

BAB I

PENDAHULUAN

1.2. Latar Belakang Masalah

Perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya baik perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa maupun barang mempunyai tujuan yang sama yaitu memperoleh keuntungan. Selain itu perusahaan ingin memberikan itikad baik kepada masyarakat agar masyarakat memiliki hubungan yang baik kepada perusahaan. Tolak ukur dari keberhasilan perusahaan dalam menjalankan usaha selain menghasilkan produk yang berkualitas dan yang di inginkan oleh konsumen juga memberikan program kerja yang dapat bermanfaat bagi masyarakat.

Salah satu cara menjaga hubungan baik dengan masyarakat adalah dengan membersihkan lingkungan dari bahan-bahan terbuang dan sudah tidak terpakai. Menurut Astina (2020) Penanggulangan sampah di Negara Indonesia merupakan hal yang sangat serius, dilihat dari penerbitan peraturan-peraturan tentang masalah sampah ini, selain itu diskusi-diskusi yang dilakukan pemerintahan agar dapat terlepas dari dampak yang ditimbulkan oleh sampah. Permasalahan yang di timbulkan oleh sampah, merupakan tanggung jawab bersama sebab tidak hanya tanggung jawab pemerintahan saja, namun masyarakat juga harus membantu mensukseskan program-program pemerintahan dalam penanganan sampah.

Salah satu program pemerintah untuk mengurasi polusi akibat sampah yang berasal dari masyarakat ialah dengan mengadakan program kerja Bank Sampah

Induk. Menurut Bank Sampah Induk Surabaya (BSIS) Bank Sampah Induk merupakan bank sampah pusat di Kota yang menyetorkan berbagai macam jenis sampah anorganik yang telah terpilah dari lingkungan masyarakat. DKI Jakarta menjadi salah satu tempat yang mengalami kenaikan setiap tahunnya pada jumlah pembuangan sampah per hari.

Tabel 1.1. Data Pembuangan Sampah DKI Jakarta per 1 Hari

| 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 5.665 ton | 6.419 ton | 6.562 ton | 6.875 ton | 7.453 ton | 7.702 ton | 7.424 ton |

Sumber: Tempo.co (2021)

Dari tabel diatas tentu bukan suatu prestasi bagi DKI Jakarta yang memiliki kenaikan setiap tahunnya pada data pembuangan sampah per 1 harinya. Sinergi antara masyarakat dengan pemerintah untuk mengurangi masalah sampah tersebut sangat diperlukan. Program Bank Sampah Induk perlu dilakukan peningkatan agar masyarakat dan pemerintah memiliki lingkungan yang lebih baik dan terhindar dari bahaya polusi yang diakibatkan oleh penumpukan sampah. Dengan kata lain, Program Bank Sampah Induk perlu menarik lebih banyak nasabahnya.

Tabel 1.2. Rekapitulasi Data Laporan Bank Sampah Induk Jakarta Pusat Tahun 2021

| Bulan | Jumlah Nasabah | Kertas | Plastik | logam | Gambruk | Sampah Lain-lain | Total (KG) |
|--------------|-----------------------|----------------|----------------|--------------|----------------|-------------------------|-------------------|
| Januari | 249 | 3,264.0 | 3,471.3 | 688.6 | 798.5 | 69.0 | 8,291.4 |
| Februari | 249 | 3,327.1 | 3,794.3 | 582.8 | 511.0 | 51.0 | 8,266.2 |
| Maret | 249 | 6,028.5 | 3,318.6 | 454.4 | 2,054.1 | 58.1 | 11,913.7 |
| April | 249 | 4,193.9 | 3,416.8 | 181.3 | 1,338.5 | 113 | 9,243.5 |
| Mei | 249 | 2,788.0 | 3,523.9 | 283.7 | 837.0 | 229.5 | 7,662.1 |
| Juni | 249 | 3,532.5 | 4,081.9 | 185.9 | 994.1 | 406.4 | 9,200.8 |
| Juli | 215 | 1,737.1 | 3,582.5 | 192.0 | 422.0 | 54 | 5,987.6 |

Sumber: Bank Sampah Induk Jakarta Pusat

Bersasarkan tabel diatas total kilogram sampah yang tercatat pada Bank Sampah Induk mengalami kenaikan dan penurunan setiap bulannya. Sedangkan jumlah nasabah yang berada Bank Sampah Induk Jakarta Pusat menurun pada periode bulan Juli yaitu sebanyak 215 nasabah. Hal tersebut menandakan perlu kolaborasi pemerintah dengan masyarakat untuk menangani permasalahan sampah pada Jakarta Pusat. Salah satunya dengan cara mengedukasi dan meningkatkan kesadaran masyarakat untuk peduli kepada lingkungan yang lambat laun akan semakin buruk apabila tidak dibenahi.

Salah satu faktor yang dapat meningkatkan Keputusan Nasabah menggunakan Program Bank Sampah Induk merupakan *Digital Marketing*. Menurut Azizah (2020)

Digital Marketing dapat mendorong industri perbankan menawarkan kesempatan untuk mengefisiensikan pengeluaran untuk dapat menjalin hubungan dengan nasabah dan meningkatkan nasabah. Pendekatan-pendekatan pemasaran di era *digital marketing* tidak dengan hanya memasarkan produk, tetapi menjangkau nasabah dengan hubungan-hubungan yang dibangun antara bank dan nasabahnya pada masa sebelum menjadi nasabah ataupun setelah menjadi nasabah.

