

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Pariwisata ramah lingkungan saat ini sesuai dengan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf) Nomor 9 Tahun 2021 mengenai pariwisata ramah lingkungan sedang gencar dipromosikan dan memberikan berbagai manfaat, baik untuk lingkungan, ekonomi, ataupun masyarakat setempat. Beberapa manfaat lingkungan dari pariwisata ramah lingkungan yaitu pengurangan emisi gas rumah kaca, pelestarian keanekaragaman hayati, dan pemulihan ekosistem yang rusak. Dengan menggunakan praktik-praktik ramah lingkungan, pariwisata bisa berperan dalam pelestarian alam serta mempertahankan keindahannya guna untuk dinikmati oleh generasi mendatang. Pariwisata ramah lingkungan memberikan dampak ekonomi positif yaitu bertambahnya penghasilan dan lapangan kerja bagi masyarakat setempat. Dengan mempromosikan pariwisata ramah lingkungan, memungkinkan penduduk setempat untuk terlibat dalam industri pariwisata dan mendapatkan manfaat ekonomi. Selain itu, pariwisata ramah lingkungan dapat mendorong perbaikan infrastruktur dan fasilitas umum di sebuah destinasi wisata. Manfaat sosial dari pariwisata ramah lingkungan mencakup upaya pelestarian budaya lokal, meningkatkan kesadaran lingkungan, serta pemberdayaan masyarakat setempat. Dengan mempromosikan pariwisata ramah lingkungan, wisatawan memiliki kesempatan untuk memahami budaya lokal sekaligus berperan dalam menjaga kelestarian warisan budaya. Selain itu, pariwisata ramah lingkungan

juga dapat memberikan kesempatan bagi masyarakat setempat untuk mengembangkan keterampilan dan meningkatkan kualitas hidup mereka.

Pariwisata ramah lingkungan juga dapat diadopsi bukan hanya di destinasi wisata tetapi di perusahaan maskapai untuk menunjang perjalanan wisatawan ke suatu daerah (Rustic, 2025). Hal ini merupakan metode yang dapat dikembangkan untuk mencapai pangsa pasar yang lebih tinggi dan laba yang berkelanjutan (Armstrong, Kotler, Harker & Brennan, 2009; Magnusson & Forssblad, 2009). Globalisasi dan Internet telah mempermudah menghubungkan penjual dan pembeli di seluruh dunia. Perusahaan yang beroperasi dalam konteks bisnis-ke-konsumen (B2C) dapat menemukan pelanggan yang berlokasi di berbagai area, kawasan, atau bahkan negara, pada saat yang sama pembeli dapat dengan mudah mencari perusahaan yang berlokasi di seluruh dunia untuk membeli. Namun, bukan hanya perusahaan B2C yang menghadapi perubahan pasar. Perusahaan bisnis-ke-bisnis (B2B) yang beroperasi saat ini juga berubah dalam menghadapi perubahan pasar, khususnya di industri penerbangan (Kenneth & Jane, 2003), salah satunya adalah maskapai Pelita Air. Pembeli saat ini memiliki kebutuhan informasi yang lebih kuat dan sering kali beralih ke internet untuk mendapatkan informasi guna membuat pilihan yang cerdas dalam hal memilih pemasok yang tepat atau untuk lebih memahami harga global (Taylor, 2014). Kebutuhan untuk memperoleh informasi maskapai Pelita Air dengan lebih cepat telah menciptakan cara komunikasi dan media baru. Hal ini telah menciptakan peluang pasar baru di seluruh dunia, yang telah menghasilkan kebutuhan akan strategi pemasaran baru dan inovatif agar tetap kompetitif di bidang industri penerbangan (Magnusson & Forssblad, 2009).

Industri penerbangan khususnya di bidang transportasi udara mulai berkembang di Indonesia pada abad ke-20 dengan pendirian bandara dan maskapai penerbangan. Perkembangan ini memungkinkan wisatawan untuk melakukan perjalanan antar pulau dan ke mancanegara menjadi lebih cepat dan praktis, serta membuka peluang ekonomi baru dalam bidang pariwisata (Syahril, 2018). Akan tetapi dampak dari perkembangan industri penerbangan ini sangat luas dan menyentuh berbagai aspek kehidupan masyarakat. Meningkatnya aksesibilitas dan mobilitas membuka peluang ekonomi baru, mempercepat pertumbuhan suatu kawasan, serta memudahkan distribusi produk dan jasa. Akan tetapi, kemajuan ini turut membawa tantangan seperti kemacetan, polusi, dan berbagai dampak lingkungan lainnya yang membutuhkan perhatian dan penanganan secara serius (Putri, 2022). Untuk mengurangi dampak lingkungan dari perkembangan industri penerbangan, diperlukan upaya mitigasi yang komprehensif dari berbagai pihak terkait. Salah satu pendekatan utama adalah dengan mengadopsi teknologi transportasi yang lebih bersih dan ramah lingkungan, seperti pesawat yang lebih efisien bahan bakar dan kapal dengan teknologi pengendalian emisi yang lebih baik (Utama, 2021). Selain itu, perlunya peningkatan regulasi dan pengawasan terhadap industri penerbangan untuk memastikan kepatuhan terhadap standar lingkungan yang ketat. Pendidikan dan kesadaran lingkungan juga menjadi kunci dalam mengurangi dampak lingkungan dari industri penerbangan. Kampanye untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya penggunaan transportasi berkelanjutan, pengurangan emisi, dan praktik ramah lingkungan lainnya dapat membantu mengubah perilaku konsumen dan industri. Pengembangan infrastruktur transportasi yang terintegrasi juga dapat meminimalkan ketergantungan terhadap

kendaraan pribadi dan mendorong penggunaan transportasi umum yang lebih ramah lingkungan (Kurniawan, 2019). Dengan upaya bersama dari berbagai pihak, kita bisa mencapai metode transportasi yang lebih ramah lingkungan dan melindungi alam bagi generasi mendatang. Upaya dalam menciptakan sistem transportasi udara yang lebih bertanggung jawab terhadap lingkungan telah dilakukan oleh maskapai Pelita Air.

