



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.6 Lingkup Penelitian	7
1.7 Sistematika Penulisan.....	7
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Ritel.....	9
2.1.1 Strategi Ritel.....	10
2.1.2 Perilaku Berbelanja di Toko Ritel.....	11
2.2 Pengetahuan Lingkungan	12
2.3 Model Bisnis	13



2.4	Komponen Model Bisnis.....	14
2.2.1	Segmen Pelanggan (<i>Customer Segments</i>).....	16
2.2.2	Proposisi Nilai (<i>Value Propositions</i>)	17
2.2.3	Saluran (<i>Channels</i>).....	18
2.2.4	Hubungan Pelanggan (<i>Customer Relationship</i>).....	19
2.2.5	Sumber Pendapatan (<i>Revenue Stream</i>)	20
2.2.6	Sumber Daya Utama (<i>Key Resources</i>).....	21
2.2.7	Aktivitas Utama (<i>Key Activities</i>).....	22
2.2.8	Mitra Kunci (<i>Key Partners</i>)	23
2.2.9	Struktur Biaya (<i>Cost Structure</i>)	23
2.5	<i>Marital Satisfaction Index</i> (MSI).....	25
2.6	Kerangka Penelitian	28
BAB 3 METODA PENELITIAN		30
3.1	Desain Penelitian.....	30
3.2	Metoda Pengumpulan Data	30
3.3	Instrumen Penelitian.....	32
3.4	Metoda Analisis Data.....	34
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN		35
4.1	Demografi Profil Responden.....	35
4.2	Kebiasaan Berbelanja Responden	36
4.3	Analisis Indeks Pengetahuan Lingkungan dan Indeks Minat Konsumen Pada Layanan Isi Ulang dengan Produk Personal Care Yang Diadaptasi Dari <i>Marital Satisfaction Index</i> (MSI)	40
4.3.1	Analisis Pengetahuan Lingkungan Berdasarkan Tingkat Persetujuan, Tingkat Praktik, dan <i>Gap</i> dan Interpretasi Indeks Pengetahuan Lingkungan	41
4.3.2	Analisis Minat Konsumen Pada Layanan Isi Ulang Berdasarkan Tingkat Persetujuan, Tingkat Praktik, <i>Gap</i> dan Interpretasi Indeks Minat Konsumen.....	50
4.4	Kanvas Model Bisnis: Layanan Isi Ulang pada Produk <i>Personal Care</i>	64



4.4.1	Segmen Pelanggan	66
4.4.2	Proposisi Nilai	67
4.4.3	Saluran.....	70
4.4.4	Hubungan Pelanggan	71
4.4.5	Sumber Pendapatan	73
4.4.6	Sumber Daya Utama	74
4.4.7	Aktivitas Utama	76
4.4.8	Mitra Kunci	78
4.4.9	Struktur Biaya	81
4.5	Pembahasan Hasil Analisis	83
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....		86
5.1	Kesimpulan	86
5.2	Keterbatasan dan Saran	88
REFERENSI		89
LAMPIRAN		92



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Volume Sampah Terangkut Berdasarkan Provinsi Di Indonesia Tahun 2020	2
Tabel 1.2 Perusahaan Rintisan Layanan Isi Ulang Di Indonesia	4
Tabel 2.1 Definisi Model Bisnis	14
Tabel 2.2 Elemen Nilai Proposisi.....	17
Tabel 2.3 Jenis Hubungan Dengan Pelanggan	19
Tabel 2.4 Sumber Pendapatan.....	20
Tabel 2.5 Interpretasi Yang Diadaptasi Dari MSI	27
Tabel 3.1 Metoda Pengumpulan Data	32
Tabel 3.2 Kategori Uji Reliabilitas	33
Tabel 3.3 Metoda Analisis Data.....	34
Tabel 4.1 Profil Tempat Berbelanja Pada Survei Model Bisnis Ritel Dengan Layanan Isi Ulang Untuk Produk <i>Personal Care</i>	37
Tabel 4.2 Alasan Berbelanja Responden Pada Survei Model Bisnis Ritel Dengan Layanan Isi Ulang Untuk Produk <i>Personal Care</i>	37
Tabel 4.3 Jenis Bahasan Kemasan Sebagai Faktor Pembelian Pada Survei Model Bisnis Ritel Dengan Layanan Isi Ulang Untuk Produk <i>Personal Care</i>	38
Tabel 4.4 Jenis Bahan Kemasan Yang Sering Responden Pilih Pada Survei Model Bisnis Ritel Dengan Layanan Isi Ulang Untuk Produk <i>Personal Care</i>	38
Tabel 4.5 Jumlah Barang Yang Dibeli Responden Pada Survei Model Bisnis Ritel Dengan Layanan Isi Ulang Untuk Produk <i>Personal Care</i>	39
Tabel 4.6 Jumlah Pengeluaran Dalam Berbelanja Pada Survei Model Bisnis Ritel Dengan Layanan Isi Ulang Untuk Produk <i>Personal Care</i>	40
Tabel 4.7 Tindakan Responden Paska Penggunaan Produk Pada Survei Model Bisnis Ritel Dengan Layanan Isi Ulang Untuk Produk <i>Personal Care</i>	40
Tabel 4.8 Pengetahuan lingkungan konsumen berdasarkan MSI	50
Tabel 4.9 Minat konsumen pada bisnis ritel dengan layanan isi ulang berdasarkan MSI.....	63
Tabel 4.10 Profil Narasumber Pelaku Usaha Ritel Pada Produk <i>Personal Care</i> ...	64



