

BAB I

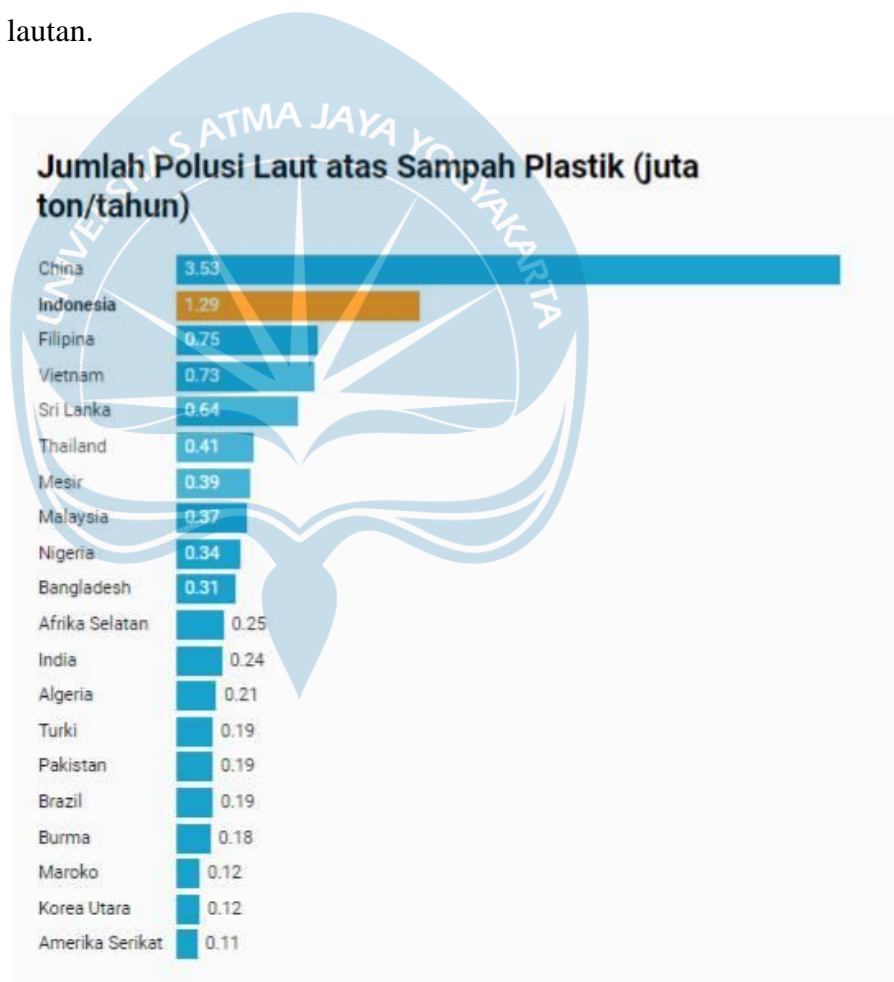
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis dari tahun ke tahun selalu memberikan kejutan baik kemajuan teknologi, inovasi maupun kreasi pada setiap produk yang dihasilkan. Dengan berbagai macam keunggulan dan keuntungan dari memiliki produk atau barang tersebut tentunya ada nilai atau manfaat yang ditawarkan bagi penggunanya itu sendiri. Contohnya, Sepatu yang mempunyai teknologi dapat mengikat tali sendiri, Jam tangan yang bisa berfungsi layaknya hp, dan lain sebagainya. Kemajuan teknologi yang pesat juga membuat perusahaan berlomba-lomba untuk selalu memberikan inovasi terbaru pada produk-produk mereka.

Beralih dari perkembangan teknologi yang tujuannya untuk memudahkan kehidupan manusia, dampak dari kemajuan zaman pun tidak bisa untuk di kesampingkan begitu saja. Pabrik-pabrik yang menghasilkan limbah lalu mencemari udara dan air, asap polusi kendaraan, pembakaran hutan untuk membuka lahan baru, belum lagi berbicara sampah plastik yang tak dapat terurai meski bertahun-tahun. Menurut Indopos.co.id, data yang pernah dipublikasikan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) menyebutkan jumlah rata-rata produksi sampah di Indonesia mencapai 175.000 ton per hari atau setara dengan 64 juta ton per tahun. Bila menggunakan asumsi berdasarkan data itu, sampah yang dihasilkan setiap orang per hari sebesar 0,7 kilogram (kg).

Berdasarkan data dari cncb indonesia dalam penelitian Jenna R. Jambeck dari University of Georgia, mengatakan bahwa pada tahun 2010 ada 275 juta ton sampah plastik yang dihasilkan di seluruh dunia. Sekitar 4,8-12,7 juta ton diantaranya terbuang dan mencemari laut. Indonesia memiliki populasi pesisir sebesar 187,2 juta yang setiap tahunnya menghasilkan 3,22 juta ton sampah plastik yang tak dikelola dengan baik. Sekitar 0,48-1,29 juta ton dari sampah plastik tersebut diduga mencemari lautan.