Maskapai Pelita Air berdasarkan laman *company profile* di website officialnya yaitu corporate.pelita-air.com, salah satu unit usaha di bawah naungan PT. Pertamina (Persero) yang merupakan salah satu *airline operator* di Indonesia yang menjadi bagian dalam klaster maskapai penerbangan dengan tujuan memperkuat sinergi bisnis dengan BUMN Aviiasi lainnya yang telah menerapkan strategi pemasaran baru dan inovatif saat ini. Sejak 28 April 2022, maskapai Pelita Air terus berupaya untuk menjangkau lebih luas konsumen di Indonesia melalui ekspansi dengan cara membuka penerbangan-penerbangan di kota-kota baru. Pada tahun 2025, Maskapai Pelita Air sudah ada 16 rute dengan 15 kota rute penerbangan. Beberapa rekor yang diraih oleh perusahaan maskapai plat merah ini diantaranya adalah rekor hingga 37,884 jam penerbangan pada tahun 2014-2017, memiliki 5 pangkalan dasar di tahun 2017, memiliki 15 unit helikopter, dan salah satu maskapai yang ditunjuk pemerintah untuk pengangkutan BBM program pemerintah yaitu “BBM 1 harga di Papua”. Maskapai pelita Air mendapat kepercayaan dari Masyarakat dengan dikenal sebagai; 1) Maskapai yang paling tepat waktu dalam jadwal penerbangan (di atas 95%), 2) Fasilitas makanan yang enak daripada maskapai lainnya yang saat ini sudah eksis, 3) Memiliki staf awak kabin yang ramah, 4) Pesawat yang dimiliki yaitu tipe A320, dan 5) Memiliki harga

yang pantas karena fasilitas setara premium dengan harga yang lebih ekonomis (corporate.pelita-air.com). Namun beberapa kelebihan dan kepercayaan publik tersebut saat ini perusahaan maskapai Pelita Air memiliki permasalahan dalam pemanfaatan limbah kertas kotak makanan ringan penumpang maskapai Pelita Air menjadi sebuah produk daur ulang yang bermanfaat dan bernilai ekonomi.

Limbah kertas kotak makanan ringan penumpang maskapai Pelita Air termasuk dalam kategori limbah pelayanan penerbangan. Pada maskapai Pelita Air menyediakan layanan makanan dan minuman dengan memakai troli atau gerobak layanan. Troli ini berfungsi untuk membawa makanan dan minuman menyusuri lorong dalam kabin. Makanan serta minuman ditempatkan di bagian ruangan penyajian sebelum ditempatkan di troli layanan oleh awak kabin guna diberikan kepada para penumpang. Setelah penumpang menyelesaikan waktu makan yang telah ditetapkan, awak kabin akan kembali berkeliling di dalam kabin menggunakan troli pelayanan untuk mengumpulkan baki untuk mengambil sampah milik penumpang. Oleh sebab itu, proses pengumpulan limbah sangat berkaitan dengan layanan penyajian makanan selama penerbangan, sebagaimana yang tercantum pada PP No. 81 Tahun 2012 terkait Pemanfaatan Kembali Sampah dan Peraturan Menteri Perhubungan Nomor PM 54 Tahun 2017 mengenai Pengelolaan Limbah dan Zat Kimia Pengoperasian Pesawat Udara dan Bandar Udara bahwa maskapai penerbangan dapat berperan dalam mengurangi limbah dengan cara: 1) menggunakan bahan pengganti kemasan yang ramah lingkungan atau *biodegradable*, 2) memanfaatkan kembali makanan yang tidak terjual, 3) memanfaatkan kembali kemasan yang dapat didaur ulang.

Proses pemecahan masalah limbah kertas kotak makanan penumpang pada maskapai Pelita Air dapat diimplementasikan dengan cara memanfaatkan kembali kemasan yang dapat di daur ulang dengan membutuhkan sebuah aksi kolaborasi antara manajemen Maskapai Pelita Air dan UMKM yang akan mengolah limbah kertas kotak makanan ringan penumpang, agar implementasi program ini dapat berhasil dalam pemanfaatan limbah kertas dan menjualnya kepada masyarakat luas. Pemecahan masalah tersebut telah menjadi suatu kebijakan publik yaitu *Life Cycle Assessment* (LCA) yang disusun oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia (Tim Penyusun KLHK, 2021). Kajian LCA adalah suatu cara yang terorganisir untuk meninjau dampak lingkungan dari produk, proses, atau aktivitas sejak tahap produksi awal hingga akhir masa penggunaannya untuk menghadapi tantangan dalam pengembangan industri penerbangan di masa depan, mencakup berbagai aspek yang kompleks dan memerlukan pemikiran yang holistik. LCA memberikan berbagai manfaat penting di Indonesia, antara lain membantu mengidentifikasi dampak lingkungan dari suatu produk dan pemanfaatan sumber daya. Selain itu, LCA juga mendukung pemenuhan regulasi lingkungan, mendorong berkelanjutan, memperkuat reputasi perusahaan, serta menjadi dasar pengambilan keputusan yang lebih tepat dalam bidang bisnis dan investasi. Memenuhi persyaratan peraturan lingkungan, membantu perbaikan berkelanjutan, meningkatkan citra perusahaan, membantu pengambilan keputusan yang lebih baik untuk bisnis dan investasi (Elanda, 2021).

Kebijakan publik diciptakan karena perkembangan industri penerbangan yang semakin tahun semakin pesat. Perkembangan industri penerbangan ini dipengaruhi oleh beberapa faktor menurut Pambagio (2013); *Pertama*,

pertumbuhan populasi yang pesat dan urbanisasi yang meningkat di berbagai negara menghadirkan tekanan besar pada infrastruktur penerbangan yang sudah ada. Lonjakan jumlah penduduk, terutama di perkotaan, menyebabkan kemacetan lalu lintas yang parah, meningkatkan polusi udara, dan mengurangi efisiensi mobilitas. *Kedua*, tantangan perubahan iklim semakin memperparah dampak lingkungan dari sektor penerbangan. Emisi gas rumah kaca dari kendaraan bermotor, pesawat, dan kapal menjadi penyumbang utama pemanasan global, memicu perubahan cuaca ekstrem dan kerusakan ekosistem yang signifikan. Namun, di tengah tantangan yang ada, terdapat peluang besar untuk meningkatkan keberlanjutan dan efisiensi penerbangan. *Ketiga*, Perkembangan teknologi transportasi berkelanjutan, seperti kendaraan listrik, pesawat bertenaga alternatif, dan kapal dengan teknologi hijau, memberikan peluang besar untuk mengurangi dampak lingkungan dari sektor penerbangan. *Keempat*, revolusi digital membawa peluang dalam pengembangan transportasi cerdas yang lebih efisien dan terintegrasi. Investasi dalam infrastruktur transportasi dan transportasi publik juga dapat meningkatkan aksesibilitas dan efisiensi mobilitas, sementara kolaborasi antar sektor dan keterlibatan masyarakat dapat menciptakan solusi inovatif yang mengakomodasi kebutuhan sosial, ekonomi, dan lingkungan. Dengan kebijakan publik ini, kita dapat menghadapi tantangan transportasi di masa depan dengan lebih efektif dan melahirkan sistem transportasi yang lebih berkelanjutan. Keberhasilan penerapan kebijakan publik ini menuntut bukan hanya keterlibatan aktif dari para pemangku kepentingan, tetapi juga adanya struktur organisasi yang mendukung serta alokasi anggaran yang sesuai. Oleh karena itu, penyelenggara perlu merancang secara rinci program, kegiatan, sumber daya, dan tenaga kerja