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Komposisi Sampah Berdasarkan Sumber Sampah	2
Gambar 1.2 Komposisi Sampah Berdasarkan Jenis Sampah.....	3
Gambar 2.1 Kanvas Model Bisnis	16
Gambar 2.2 Penilaian Pengetahuan Lingkungan Dan Minat Konsumen Pada Bisnis Ritel Dengan Layanan Isi Ulang	27
Gambar 2.3 Kerangka Penelitian	29
Gambar 4.1 Bagian Tingkat Persetujuan Pengetahuan Lingkungan Ke-1: Saya terlebih dahulu membaca label produk untuk memastikan produk tersebut ramah lingkungan.	41
Gambar 4.2 Bagian Tingkat Persetujuan Pengetahuan Lingkungan Ke-2: Saya memahami bahwa kerusakan lingkungan dapat di minimalisir dengan memilih produk yang tidak merusak lingkungan.....	42
Gambar 4.3 Bagian Tingkat Persetujuan Pengetahuan Lingkungan Ke-3: Saya paham tentang produk dengan kemasan yang ramah lingkungan artinya saya ikut berpartisipasi dalam mengurangi jumlah sampah yang tidak dapat terurai.....	43
Gambar 4.4 Bagian Tingkat Persetujuan Pengetahuan Lingkungan Ke-4: Saya mengetahui bahwa kemasan produk berbahan plastik memerlukan waktu lama untuk diuraikan oleh organisme.	43
Gambar 4.5 Bagian Tingkat Persetujuan Pengetahuan Lingkungan Ke-5: Saya mengetahui kemasan produk berbahan alami lebih ramah lingkungan.	44
Gambar 4.6 Bagian Tingkat Persetujuan Pengetahuan Lingkungan Ke-6: Saya mengetahui kemasan produk ramah lingkungan bisa didaur ulang. .	44
Gambar 4.7 Bagian Tingkat Praktik Pengetahuan Lingkungan Ke-1: Saya terlebih dahulu membaca label produk untuk memastikan produk tersebut ramah lingkungan.....	45



- Gambar 4.8 Bagian Tingkat Praktik Pengetahuan Lingkungan Ke-2: Saya memahami bahwa kerusakan lingkungan dapat di minimalisir dengan memilih produk yang tidak merusak lingkungan.....46
- Gambar 4.9 Bagian Tingkat Praktik Pengetahuan Lingkungan Ke-3: Saya paham tentang produk dengan kemasan yang ramah lingkungan artinya saya ikut berpartisipasi dalam mengurangi jumlah sampah yang tidak dapat terurai.47
- Gambar 4.10 Bagian Tingkat Praktik Pengetahuan Lingkungan Ke-4: Saya mengetahui bahwa kemasan produk berbahan plastik memerlukan waktu lama untuk diuraikan oleh organisme.47
- Gambar 4.11 Bagian Tingkat Praktik Pengetahuan Lingkungan Ke-5: Saya mengetahui kemasan produk berbahan alami lebih ramah lingkungan.48
- Gambar 4.12 Bagian Tingkat Praktik Pengetahuan Lingkungan Ke-6: Saya mengetahui kemasan produk ramah lingkungan bisa didaur ulang. .49
- Gambar 4.13 Bagian Tingkat Persetujuan Pada Bisnis Ritel Dengan Layanan Isi Ulang Ke-1: Saya menyukai jika ada toko ritel yang menjual produk personal care dengan layanan isi ulang.51
- Gambar 4.14 Bagian Tingkat Persetujuan Pada Bisnis Ritel Dengan Layanan Isi Ulang Ke-2: Saya akan tertarik untuk berbelanja jika ada toko ritel yang menyediakan layanan isi ulang produk personal care.52
- Gambar 4.15 Bagian Tingkat Persetujuan Pada Bisnis Ritel Dengan Layanan Isi Ulang Ke-3: Saya akan merasa penasaran dengan layanan isi ulang produk personal care yang diberikan oleh toko ritel.53
- Gambar 4.16 Bagian Tingkat Persetujuan Pada Bisnis Ritel Dengan Layanan Isi Ulang Ke-4: Saya akan tertarik menggunakan layanan isi ulang produk personal care dengan metode pembayaran e-payment.53
- Gambar 4.17 Bagian Tingkat Persetujuan Pada Bisnis Ritel Dengan Layanan Isi Ulang Ke-5: Saya menyukai layanan isi ulang yang memberikan takaran pengisian sesuai dengan kemasan.54