Faktor lain yang dapat meningkatkan nasabah Program Bank Sampah Induk ialah *Green Marketing*. Menurut Nadisyah (2014) *green marketing* pada saat ini dipakai sebagai paradigma pemasaran baru untuk sebuah usaha, dimana mengedepankan misi penyelamatan lingkungan hidup. Sebagai solusi, Kementerian Lingkungan Hidup Indonesia mengeluarkan peraturan pemerintah untuk mengelola lingkungan melalui bank sampah, dimana fungsinya sebagai organisasi yang menyebarkan misi cinta lingkungan. Adanya konsep baru *green marketing* ini dapat meningkatkan kesadaran untuk peduli dan cinta terhadap lingkungan sebagai gaya hidup dapat tertanam dalam diri masyarakat.

Pada ajaran agama Islam pun mengajarkan kepada umatnya bahwa kita sebagai manusia harus menjaga kebersihan, karena kebersihan sebagian dari iman. Dalam sebuah hadits dari Abu Hurairah disebutkan:

تَنْظِفُوا بِكُلِّ مَا اسْتَطَعْتُمْ فَإِنَّ اللَّهَ تَعَالَى بَنَى الْإِسْلَامَ عَلَى النِّظَافَةِ وَلَنْ يَدْخُلَ الْجَنَّةَ إِلَّا كُلُّ نَظِيفٍ

Artinya: “Bersihkanlah segala sesuatu semampu kamu. Sesungguhnya Allah ta’ala membangun Islam ini atas dasar kebersihan dan tidak akan masuk surga kecuali setiap yang bersih.” (HR Ath-Thabrani).

Hadits lain menyebutkan,

إِنَّ اللَّهَ طَيِّبٌ يُحِبُّ الطَّيِّبَ , نَظِيفٌ يُحِبُّ النَّظَافَةَ , كَرِيمٌ يُحِبُّ الْكَرَمَ , جَوَادٌ يُحِبُّ الْجُودَ , فَتَطْفُؤُوا أَفْنِيَتَكُمْ

Artinya: “*Sesungguhnya Allah itu baik dan mencintai kebaikan, Bersih (suci) dan mencintai kebersihan, Mulia dan mencintai kemuliaan, bagus dan mencintai kebagusan, bersihkanlah rumahmu....*” (H.R.Tirmidzi dari Saad).

Upaya memisahkan dan mengumpulkan sampah yang masih bisa dimanfaatkan atau masih memiliki nilai jual, dengan begitu sampah yang dihasilkan oleh masyarakat juga berkurang, yang berarti sampah yang akan masuk kedalam tempat pembuangan akhir juga akan berkurang. Disamping tujuan mengurangi sampah, masyarakat juga bisa menghasilkan uang dengan memberikan sampah yang masih memiliki nilai jual kepada bank sampah induk.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam bentuk skripsi dengan judul:

“Pengaruh *Digital Marketing* Dan *Green Marketing* Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Sampah Induk Rawasari Serta Tinjauannya Dalam Sudut Pandang Islam”.

1.6 Perumusan Masalah

Berdasarkan fenomena yang telah peneliti cantumkan diatas terlihat bahwa Bank Sampah Induk sangat bermanfaat bagi masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Namun dalam beberapa waktu kurun terakhir, nasabah baru Bank Sampah Induk Rawasari mengalami penurunan. Pemaparan tersebut merupakan hal yang melatar-

belakangi penulis tertarik meneliti dengan judul tersebut berdasarkan latar belakang masalah yang penulis sajikan sebelumnya.

1.7 Pertanyaan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, pada penelitian ini memiliki pertanyaan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *Digital Marketing* terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank Sampah Induk Rawasari?
2. Bagaimana pengaruh *Green Marketing* terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank Sampah Induk Rawasari?
3. Bagaimana pengaruh *Digital Marketing* dan *Green Marketing* secara bersama-sama terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank Sampah Induk Rawasari?
4. Bagaimana pandangan Islam mengenai *Digital Marketing*, *Green Marketing* dan Keputusan menjadi Nasabah Bank Sampah Induk Rawasari?

1.8 Tujuan Penelitian

Sebagaimana telah dijelaskan pada pertanyaan masalah, penelitian ini bermaksud untuk menguji pengaruh pengaruh *Digital Marketing* dan *Green Marketing* terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank Sampah Induk Rawasari.

Secara spesifik, tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Menganalisis pengaruh *Digital Marketing* terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank Sampah Induk Rawasari.
2. Menganalisis pengaruh *Green Marketing* terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank Sampah Induk Rawasari.
3. Menganalisis pengaruh *Digital Marketing* dan *Green Marketing* terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank Sampah Induk Rawasari.
4. Menganalisis pandangan Islam mengenai *Digital Marketing*, *Green Marketing* dan Keputusan menjadi Nasabah Bank Sampah Induk Rawasari.

1.9 Manfaat Penelitian

Dengan tercapainya tujuan-tujuan tersebut, maka penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Menambah pengetahuan dan wawasan tentang pengaruh *Digital Marketing*, *Green Marketing* dan Keputusan menjadi Nasabah Bank Sampah Induk Rawasari.

2. Bagi Peneliti Lain

Sebagai tambahan referensi yang dapat dijadikan bahan pertimbangan oleh peneliti lain yang melakukan penelitian di bidang yang sejenis dan masalah yang sama di masa yang akan datang.

3. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini memberikan informasi, masukan serta pemikiran pada pihak perusahaan untuk menjadi bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan selanjutnya, terutama yang berkaitan dengan variabel-variabel yang diteliti pada penelitian ini yaitu *Digital Marketing*, *Green Marketing* dan Keputusan menjadi Nasabah Bank Sampah Induk Rawasari.