yang diperlukan untuk merealisasikan konsep ekowisata. Teori implementasi kebijakan publik berguna sebagai acuan untuk mengevaluasi apakah pelaksanaan kebijakan *Eco-Tourism* telah berjalan secara efektif. Hal itu nantinya akan dijadikan pertimbangan pembuatan model pengolahan limbah pelayanan penerbangan khususnya manajemen maskapai Pelita Air.

Peran manajemen Maskapai Pelita Air dan UMKM yang akan mengolah limbah kertas kotak makanan ringan penumpang, agar implementasi ini dapat berhasil dalam pemanfaatan limbah kertas dan dapat dipromosikan secara luas kepada masyarakat, yaitu dengan melakukan identifikasi masalah pada implementasi strategi bauran pemasaran. Data yang diperoleh dari manajemen Maskapai Pelita Air, limbah kertas kotak makanan ringan penumpang maskapai Pelita Air dengan rute dari/ke Bandara Soekarno Hatta Jakarta dari Bulan Januari hingga Mei 2025 yang dapat dijadikan bahan baku produk daur ulang adalah sebagai berikut.

Tabel 1.1. Total Konsumsi Kotak Makanan Ringan Penumpang Maskapai Pelita Air

No	Bulan	Tahun	Total Konsumsi Box		Total
			Economy	Premium	
1	JAN	2025	240,239	1,341	241,580
2	FEB	2025	236,858	1,515	238,373
3	MAR	2025	183,335	878	184,213
4	APR	2025	214,157	1,201	215,358
5	MAY	2025	196,053	878	196,931

(Sumber: Pelita Air, 2025)

Dari Tabel 1.1 dapat disimpulkan bahwa limbah kertas kotak makanan ringan penumpang maskapai Pelita Air dengan rute dari/ke Bandara Soekarno Hatta Jakarta dari Januari hingga Mei 2025 berjumlah 1,076455 dengan

rincian 1,449,311 kotak dari penumpang *Economy class* dan 7,817 kotak dari penumpang *premium class*. Dari data penumpang maskapai Pelita Air tersebut, merupakan sebuah peluang bagi pengembangan produk daur ulang dari bahan limbah kertas kotak makanan ringan penumpang sehingga memberikan dampak positif bagi perekonomian masyarakat dan peningkatan daya tarik keunikan maskapai Pelita Air yang mengusung konsep pariwisata ramah lingkungan. Menurut UNTOURISM (*World Tourism Organization*, 2024) dan UNEP (Program Lingkungan PBB, 2023) Pariwisata ramah lingkungan yang diadopsi oleh maskapai Pelita Air juga dikenal sebagai ekowisata, merupakan jenis yang dirancang untuk mengurangi dampak buruk terhadap lingkungan serta budaya setempat, sekaligus mendukung pelestarian alam dan prinsip berkelanjutan. Pariwisata berwawasan lingkungan ini mencakup berbagai praktik, seperti pemanfaatan energi terbarukan, pengelolaan limbah secara efisien, dan pemberian edukasi lingkungan kepada para wisatawan. Menurut Baxtex *et al.* (2018) pariwisata ramah lingkungan bertujuan utama untuk melestarikan keindahan alam serta warisan budaya lokal, sekaligus memberikan dampak positif secara ekonomi dan sosial bagi komunitas setempat. Ciri-ciri dari jenis pariwisata ini mencakup pemanfaatan sumber daya alam secara bertanggung jawab, pengurangan limbah dan pencemaran, penggunaan energi ramah lingkungan, pemberian edukasi lingkungan kepada wisatawan, serta keterlibatan aktif masyarakat lokal dalam pengelolaannya. Selain itu, pariwisata ini kerap mencakup upaya konservasi seperti penanaman pohon, pemulihan habitat alami, dan perlindungan terhadap satwa liar.

Prinsip pariwisata ramah lingkungan apabila diadopsi pada maskapai Pelita Air dapat didukung dengan pemanfaatan limbah penumpang salah satunya dari

limbah kertas kotak makanan ringan penumpang maskapai. Limbah merupakan material nilai yang tidak mempunyai nilai guna, tidak dimanfaatkan, atau dibuang sebagai hasil sisa dari suatu proses tertentu (Moerdjoko, 2002). Limbah merupakan hasil buangan yang ditimbulkan dari kegiatan produksi, baik dalam skala industri maupun dari aktivitas rumah tangga, yang sering disebut sebagai sampah, yang kehadirannya tidak dikehendaki lingkungan karena tidak memiliki nilai guna, estetika, dan ekonomis (Rahmawati, 2009). Ini merupakan bentuk masalah krusial yang tengah dihadapi oleh pengelola tempat sampah akhir khususnya maskapai penerbangan. Limbah dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis, yaitu limbah organik dan limbah anorganik. Limbah organik berasal dari sisa makhluk hidup seperti hewan, manusia, maupun tumbuhan, dan bersifat mudah terurai secara alami. Sementara itu, limbah anorganik berasal dari benda mati dan cenderung sulit terurai. Dikutip dari Federal Aviation Administration (FAA, 2013), Limbah kertas kotak makanan ringan penumpang maskapai mudah ditemukan di hampir seluruh aktivitas bandara. Sebenarnya, jika kita memiliki kesadaran, kita bisa melakukan lebih banyak hal, misalnya dengan memanfaatkan kembali kertas yang telah digunakan (*reuse*). Tindakan ini secara tidak langsung membantu mengurangi jumlah limbah kertas yang terbuang sia-sia (*reduce*). Bahkan akan lebih baik lagi jika kita mampu mengolah limbah kertas tersebut menjadi barang yang lebih bermanfaat (*recycle*). Daur ulang memberikan berbagai manfaat, antara lain menciptakan peluang kerja baru, meningkatkan penghasilan masyarakat, mencegah serta mengatasi polusi lingkungan, mengurangi risiko penyakit, mendorong kreativitas dan keterampilan masyarakat, menciptakan lingkungan yang lebih

bersih, menghemat penggunaan energi, serta pengelolaannya tidak memerlukan lahan atau ruang yang luas (Rizki, 2014).