Gambar 4.18 Bagian Tingkat Persetujuan Pada Bisnis Ritel Dengan Layanan Isi Ulang Ke-6: Saya menyukai layanan isi ulang yang menawarkan variasi produk personal care.....	55
Gambar 4.19 Bagian Tingkat Persetujuan Pada Bisnis Ritel Dengan Layanan Isi Ulang Ke-7: Saya merasa toko ritel yang menawarkan produk personal care dengan layanan isi ulang merupakan sebuah layanan yang sangat bermanfaat.....	55
Gambar 4.20 Bagian Tingkat Persetujuan Pada Bisnis Ritel Dengan Layanan Isi Ulang Ke-8: Saya merasa hadirnya toko ritel yang menawarkan produk personal care dengan layanan isi ulang ini akan memberikan edukasi kepada masyarakat untuk meminimalisir sampah kemasan sekali pakai dan menggunakan kembali kemasan dengan pemanfaatan teknologi ramah lingkungan.....	56
Gambar 4.21 Bagian Tingkat Praktik Pada Bisnis Ritel Dengan Layanan Isi Ulang Ke-1: Saya menyukai jika ada toko ritel yang menjual produk personal care dengan layanan isi ulang.	57
Gambar 4.22 Bagian Tingkat Praktik Pada Bisnis Ritel Dengan Layanan Isi Ulang Ke-2: Saya akan tertarik untuk berbelanja jika ada toko ritel yang menyediakan layanan isi ulang produk personal care.....	58
Gambar 4.23 Bagian Tingkat Praktik Pada Bisnis Ritel Dengan Layanan Isi Ulang Ke-3 Saya akan merasa penasaran dengan layanan isi ulang produk personal care yang diberikan oleh toko ritel.	58
Gambar 4.24 Bagian Tingkat Praktik Pada Bisnis Ritel Dengan Layanan Isi Ulang Ke-4: Saya akan tertarik menggunakan layanan isi ulang produk personal care dengan metode pembayaran e-payment.....	59
Gambar 4. 25 Bagian Tingkat Praktik Pada Bisnis Ritel Dengan Layanan Isi Ulang Ke-5: Saya menyukai layanan isi ulang yang memberikan takaran pengisian sesuai dengan kemasan.	60
Gambar 4.26 Bagian Tingkat Praktik Pada Bisnis Ritel Dengan Layanan Isi Ulang Ke-6: Saya menyukai layanan isi ulang yang menawarkan variasi produk personal care.	60



Gambar 4.27 Bagian Tingkat Praktik Pada Bisnis Ritel Dengan Layanan Isi Ulang	
Ke-7: Saya merasa toko ritel yang menawarkan produk personal care dengan layanan isi ulang merupakan sebuah layanan yang sangat bermanfaat.....	61
Gambar 4.28 Bagian Tingkat Praktik Pada Bisnis Ritel Dengan Layanan Isi Ulang	
Ke-8: Saya merasa hadirnya toko ritel yang menawarkan produk personal care dengan layanan isi ulang ini akan memberikan edukasi kepada masyarakat untuk meminimalisir sampah kemasan sekali pakai dan menggunakan kembali kemasan dengan pemanfaatan teknologi ramah lingkungan.....	62
Gambar 4.29 Model Bisnis Kanvas Bisnis Ritel Produk Personal Care.....	65



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	92
Lampiran 2. Pertanyaan Wawancara.....	100
Lampiran 3. Tingkat Persetujuan Dari Pengetahuan Terhadap Lingkungan Atau <i>Green Knowledge</i>	103
Lampiran 4. Tingkat Praktik Dari Pengetahuan Terhadap Lingkungan Atau <i>Green Knowledge</i>	104
Lampiran 5. Tingkat Persetujuan Dari Minat Terhadap Bisnis Ritel Dengan Layanan Isi Ulang Pada Produk <i>Personal Care</i>	105
Lampiran 6. Tingkat Praktik Dari Minat Terhadap Bisnis Ritel Dengan Layanan Isi Ulang Pada Produk <i>Personal Care</i>	106
Lampiran 7. Uji Reliabilitas Pengetahuan Lingkungan	107
Lampiran 8. Uji Reliabilitas Bisnis Ritel dengan Layanan Isi Ulang	107
Lampiran 9. Halaman Pada Form Bit.ly	108
Lampiran 10. Demografi Profil Responden	109
Lampiran 11. Protokol Wawancara Dengan Wakil Walikota Pasuruan	111