengujian Secara Simultan)

Uji F dilakukan untuk menguji pengaruh semua variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen secara kolektif berkontribusi signifikan terhadap variabel dependen. Keputusan dibuat berdasarkan tingkat signifikansi 5%:

- Jika hasil uji menunjukkan pengaruh signifikan, maka variabel independen secara bersama-sama memengaruhi variabel dependen.



- Jika tidak signifikan, maka variabel independen secara keseluruhan tidak memberikan pengaruh yang berarti terhadap variabel dependen.

#### 1.9.9.3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variasi dari variabel dependen. Nilainya dinyatakan dalam bentuk persentase, di mana semakin tinggi persentasenya, semakin besar kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, jika nilainya rendah, maka ada banyak variabilitas dari variabel dependen yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model.