Perusahaan maskapai Pelita Air wajib memahami perilaku pelanggan serta berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam upaya mempromosikan sebuah barang daur ulang limbah kertas. Karena salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan memahami kebutuhan pasar dan memberikan kepuasan lebih baik dari pesaing (Kotler, 1996). Dengan bertambahnya produk dan pelaku usaha maskapai di Indonesia memicu persaingan ketat dalam menarik dan mempertahankan konsumen. Karena itu, minat beli ulang menjadi penting untuk pelanggan lama. Salah satu strategi pemasaran yang semakin banyak mendapat perhatian adalah strategi pemasaran digital yang memiliki banyak peluang tetapi juga tantangan (Chaffey, Chadwick, Mayer & Johnston, 2009). Jenis pemasaran ini berfokus pada pembentukan posisi merek pribadi, perusahaan, dan produk; peningkatan ekuitas merek; pengembangan produk dan proses; pemasaran internal dan eksternal dan juga dapat digunakan untuk melakukan riset konsumen (Mangold & Faulds, 2009). Pemasaran digital mencakup beberapa aktivitas seperti media sosial, blog dan komunitas online di mana hubungan dibuat dan dipelihara melalui jaringan yang dibangun antara berbagai pemangku kepentingan. Pemasaran digital kini memainkan berbagai aspek perilaku konsumen, seperti kesadaran terhadap merek, pencarian informasi, pembentukan opini dan sikap, keputusan pembelian, serta komunikasi dan penilaian setelah pembelian (Mangold & Faulds 2009), dari aspek-aspek ini bertujuan untuk memperkuat daya saing perusahaan yang pada akhirnya dapat mendorong peningkatan penjualan. Semakin banyak

perusahaan menggunakan media sosial untuk pemasaran dan penjualan (Kumar dan Mirchandani, 2012).

Konsep pemasaran digital menjadi semakin penting bagi pakar pemasaran yang berupaya menganalisis berbagai pendekatan yang memungkinkan perusahaan untuk menggunakan aplikasi secara menguntungkan dan pada saat yang sama menyediakan kontak langsung dengan pelanggan mereka (Vernuccio, 2014). Sejauh ini penelitian telah menggambarkan pentingnya strategi pemasaran digital yang tepat dan efektif di pasar saat ini dan beberapa peneliti telah melangkah lebih jauh dengan menyebut pemasaran digital dan media sosial sebagai elemen "baru" dari bauran promosi pemasaran (Mangold & Faulds, 2009). Penelitian lebih lanjut telah menjelaskan bagaimana *platform* media sosial semakin banyak digunakan untuk mempromosikan merek; penelitian juga menunjukkan bahwa pemilik merek kehilangan kendali atas konten mereka dan jangkauan, frekuensi, dan waktu distribusi pesan mereka (Fournier & Avery, 2011). Konsep pemasaran digital telah diaplikasikan oleh perusahaan maskapai di Indonesia, salah satunya adalah maskapai Pelita Air. Maskapai Pelita Air menerapkan konsep pemasaran digital menggunakan media berbasis internet yang tersedia secara online. Secara umum, media sosial adalah segala bentuk media yang hanya dapat diakses melalui jaringan internet dan memuat konten berupa teks, gambar, video, maupun audio (Irwansyah, 2011). Media online diimplementasikan oleh maskapai Pelita Air karena mempunyai sejumlah keunggulan yang tidak dimiliki oleh media cetak maupun media elektronik yang sejalan dengan penelitian McLuhan (2011), yaitu: a) Adanya tautan yang memungkinkan pengguna mengakses secara *daring*. b) Konsumen dapat memperoleh informasi terbaru secara *real-time*. c) Pembaruan informasi

dapat dilakukan secara luas melalui *platform online*. d) Tersedia fitur yang memudahkan pembuatan konten seperti teks, gambar, video, dan audio secara digital. e) Menyimpan data secara online tanpa batasan waktu. Tersedia fitur yang memudahkan pembuatan konten seperti teks, gambar, video, dan audio secara digital. Dalam pengertian umum ini, media online juga bisa dimaknai sebagai sarana komunikasi secara online. Dengan pengertian media online secara umum ini, maka email, website, blog, Whatsapp, dan media sosial masuk dalam kategori media online untuk menginformasikan kepada masyarakat luas tentang program maskapai Pelita Air dalam mengelola limbah maskapai menjadi produk daur ulang yang bernilai ekonomi dan estetika.

Salah satu aspek penting dalam peningkatan daya saing pariwisata adalah aspek lingkungan. Aspek lingkungan berkaitan dengan meningkatkan kualitas lingkungan melalui kegiatan pariwisata. Sementara itu, aktivitas pariwisata erat kaitannya dengan transportasi yang memiliki tingkat polusi yang tinggi. Salah satu isu akibat polusi dari transportasi adalah pemanasan global. Pemerintah telah mengeluarkan kebijakan sebagai tindak lanjut masalah ini melalui pariwisata ramah lingkungan untuk industri penerbangan (UNTOURISM, 2024). Pengelolaan limbah maskapai menjadi produk daur ulang hingga pengembangan pemasaran digital sekarang ini dipandang sebagai suatu solusi dari permasalahan lingkungan yang kritis. Hal ini disebabkan karena bermacam-macam kegiatan yang dilakukan maskapai penerbangan khususnya maskapai Pelita Air yang menghasilkan volume sampah yang cukup besar. Ditambah lagi permasalahan dalam pengelolaan sampah saat ini menjadi hal yang sangat istimewa berkenaan dengan kenaikan jumlah penumpang secara signifikan berpengaruh terhadap volume limbah kertas yang

