

DAMPAK TREN PENERAPAN KONSEP SUSTAINABILITY DALAM KEMASAN PRODUK MINUMAN DI BANDUNG

Salsabila Dwindia Syahfi, Sazqi Dhea Harashta, Siti Denisa Hanifa, Nizzah Nadhirahastri

Sekolah Bisnis dan Manajemen Institut Teknologi Bandung, Jl. Ganesha No.10, Lb. Siliwangi, Bandung.¹²³⁴

salsabila_dwindia@sbm-itb.ac.id¹, sazqi_dhea@sbm-itb.ac.id²,
siti_denisa@sbm-itb.ac.id³, nizzah_nadhirahastri@sbm-itb.ac.id⁴

ABSTRAK

Artikel yang berjudul “Dampak Tren Penerapan Konsep Sustainability Dalam Kemasan Produk Minuman di Bandung” ini dilatarbelakangi dengan adanya peningkatan penggunaan plastik dalam kemasannya. Tidak dipungkiri lagi kemasan produk dari perusahaan kuliner turut memegang peranan penting dalam keberlangsungan lingkungan hidup. Beberapa perusahaan produk minuman seperti: Starbucks dan Fore Coffee di Bandung telah berupaya menerapkan penggunaan kemasan gelas yang dapat digunakan berulang kali dan sedotan kertas. Tujuan artikel ini adalah untuk mengetahui apa yang memicu dan bagaimana dampak konsep sustainability ini di kemasan produknya dengan cara mewawancarai salah satu manajer Starbucks Bandung dan melakukan studi literatur terhadap perusahaan Fore Coffee. Hasil analisis memunculkan tiga tema yaitu: kesadaran lingkungan, renewable energy, dan loyalitas konsumen. Kajian tentang ketiga tema tersebut sangat berguna untuk memahami bagaimana cara optimal perusahaan kopi mengurangi limbah plastiknya.

Kata kunci: optimalisasi, kemasan, kesadaran lingkungan.

ABSTRACT

The article entitled “The Impact of Implementing the Trend of Sustainability on Beverage Packaging in Bandung” was motivated by an increase in the use of plastic in its packaging. No doubt the product packaging from culinary companies also plays an important role in environmental sustainability. Some beverage product companies such as: Starbucks and Fore Coffee in Bandung have tried to implement the use of glass containers that can be used repeatedly and paper straws. The purpose of this article is to find out what triggers and how the impact of the concept of sustainability in the packaging of its products by interviewing one of the managers of Starbucks Bandung and conducting a literature study of the Fore Coffee company. The analysis results gave rise to three themes namely environmental awareness, renewable energy, and consumer loyalty. The study of these three themes is very useful for understanding how optimal beverage companies reduce their plastic waste.

Keywords: optimization, packaging, environmental awareness.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Di era industri 4.0, Bandung memiliki industri kreatif yang makin bergerak secara eksponensial. Kota Bandung sendiri merupakan salah satu barometer industri kreatif di Indonesia. Hal itu berkat beragam produk kreatif yang lahir di Kota Bandung. Kegiatan kreatif ini dapat dilihat dari beberapa aspek, mulai dari kemasan, lokasi dan pengalaman kuliner.

Permasalahan yang akan dibahas adalah penerapan konsep sustainability di kemasan produk kuliner. Perusahaan kuliner di Bandung sudah mulai mengimplementasikan tren Sustainable Development Goals (SDGs), khususnya dalam kemasan minuman. Namun, beberapa hanya menerapkannya untuk *gimmick marketing* dan tidak sepenuhnya memahami unsur *sustainability* dalam kemasan produk mereka. Dewasa ini, problematika seputar lingkungan kian sering dibahas oleh semua kalangan. Terutama isu tentang limbah, yang kerap menjadi fokus utama dari permasalahan lingkungan oleh berbagai industri. Aktivitas kaum urban yang memiliki mobilitas tinggi menyebabkan mereka mem-

beli minuman dengan sistem *take away*; tidak dikonsumsi langsung di kafe.

Kemasan *take away* tentunya didesain berbeda, karena tidak memungkinkan bagi mereka untuk membawa gelas kaca ke tempat lain. Biasanya, kemasan didesain menggunakan gelas plastik dan terkadang dilengkapi dengan sedotan plastik juga. Untuk membuahakan solusi, banyak dari perusahaan kuliner yang memulai dengan mengganti kemasan mereka menjadi kemasan yang ramah lingkungan. Umumnya perusahaan mencoba untuk mengganti bahan kemasannya, bahkan menghilangkan adanya pemakaian sedotan plastik. Maka dari itu, penulis akan melakukan penelitian terhadap kemasan minuman yang *sustainable* untuk memahami dampak penerapan konsep ini.

Rumusan masalah yang akan dibahas adalah sebagai berikut.

1. Apa yang memicu perusahaan kopi dalam menggunakan konsep *sustainability* dalam kemasan produk.
2. Bagaimana penerapan konsep tren *sustainability* dalam kemasan produk.
3. Bagaimana dampak yang ditimbulkan oleh tren *sustainability* dalam kemasan produk.

Tujuan penelitian adalah sebagai berikut.

1. Mengetahui pemicu konsep *sustainability* dalam kemasan produk perusahaan kopi.
2. Mengetahui penerapan konsep tren *sustainability* dalam kemasan produk.
3. Memahami dampak yang ditimbulkan oleh tren *sustainability* dalam kemasan produk.

METODE

Metode penelitian yang digunakan merupakan metode deskriptif dan komparatif dari dua bentuk bisnis yang menjual produk serupa yaitu minuman. Jenis metode penelitian yang digunakan merupakan jenis kualitatif.

