

**SOSIAL**

LAPORAN PENELITIAN  
HIBAH PENELITIAN KERJA SAMA ANTARPERGURUAN TINGGI  
(HIBAH PEKERTI)



Pengembangan dan Implementasi Model Strategi Pemasaran  
Berwawasan Lingkungan: Studi Empiris pada Masyarakat  
Jogyakarta, Solo, dan Semarang

**Oleh:**

**Jati Waskito, SE, M.Si  
Banu Witono, S.E., M.Si**

**DIAJUKAN KEPADA:  
DIREKTORAT PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT  
DIREKTORAT JENDERAL PENDIDIKAN TINGGI  
DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL RI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
NOVEMBER 2011**

## HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Penelitian : Pengembangan dan Implementasi Model Strategi Pemasaran Berwawasan Lingkungan pada Warga Kota Joglosemar
2. Ketua TPP
  - a. Nama Lengkap : Jati Waskito
  - b. Jenis Kelamin : L
  - c. NIP : 7 1 2
  - d. Jabatan Fungsional : Lektor Kepala
  - e. Jabatan Struktural : -
  - f. Bidang Keahlian : Manajemen Strategi
  - g. Program Studi/Jur : Manajemen
  - h. Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Surakarta
3. Anggota Peneliti : Banu Witono
4. Ketua TPM
  - a. Nama Lengkap : Mugi Harsono
  - b. Jenis Kelamin : L
  - c. NIP : 19680702199512 1 001
  - d. Jabatan Fungsional : Lektor Kepala
  - e. Jabatan Struktural : -
  - f. Bidang Keahlian : MSDM dan Manajemen Strategi
  - g. Program Studi/Jur : Manajemen
  - h. Perguruan Tinggi : Univertasitas Sebelas Maret Surakarta
5. Jangka waktu dan pendanaan penelitian
  - a. Jangka waktu yang diusulkan : 2 tahun;
  - b. Jangka waktu yang sudah dijalani : 1 tahun
  - c. Biaya yang disetujui tahun 1 : Rp 62.000.000

Menyetujui,  
Ketua TPM



**DR. Mugi Harsono, S.E., M.Si**  
N I P. 19680702199512 1 001

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi,



**DR. Triyono, S.E., M.Si**  
NIK 6 4 2

Surakarta, 5 Oktober 2011

Ketua TPP

**Jati Waskito, S.E., M.Si**  
NIK 7 1 2

Menyetujui,  
Kepala LPPM UMS



**Dr. Harun Joko Pravitno**  
NIP. 132 049 988

## RINGKASAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk 1) Memetakan tingkat kesadaran masyarakat Solo, Yogyakarta, dan Semarang, terhadap lingkungan dan kepedulian mereka untuk membeli produk yang ramah lingkungan 2) Menganalisis pengaruh tingkat kesadaran masyarakat pada kelestarian lingkungan terhadap perilaku pembelian produk ramah lingkungan.

Observasi dengan menggunakan instrumen kuesioner berhasil mengumpulkan data dari 295 orang responden yang merupakan warga kota Joglosemar. Analisis diskriptif dilakukan untuk memperoleh pemetaan tingkat kesadaran warga kota terhadap lingkungan. Analisis regresi digunakan untuk menganalisis pengaruh tingkat kesadaran warga terhadap lingkungan pada keniatan mereka untuk membeli produk ramah lingkungan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kesadaran tertinggi mereka adalah untuk memanfaatkan produk yang telah mereka pakai untuk dapat digunakan kembali (daur ulang), sementara terendah adalah pengetahuan mereka terhadap pelestarian lingkungan. Warga tiga kota memiliki keniatan yang paling kuat dalam pembelian produk sayuran dan buah buahan organik dan kesadaran terendah untuk memanfaatkan kertas yang sudah terpakai. Hasil uji beda menemukan bahwa terdapat perbedaan secara signifikan tingkat kesadaran tiga warga kota tersebut, kecuali sikap mereka terhadap lingkungan. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa tingkat kesadaran warga kota Joglosemar terhadap kelestarian lingkungan secara signifikan berpengaruh terhadap keniatan mereka untuk membeli produk ramah lingkungan baik secara umum maupun produk khusus.

Bagi pihak-pihak terkait, terutama pemerintah dan aktivis lingkungan, hasil penelitian menjadi alasan yang kuat untuk melakukan sosialisasi dan pembelajaran bagi masyarakat tentang pentingnya pelestarian lingkungan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kesadaran terhadap pentingnya kelestarian lingkungan sudah mulai tertanam pada benak konsumen. Para pelaku bisnis perlu segera merespon isu penting ini, misalnya melalui tema iklan dan kandungan produk serta kemasan yang mengarah pada *green product*. Produk yang ramah lingkungan dapat lebih menjamin stabilitas permintaan seiring dengan semakin meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kelestarian lingkungan. Bagi akademisi, menentukan model yang komprehensif sebagai respon terhadap perkembangan pasar, sehingga dapat mengukur persepsi masyarakat (yang telah dipetakan pada th. -1) secara utuh terhadap produk ramah lingkungan, akan sangat membantu para pelaku bisnis untuk menata strategi pemasaran mereka (*green marketing strategy*).