dihasilkan (Baxter, 2018). Kegiatan operasional, jumlah pengunjung dan pengguna transportasi udara yang terjadi pada maskapai Pelita Air merupakan salah satu faktor penyebab peningkatan jumlah limbah kertas yang dihasilkan setiap harinya. Oleh karena itu sebagai akademisi dapat memberikan kontribusi secara akademik dalam penanganan dan pengelolaan limbah kertas. Pengelolaan limbah kertas menjadi produk daur ulang yang bernilai ekonomis dan estetika merupakan cara yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan dampak yang ditimbulkan dari fasilitas transportasi udara terhadap lingkungan dan mempunyai peranan penting dalam menjaga keseimbangan antara manusia dan lingkungan hidup agar terwujudnya pariwisata ramah lingkungan. Untuk mengurangi dampak lingkungan dari perkembangan tersebut, diperlukan upaya mitigasi yang komprehensif dari berbagai pihak terkait khususnya akademisi. Salah satu pendekatan utama adalah dengan mengadopsi teknologi transportasi yang lebih bersih dan ramah lingkungan, seperti maskapai penerbangan yang lebih peduli terhadap limbah yang dihasilkan. Selain itu, perlunya peningkatan regulasi dan pengawasan terhadap industri penerbangan untuk memastikan kepatuhan terhadap standar lingkungan yang ketat. Pendidikan dan kesadaran lingkungan juga menjadi kunci dalam mengurangi dampak lingkungan dari maskapai penerbangan. Kampanye untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya penggunaan transportasi berkelanjutan, pengurangan emisi, dan praktik ramah lingkungan lainnya dapat membantu mengubah perilaku konsumen dan industri penerbangan. upaya bersama dari berbagai pihak, kita dapat mencapai sistem transportasi yang lebih berkelanjutan dan melindungi lingkungan bagi generasi mendatang.

B. MASALAH PENELITIAN

Masalah penelitian berfokus pemanfaatan limbah dan pengembangan promosi produk daur ulang. Dampak limbah kertas kotak makanan ringan penumpang maskapai Pelita Air yang terus bertambah, sedangkan tindakan untuk penanggulangan limbah tersebut belum ada. Dalam hal inilah dibutuhkan daya pikir kreatif bagaimanakah cara mengolah limbah kertas kotak makanan ringan penumpang maskapai Pelita Air menjadi barang yang bermanfaat dan memiliki nilai ekonomis. Saat ini, pada umumnya limbah kertas dimanfaatkan dengan cara pemakaian ulang. Sebagai contoh, kertas daur ulang, kotak kardus, atau kantong kertas. Cara tersebut mungkin dirasa kurang memberi manfaat yang signifikan dalam mengurangi limbah kertas yang berada pada lingkungan, karena seperti yang telah disebutkan diatas perkembangan teknologi semakin mendorong meningkatnya konsumsi kertas oleh masyarakat. Hal tersebut harus diimbangi dengan peningkatan pemanfaatan limbah kertas secara tepat. Misalnya saja limbah kertas yang berada dalam lingkungan sekitar kita manfaatkan kembali dalam bentuk lain yang lebih menarik atau dibuat kerajinan tangan, sehingga hal tersebut akan membuka peluang bisnis yang menguntungkan dan dapat meningkatkan nilai ekonomis dari limbah kertas tersebut dengan menggunakan pemasaran melalui media sosial yang tepat.

Meskipun media sosial memiliki banyak kemungkinan besar, tidak semua pelaku bisnis segmen memanfaatkannya secara maksimal (Kumar & Mirchandani, 2012). Menurut Kotler (2018) media sosial untuk kebutuhan e-marketing adalah suatu kegiatan untuk melakukan bisnis online yang bentuknya paling jelas yaitu menjual produk kepada konsumen secara online. Pemasar bisnis-ke-bisnis (B2B)

mengalami kesulitan untuk sepenuhnya memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran (Swani, Brown & Milne, 2014). Di sisi lain, pemasar bisnis-ke-pelanggan (B2C) pada maskapai Pelita Air relatif siap menghadapi tantangan tersebut dan memiliki pengalaman panjang dalam pemasaran melalui media sosial (Swani, Brown & Milne, 2014; Kumar & Mirchandani, 2012). Meskipun sebagian besar penelitian telah menemukan manfaat dalam menggunakan pemasaran digital berorientasi hubungan untuk meningkatkan proses penjualan, komunikasi dan peningkatan kesadaran merek sebagian besar ada dalam konteks B2C (Moore & Raymond, 2013; Mangold & Faulds 2009; Vernuccio, 2014). Kehadiran media sosial menandakan pergeseran arah dalam penggunaan media komunikasi yang sekarang serba berbasis internet dan bisa memfasilitasi saluran akses beragam bidang (Susanti, Gunawan, & Sukaesih, 2019).

Sangat penting bagi perusahaan maskapai Pelita Air untuk memahami media sosial dan mempelajari kemungkinan dampak yang dapat ditimbulkan oleh penggunaan media sosial (Kärkkäinen, Jussila & Väisänen, 2013). Meskipun ada pemahaman umum tentang bagaimana media sosial dapat mempengaruhi hubungan langsung antara bisnis dan pelanggan, masih kurangnya penelitian tentang dampak yang dapat ditimbulkan oleh jenis aplikasi ini terhadap daya saing perusahaan maskapai Pelita Air. Strategi pemasaran digital yang efisien dapat menghasilkan permintaan yang kuat generasi di seluruh dunia dan dalam perspektif jangka panjang akan menjadi penentu kemampuan perusahaan untuk bersaing (Coughlan, Anderson, Stern & El-Ansary, 2006). Penggunaan masa depan media sosial diperkirakan akan tumbuh dan banyak perusahaan sangat yakin bahwa jejaring sosial, situs web, dan pemasaran yang dipersonalisasi adalah masa depan

pemasaran internasional. Masih ada tantangan besar bagi perusahaan yang beroperasi dalam bisnis industri penerbangan. Ada banyak pilihan platform media sosial yang dapat dipilih oleh perusahaan dalam industri penerbangan, seperti blog, jejaring bisnis, forum, blog mikro, ulasan produk/layanan, jejaring sosial, dan berbagi video (Kietzmann *et al.*, 2011). Hal ini juga dapat menjadi kendala karena variasi pilihannya terlalu luas (Michaelidou, Siamagka & Christodoulides, 2011). Selain itu, perubahan perilaku pembeli dan teknologi baru mungkin terjadi lebih cepat daripada yang dapat diadopsi oleh perusahaan dalam industri penerbangan khususnya maskapai Pelita Air.