Instrumen penelitian

Kami menggunakan aplikasi *Whatsapp* untuk menghubungi dan mewawancarai narasumber dan internet untuk ulasan pengguna.

Teknik Pengumpulan Data

Data Primer:

1. Observasi Lapangan
2. Wawancara
3. Ulasan pengguna

Data Sekunder:

1. Studi literatur
2. Netnografi

Sumber data:

1. Studi literatur: <https://www.zomato.com/bandung>, <https://fore.coffee/>, dan <https://bandungkota.bps.go.id/>
2. Wawancara: Fore, Starbucks
3. Observasi: Fore, Starbucks

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang diambil melalui data sekunder dan wawancara, konsep *sustainability* di Kota Bandung sudah berkembang dan dua toko kopi tersebut sudah menerapkannya di keseharian mereka disaat menjual produk mereka. “Starbucks sudah memulai konsep *sustainability* dan *ethical employment* dari tahun 2018”, kata Pak Rizky seorang manajer Starbucks di Bandung. Salah satu misi Starbucks adalah untuk mengurangi sampah dan penggunaan air di alam sekitar dan di waktu yang bersamaan, mengembangkan bisnis perusahaan tersebut. Salah satu contohnya adalah *tumbler day* yang digelar setiap minggu pada hari Kamis, selain mengurangi sampah kemasan kopi yang bersifat

plastik, Starbucks mengadakan hari itu untuk meningkatkan daya tarik konsumen karena setiap pembelian minuman yang menggunakan tumbler akan mendapatkan diskon sebesar 50%.

Seperti namanya yang diambil dari kata *forest* yang berarti hutan, Fore Coffee berkomitmen untuk menjadi startup kopi retail yang menyajikan kopi dengan kualitas tinggi, sekaligus memberikan dampak positif untuk alam sekitar dengan cara menjaga lingkungan. Cara mereka adalah menggunakan gelas plastik yang dapat digunakan secara berulang. Hal yang Fore Coffee tanamkan dalam produknya pun tentunya bersinergi dengan konsep mereka; FOREnvironment dan FOREcosystem, dengan prinsip FOREarth, dari bumi untuk bumi.

Hasil data sekunder dari *customer review* menyatakan 207 pelanggan Fore Coffee melakukan postingan yang menyebarkan konsep reusable cup Fore Coffee. Salah satu pelanggan mengekspresikan kepuasannya terhadap kemasan Fore Coffee, ia berkata, “Suka banget sama cup-nya @fore.coffee kualitas & desainnya bagus nggak pasaran, biasanya setelah kopinya habis diminum ya cup-nya dibawa pulang & dicuci nggak pernah dibuang / ditinggal, soalnya bisa dipakai lagi utk bawa minum kalo pergi2”.

“Penting memikirkan kembali desain kemasan dan pembuatannya dalam penerapan Industri 4.0. 81 persen dari dampak lingkungan suatu produk berada pada tahap desain,” ujar Henky dalam keterangan tertulis di Jakarta, Selasa (3/12/2019).

Dengan adanya tren pengurangan sampah plastik mengakibatkan perubahan terhadap perilaku konsumen:

1. 41% konsumen rela menghabiskan uang untuk membeli produk yang organik dan ramah lingkungan.
2. dan juga 73% konsumen mengatakan akan mengubah kebiasaan konsumsinya untuk mengurangi dampak lingkungan yang buruk. (nielsecom)

Para *creativepreneur* terlihat sukses membuat produk yang laku dipasaran dengan melihat peningkatan kebutuhan pasar, lalu memanfaatkan situasi tersebut dan menghasilkan produk yang dapat menyelesaikan masalah.

Merancang kemasan makanan dan minuman dengan paradigma ramah lingkungan meningkatkan kelayakan produk. Bahan yang dapat digunakan kembali menciptakan nilai baru, tidak hanya untuk perusahaan itu sendiri tetapi juga untuk pengguna yang akan menanamkan prinsip konsep tersebut dan menggunakan kembali bahan produk minumannya.

SIMPULAN DAN SARAN

Penggunaan kemasan ramah lingkungan (*sustainable packaging*) terus menjadi tren dan acuan di industri kreatif makanan seiring maraknya isu mengenai pemanasan global dan isu-isu lain yang berhubungan dengan pencemaran lingkungan.

Berdasarkan hasil pembahasan di atas, berikut hal-hal yang dapat disimpulkan:

1. Penerapan kemasan ramah lingkungan di Starbucks dan Fore Coffee Bandung sepenuhnya mendukung bahaya limbah yang berasal dari sampah produk terutama limbah plastik.
2. Tren kemasan ramah lingkungan sangat diterima konsumen dan membuat mereka lebih *loyal* terhadap perusahaan yang menerapkan konsep ini.
3. Pengadopsian desain berkelanjutan dalam kemasan sangat signifikan sebagai satu pendekatan untuk produksi kreatif yang melandasi pengambilan keputusan yang efektif terhadap pengurangan dampak pada masyarakat dan lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal Ilmiah

Ingram, T. (2019). how to build a climate-conscious brand. *How to Build a Climate-Conscious Brand.*, 146–158.

Website

Masdakaty, Y., & Yuliandri, M. T. (2019, February 15). Fore coffee: the next generation of coffee shop. Retrieved from <https://majalah.ottencoffee.co.id/fore-coffee-next-generation-coffee-shop/>

Deny, S. (2019, December 3). Industri Didorong untuk Produksi Kemasan Ramah Lingkungan. Retrieved from <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4125706/indus->

tri-didorong-untuk-produksi-kemasan-ramah-lingkungan
Nielsen.com (2018). Unpacking The Sustainability Landscape. Retrieved from <https://www.nielsen.com/us/en/insights/report/2018/the-education-of-the-sustainable-mindset/>.