## RESEARCH SUMMARY

*This study aims to 1) Describe the level of public awareness Solo, Yogyakarta and Semarang, on the environment and their awareness to purchase environmentally friendly products 2) Analyze the influence of the level of public awareness on environmental sustainability of the behavior of purchasing environmentally friendly products.*

*Observations using the instrument of accession questionnaire collected data from 295 respondents who are citizens of the city Joglosemar. Descriptive analysis performed to obtain the mapping degree of awareness of environmental citizens. Regression analysis was used to analyze the influence of the level of awareness of the environment on their intention to buy environmentally friendly products*

*The results of this study indicate that the highest level of awareness of them is to utilize a product that has been their use to be used again (recycled), while the lowest is their knowledge to environmental conservation. Residents of three cities have the most powerful intention in the purchase of vegetables and organic fruits and the lowest awareness to utilize paper that is already in use. Different test results found that there were significant differences in level of consciousness of three citizens of the city, but their attitude towards the environment. The results of the regression test showed that the level of awareness of the citizens towards environmental sustainability Joglosemar significantly affect their intention to buy environmentally friendly products in general and specialty products.*

*For hand-related parties, especially governments and environmental activists, the research results to be good reason to do socialization and learning for the community about the importance of environmental conservation. The results of this study indicate that awareness of the importance of environmental sustainability already embedded in the minds of consumers. Businesses need to respond immediately to this important issue, for example through advertising theme and content of products and packaging that leads to the green product. Environmentally friendly products can better ensure stability along with the increasing demand for public awareness of sustainability environment. for academics, define a comprehensive model in response to market developments, so as to gauge public perception (which has been mapped on th. -1) As a whole against environmentally friendly products, will greatly assist business people to organize their marketing strategy (green marketing strategy).*

## **CAPAIAN**

### **INDIKATOR KINERJA PENELITIAN**

Berdasarkan proposal yang telah disusun, target/indikator yang digunakan untuk menilai keberhasilan dari keseluruhan rangkaian penelitian (tahun I dan II) adalah bahwa keluaran yang dihasilkan mampu :

1. Disusun menjadi artikel yang diterbitkan pada jurnal nasional terakreditasi dan panduan bagi para aktivis lingkungan, dan diseminasi hasil penelitian dengan pihak Dinas Lingkungan Hidup sebagai lembaga pemegang kebijakan daerah di lingkungan pemkot.
2. Harapan kedepannya hasil penelitian tersebut menjadi acuan bagi industry yang mengangkat isu lingkungan sebagai setrategi pemasaran mereka untuk meningkatkan profit, sekaligus bentuk tanggung jawab social perusahaan
3. Tersusunnya buku atau bahan ajar atau modul mengenai masalah lingkungan dan diseminasi publikasi ilmiah. Buku tersebut diharapkan dapat diterbitkan (ber-ISBN), sebagai bahan ajar. Penyebar luasan terutama ditujukan kepada para akademisi seperti dosen, mahasiswa dan peneliti.

Adapun target awal keberhasilan dari penelitian ini adalah :

1. Dimuatnya artikel publikasi hasil penelitian ke dalam jurnal Nasional erakreditasi. Materi artikel publikasi masih dalam proses editing di dewan redaksi Jurnal Nasional Terakreditasi, yaitu JEP, ISSN 1411-6081, Terakreditasi Nomor 51/DIKTI/Kep/2010 untuk periode terbit Vol.13, No.2, Desember 2011 (surat keterangan dimuat dari dewan redaksi JEP terlampir).
2. Pelaksanaan diseminasi seminar nasional Ekonomi dan Bisnis di Universitas muhamadyah Surakarta pada tanggal 14 sd 15 Juni 20011

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah, setelah beberapa pengamatan dan penelusuran pustaka yang saya lakukan, telah memunculkan ide penelitian ini. Saat ini, para lingkungan dengan berbagai cara sangat gencar dalam mengkampanyekan isu kerusakan lingkungan yang diakibatkan karena faktor manusia. Memperhatikan kelestarian lingkungan adalah suatu keharusan demi kelangsungan dan stabilitas dunia industri

Hasil penelitian ini menunjukkan mulai meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pelestarian lingkungan. Hal ini perlu mendapatkan respon dikalangan para praktisi bisnis untuk menata strategi bisnisnya yang mengarah pada produk hijau.

Bagi peneliti yang tertarik untuk melakukan penelitian dengan topik yang sama, sebaiknya peneliti yang akan datang memperhatikan variable control dari karakteristik responden yang digunakan sebagai sampel. Variable tersebut akan semakin meningkatkan kemampuan model untuk memprediksi perilaku pembalian produk hijau.

Kepada para kolega yang memberikan sarannya, penulis mengucapkan terimakasih banyak, meskipun penambahan dan perbaikan telah dilakukan, namun saran dan kritik masih tetap penulis harapkan. Semoga hasil penelitian ini akan memberikan pencerahan sekaligus dorongan bagi para praktisi bisnis untuk menata model strategi pemasaran dengan penekanan pada pentingnya isu lingkungan

Solo, 12 November 2011

**Jati Waskito, S.E., MSi.**