Selama ini perusahaan yang berinteraksi dengan perusahaan lain bertindak sesuai dengan teori jaringan sosial, di mana para pelaku dari suatu perusahaan membentuk jaringan dalam bentuk simpul dan ikatan dengan pelaku lain (Moore, Hopkins, & Raymond, 2013). Jaringan ini menciptakan ikatan antara berbagai pelaku di pasar yang pada akhirnya mengarah pada operasi penjualan. Namun sejauh ini hanya penelitian terbatas yang dilakukan antara koneksi media sosial dan jaringan. Perusahaan Maskapai Pelita Air menghadapi banyak pertanyaan terkait penggunaan pemasaran digital dan kemungkinan dampaknya terhadap kesadaran merek, jaringan, dan daya saing perusahaan khususnya dalam produk daur ulang yang berasal dari limbah kertas kotak makanan ringan penumpang. Hal tersebut terjadi karena perusahaan maskapai Pelita Air, sebagai salah satu entitas industri penerbangan nasional yang tengah melakukan transformasi menuju praktik bisnis yang lebih berkelanjutan, menghadapi tantangan strategis dalam mengintegrasikan pemasaran digital sebagai sarana untuk meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*) di tengah masyarakat. Salah satu isu utama yang muncul adalah

bagaimana efektivitas pemasaran digital, baik melalui media sosial, platform daring, maupun kanal komunikasi digital lainnya, mampu mengomunikasikan nilai keberlanjutan perusahaan, khususnya dalam hal inovasi produk ramah lingkungan seperti upaya daur ulang limbah kertas dari kotak makanan ringan penumpang. Praktik ini tidak hanya merupakan bagian dari tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan (*Corporate Social and Environmental Responsibility*), tetapi juga menjadi indikator penting dalam membangun citra merek yang pro-lingkungan (*green brand image*). Dalam konteks ini, terdapat pertanyaan kritis mengenai seberapa jauh strategi pemasaran digital tersebut mampu menciptakan resonansi positif terhadap persepsi pelanggan, memperluas jaringan mitra dan pemangku kepentingan yang peduli terhadap isu lingkungan, serta memberikan keunggulan kompetitif bagi Pelita Air di tengah persaingan industri penerbangan domestik yang kian dinamis. Dengan kata lain, perusahaan perlu mengevaluasi dan merumuskan pendekatan komunikasi yang tepat dalam menarasikan inisiatif daur ulang tersebut sebagai bagian dari strategi diferensiasi merek. Jika tidak dikomunikasikan secara efektif, program keberlanjutan semacam ini berisiko kurang dikenal publik dan tidak berkontribusi signifikan terhadap loyalitas pelanggan maupun *positioning* perusahaan sebagai pelopor maskapai ramah lingkungan. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk memahami hubungan antara pemasaran digital dan kesadaran merek dalam konteks keberlanjutan, serta implikasinya terhadap jaringan kolaboratif dan daya saing strategis Pelita Air di era ekonomi sirkular dan transisi hijau industri penerbangan.

Beberapa hambatan maupun kendala yang ditemukan selama proses implementasi bauran pemasaran berlangsung jika dilihat dari bagian identifikasi

masalah. Pemecahan masalah penting dalam melakukan kesimpulan berdasarkan permasalahan yang ada dalam bidang pemasaran yang disesuaikan dengan solusi yang ada dan realistis. Beberapa langkah partisipatif yang telah dilakukan oleh peneliti, manajemen Pelita Air dan UMKM produk daur ulang dalam menyelesaikan kendala maupun hambatan dalam proses implementasi ini yaitu diantaranya:

1. Melakukan survey pasar secara menyeluruh bahkan secara berkala agar lebih rinci sehingga tersusun secara sistematis. Melakukan perhitungan secara matang dalam menyiapkan sebuah hal-hal yang suatu saat akan terjadi di masa yang akan datang serta melakukan pengontrolan terhadap proses penyelesaian target kerja dalam implementasi strategi pemasaran. Maka dalam melakukan identifikasi, analisis, dan mengumpulkan informasi harus dilakukan secara lengkap sebagai tindak lanjut kepada calon konsumen yang dimana target konsumen bisa dipantau secara spesifik. Bila masih belum puas terhadap metode awal dalam melakukan survey pasar, maka melakukan opsi metode yang lain sampai benar-benar sesuai dengan tujuan proyek ini. Oleh karena itu, melakukan survei pasar akan sangat penting bagi implementasi strategi pemasaran.
2. Jangkauan pasar yang diperluas sehingga perluasan rincian target pasar bisa dilakukan dengan terstruktur maupun terencana secara baik. Apalagi platform media sosial bisa dimanfaatkan menjadi salah satu strategi pemasaran produk. Dengan jangkauan pasar yang luas, kemungkinan produk daur ulang limbah kertas tersebut laku cukup besar. Kemudian juga memanfaatkan situasi dimana permasalahan implementasi strategi

pemasaran tersebut bisa jadi suatu yang *relate* dengan permasalahan calon konsumen karena secara langsung akan mengetahui suatu opini mereka terhadap *brand* maupun produk daur ulang limbah kertas. Faktanya, hal tersebut justru lebih berjalan yang dimana produk yang terjual tersebut semakin laris. Pentingnya komunikasi secara rutin terhadap calon konsumen akan menjadi value tersendiri bagi pengelola UMKM dan manajemen Pelita Air sehingga akan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian produk.

3. Dalam melakukan kegiatan pemasaran online dan pembuatan konten pemasaran media sosial yang harus sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan sebelumnya. Kemudian juga perubahan pola konsumen yang menuntut pelayanan yang semakin efektif. Pemasaran online penting juga berpengaruh terhadap keberlangsungan konten pemasaran yang dimana proses pemasaran akan menjadi efektif mengingat calon konsumen akan lebih senang jika pengelola UMKM dan manajemen Pelita Air tersebut melakukan pendekatan komunikasi secara terbuka mengenai kelebihan maupun kekurangan produk tersebut.
4. Koordinasi maupun komunikasi secara baik terhadap pengelola UMKM dan manajemen Pelita Air sehingga diharapkan menunjang saling kekompakan dalam proyek itu sendiri. Koordinasi bermanfaat dalam menyatukan tiap kepentingan sebuah keseluruhan *jobdesk* menjadi tujuan secara bersama. Walaupun sering terjadi kesalahpahaman dalam menjalankan kegiatan proyek, alangkah baiknya permasalahan dimusyawarahkan dengan baik

tanpa saling menyalahkan satu sama lain dan dibutuhkan komunikasi yang rutin dilakukan agar menimbulkan kepercayaan satu sama lain.

C. FOKUS PENELITIAN

Fokus penelitian ini pengembangan promosi produk daur ulang dari penggunaan atau pemanfaatan kembali limbah kertas (*reuse*) yang menjadi salah satu upaya pengelolaan limbah kertas secara benar sekaligus hemat biaya, waktu, energi, dan sumber daya sehingga dapat mendukung pariwisata ramah lingkungan. Selanjutnya, 1. *reduce* yaitu upaya pengurangan penggunaan material-material atau bahan-bahan yang dapat menghasilkan limbah kertas, misalnya hindari penggunaan barang atau benda yang sekali pakai, dan pilih barang atau benda yang dapat didaur ulang. Sedangkan 2. *recycle* atau daur ulang merupakan upaya mengatasi limbah kertas dengan cara mengolah kembali limbah plastik sehingga memiliki banyak fungsi dan bernilai ekonomis. Proses daur ulang pada limbah kertas biasanya dimulai dari pengumpulan sampah, penyortiran sampah, pembersihan sampah, kemudian proses pengolahan atau produksi untuk menjadi material baru, salah satunya menjadi usaha kerajinan kreatif dari limbah kertas kotak makanan ringan penumpang maskapai Pelita Air.

Evaluasi terhadap pengelolaan limbah kertas yang efektif, hemat biaya, waktu, energi, dan sumber daya dalam konteks kampanye produk daur ulang kertas kotak makanan penumpang maskapai Pelita Air untuk mendukung pariwisata ramah lingkungan dapat dilakukan melalui pendekatan multidimensi yang mencakup aspek efisiensi operasional, keberlanjutan lingkungan, dan dampak sosial ekonomi. Secara operasional, efektivitas pengelolaan dapat dievaluasi dari

efisiensi proses *reuse* dan *recycle*, seperti volume limbah kertas yang berhasil dikurangi melalui inisiatif pengurangan (*reduce*), serta tingkat konversi limbah menjadi produk baru yang bermanfaat. Hemat biaya tercermin dari pengurangan biaya pembelian bahan baku baru karena limbah kertas yang dikumpulkan dan diolah kembali digunakan sebagai bahan utama produksi. Penghematan waktu dan energi dapat dievaluasi melalui optimalisasi rantai pasok dan proses produksi, misalnya, dengan menggunakan teknologi sederhana namun efektif untuk mengolah limbah secara lokal, tanpa perlu pengangkutan jarak jauh yang memerlukan energi bahan bakar tambahan. Selain itu, penggunaan sumber daya juga dapat diukur dari seberapa banyak air, listrik, dan bahan kimia yang digunakan dalam proses daur ulang serta bagaimana strategi substitusi bahan-bahan tersebut diterapkan untuk mengurangi dampak lingkungan.

Beberapa solusi yang ditawarkan dari pemanfaatan limbah kertas kotak makanan ringan penumpang maskapai Pelita Air yaitu dengan cara mendaur ulangnya. Namun, sangat jarang kita temukan masyarakat yang peduli untuk mengumpulkan dan mendaur ulangnya. Meskipun ada, itu hanya para pemulung yang hanya terbatas di tempat-tempat tertentu. Ada juga yang menggunakan sebagai kotak kardus, itupun hanya terbatas beberapa limbah kertas saja, sementara kertas-kertas lainnya tetap menjadi limbah yang mencemari lingkungan. Dengan demikian, perlu dicarikan solusi lain yang mampu menambah nilai ekonomis limbah kertas tersebut. Salah satu solusi yang tepat adalah mengubah limbah kertas kotak makanan ringan penumpang maskapai Pelita Air tersebut menjadi barang kerajinan kreatif, sehingga mampu menambah nilai ekonomisnya. Pemanfaatan limbah kertas menjadi barang kerajinan memerlukan kreativitas dan nilai seni. Hal

ini dapat terwujud dengan terus berlatih dan mengembangkan kreativitas yang kita miliki. Banyaknya limbah kertas yang terbuang percuma yang sebenarnya dapat dimanfaatkan kembali menjadi barang yang lebih bermanfaat menjadi salah satu permasalahan dalam kehidupan masyarakat sekarang ini. Masyarakat kurang peduli terhadap keadaan lingkungan hidup dan juga kurang memahami bagaimana cara mengolah limbah kertas yang baik. Keadaan hidup masyarakat yang modern justru dapat dijadikan kelebihan dan juga tantangan dalam kegiatan usaha ini. Potensi SDM yang lebih maju dapat dijadikan sumber kreativitas dalam pengolahan limbah terutama kertas kotak makanan dan juga sebagai alat untuk menginovasi kegiatan yang lebih bermanfaat lagi.

Kreativitas pemanfaatan limbah kertas kotak makanan ringan penumpang maskapai Pelita Air menjadi kerajinan tangan adalah solusi yang cukup baik untuk mengubah limbah kertas menjadi barang yang berguna kembali, bahkan memiliki nilai jual serta dapat dikreasikan menjadi barang yang mempunyai nilai estetika. Kreativitas dalam diri seseorang dapat ditumbuhkan melalui banyak cara, salah satunya yaitu dengan membuat kerajinan tangan salah satunya yaitu menjadi sepatu. Setelah Solusi pemanfaatan limbah tersebut sudah dilakukan dan berhasil, selanjutnya adalah bagaimana pemasaran digital yang tepat untuk produk daur ulang dari limbah kertas ini dengan memanfaatkan konten-kontek edukatif dan interaktif kepada konsumen melalui website maskapai Pelita Air, sosial media, dan bekerjasama dengan beberapa *influencer*.

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka peneliti berusaha menjawab beberapa pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana upaya meningkatkan kesadaran manajemen maskapai Pelita Air yang tepat sasaran dalam memanfaatkan limbah kertas kotak makanan ringan penumpang untuk mendukung pariwisata ramah lingkungan?
2. Bagaimana upaya meningkatkan daya tarik dan nilai jual dari produk daur ulang yang dapat mendukung pariwisata ramah lingkungan sehingga memberikan edukasi kepada penumpang maskapai Pelita Air dan Masyarakat?
3. Bagaimana langkah-langkah manajemen maskapai Pelita Air untuk pertumbuhan usaha berbasis daur ulang kertas dan mendukung pariwisata ramah lingkungan?
4. Bagaimana efektifitas pengembangan sosial media dalam pemasaran produk daur ulang limbah kertas kotak makanan ringan penumpang yang mendukung pariwisata ramah lingkungan?

D. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini secara umum adalah untuk mengeksplorasi bagaimana penggunaan media sosial dan aplikasi digital lainnya dapat berkontribusi terhadap posisi kompetitif perusahaan maskapai Pelita Air dan mengidentifikasi keberhasilan pengembangan media sosial dalam promosi produk daur ulang kertas kotak makanan ringan penumpang maskapai Pelita Air dalam mendukung pariwisata berkelanjutan.

Tujuan khusus dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kesadaran manajemen maskapai Pelita Air yang tepat sasaran dalam memanfaatkan limbah kertas kotak makanan ringan penumpang untuk mendukung pariwisata ramah lingkungan melalui komunikasi internal.
2. Meningkatkan daya tarik dan nilai jual dari produk daur ulang yang dapat mendukung pariwisata ramah lingkungan sehingga dapat memberikan edukasi kepada penumpang maskapai Pelita Air dan masyarakat.
3. Membantu pertumbuhan usaha maskapai Pelita Air berbasis daur ulang kertas untuk mendukung pariwisata ramah lingkungan dan memberikan peluang bagi UMKM serta industri kreatif di bidang daur ulang untuk memperluas pasar dengan pengembangan pemasaran yang tepat dan efektif.
4. Pengembangan promosi melalui sosial media sehingga mewujudkan pemasaran produk daur ulang yang *green brand image* sehingga dapat membangun promosi yang efektif dan efisien serta mendukung pariwisata ramah lingkungan.

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menarik perhatian lebih banyak pelanggan potensial dengan menggunakan strategi pengembangan pemasaran yang ramah lingkungan sehingga efektif, efisien, dan tepat sasaran.
2. Meningkatkan minat beli dari konsumen masyarakat luas dan penumpang maskapai Pelita Air terhadap produk daur ulang yang mendukung pariwisata ramah lingkungan.

3. Mendukung maskapai Pelita Air dan UMKM dalam mengedukasi dan kampanye pariwisata ramah lingkungan kepada masyarakat akan manfaat daur ulang limbah kertas. Serta mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dari limbah kertas kotak makanan ringan penumpang maskapai Pelita Air.
4. Mewujudkan efektifitas promosi digital melalui pengembangan promosi melalui sosial media untuk pemasaran produk daur ulang yang mendukung pariwisata ramah lingkungan kepada segmen yang tepat sasaran.

E. LUARAN PENELITIAN

Dari permasalahan yang dialami oleh Maskapai Pelita Air sesuai dengan prioritas permasalahannya, luaran penelitian ini adalah membuat konten promosi dengan produk daur ulang dari limbah kertas kotak makanan ringan penumpang maskapai Pelita Air secara digital marketing seperti media sosial, website, dan platform *e-commerce* sebagai lanjutan dari riset dasar dalam konteks perencanaan dan pengembangan pariwisata. Secara khusus luaran penelitian ini yaitu memberikan hasil penelitian pengembangan media promosi yang diharapkan mampu membantu manajemen maskapai Pelita Air dalam pengolahan serta pemasaran promosi produk daur ulang yang efektif, efisien, dan menarik, salah satu produk unggulannya adalah produk sepatu. Serta memberikan solusi menjadi sebuah aksi kolaborasi antara manajemen maskapai Pelita Air dengan UMKM Brulee Project yang berupa hasil produk daur ulang sepatu berbahan baku limbah kertas, selanjutnya hasil penelitian akan dilindungi oleh Kekayaan Intelektual (KI). Selain itu, publikasi di media online sebagai upaya membangun kesadaran kepada

masyarakat melalui pendekatan edukasi agar peduli terhadap lingkungan. Untuk mencapai luaran tersebut, peneliti melakukan langkah-langkah yang telah dilakukan sebagai berikut:

1. Berpartisipasi memberikan solusi bersama para karyawan untuk mengamati dan membuat konten digital yang sedang tren sesuai dengan target maskapai penerbangan.
2. Melakukan pendampingan kepada para karyawan untuk membuat konten promosi yang kreatif dan informatif.
3. Melakukan observasi preferensi dan kebutuhan pelanggan maskapai penerbangan.

F. SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk memudahkan dalam penulisan dan membantu agar semua pembaca dapat memahami berdasarkan permasalahan dalam usulan penelitian ini, maka penelitian ini disusun menjadi lima BAB dan secara sistematis setiap BABnya saling berkaitan. Setiap BAB yang berada pada urutan yang lebih awal memberikan landasan bagi pembahasan bab-bab akan terindikasi selanjutnya sebagai berikut:

- a. **BAB I Pendahuluan:** Terdiri dari beberapa sub bab yaitu terdiri dari latar belakang, permasalahan penelitian dan fokus penelitian yang akan dibahas, selanjutnya dipaparkan ke dalam tujuan dan manfaat penelitian, luaran penelitian, serta sistematika penulisan.
- b. **BAB II Pendekatan Penelitian:** Terdiri dari tiga sub bab yaitu pendekatan yang digunakan dalam penelitian, selanjutnya diperkuat dengan

penelitian/proyek terdahulu, serta gambaran penelitian dalam bentuk kerangka penelitian.

- c. **BAB III Metode Penelitian:** Terdiri dari sub bab metode penelitian yang diuraikan ke dalam tipe penelitian, karakteristik lokus dan subjek penelitian, sumber data, Teknik dan prosedur pengumpulan data, validitas data, analisis data, serta jadwal kerja penelitian hingga penyusunan tesis.
- d. **BAB IV Hasil dan Pembahasan:** Bab ini menyajikan deskripsi temuan lapangan, analisis data, dan pembahsan.
- e. **BAB V Simpulan, Implikasi, dan Rekomendasi.** Bab ini terdiri atas kesimpulan hasil penelitian, implikasi yang berdampak, dan luaran penelitian.