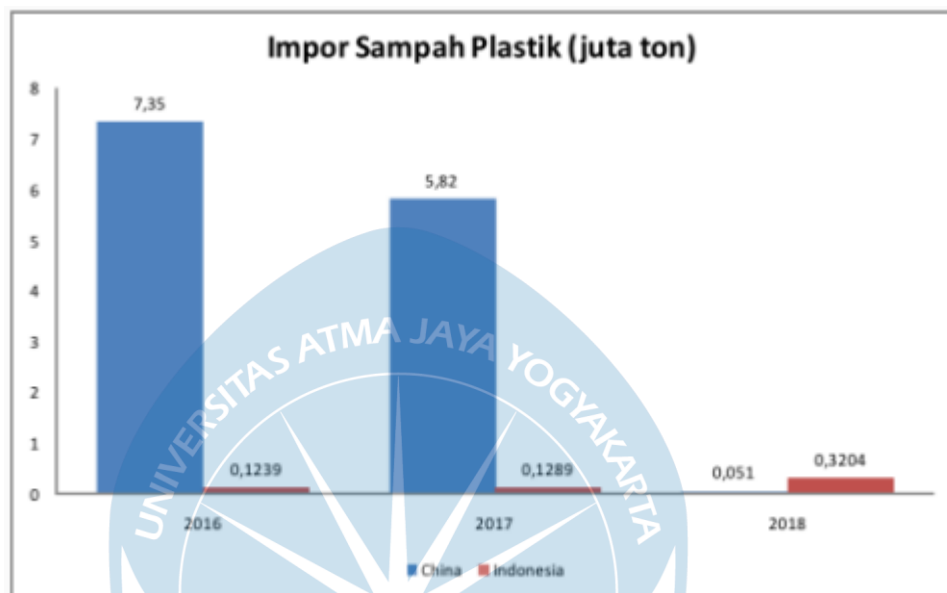
Gambar 1.1

Data jumlah polusi laut sampah plastik

Sumber : cncbindonesia.com

Data itu juga mengatakan bahwa Indonesia merupakan negara dengan jumlah pencemaran sampah plastik ke laut terbesar kedua di dunia. China memimpin dengan tingkat pencemaran sampah plastik ke laut sekitar 1,23-3,53 juta ton/tahun. Padahal jumlah penduduk pesisir Indonesia hampir sama dengan India, yaitu 187 juta jiwa. Namun tingkat pencemaran plastik ke laut India hanya sekitar 0,09-0,24 juta ton/tahun dan menempati urutan ke 12. Artinya memang ada sistem pengelolaan sampah yang buruk di Indonesia. Selain itu pencemaran plastik di Indonesia diperkirakan akan terus meningkat seiring dengan industri pengolahan minuman yang semakin berkembang pesat. Banyak dari hasil produk minuman menggunakan plastik sekali pakai sebagai packaging. Minuman-minuman tersebut dapat dengan mudah ditemui di berbagai gerai ritel baik modern maupun tradisional. Pertumbuhan industri minuman yang sangat pesat tentu saja akan menghasilkan pertumbuhan jumlah sampah plastik yang semakin banyak. Apalagi ditambah dengan pengelolaan limbah plastik yang tergolong belum mumpuni. Ancaman lain terkait pencemaran plastik adalah gelombang impor plastik yang kemungkinan datang dari negara-negara lain. Hal ini disebabkan karena pemerintah China tidak lagi memperbolehkan warganya untuk mengimpor sampah plastik. Padahal China merupakan negara yang melakukan impor sampah plastik sebagai bahan baku industri pengolahan limbah sejak tahun 90-an. Pada tahun 2017, jumlah impor sampah plastik China mencapai 5,8 juta ton. Namun pada november 2017, pemerintah China dengan tegas melarang impor sampah plastik sehingga para eksportir kebingungan mencari alternatif tempat pembuangan. Hal ini terbukti pada tahun 2018 jumlah impor sampah plastik China turun drastis hingga sebesar 51 ribu ton saja. Alhasil negara-negara lain di kawasan Asia Tenggara termasuk Indonesia mendapat limpahan sampah plastik dari negara-

negara yang sebelumnya mengekspor ke China. Hal itu mengakibatkan volume impor sampah plastik Indonesia pada tahun 2018 mencapai 320 ribu ton atau naik hingga 150% dari tahun sebelumnya.



Gambar 1.2

Data jumlah impor sampah plastik

Sumber : International Trade Center

Dampak untuk Indonesia tentu saja polusi akan semakin meningkat dan kualitas lingkungan hidup juga akan terancam. Selain dampak lingkungan, sampah plastik juga beresiko menekan kegiatan perekonomian Indonesia. Sebab berdasarkan buku saku kementerian pariwisata, sektor pariwisata RI menyumbang 9% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) tahun 2014.

Dengan berbagai macam dampak negatif tersebut membuat masyarakat mulai sadar akan pentingnya menjaga lingkungan. Mereka juga telah melakukan berbagai upaya untuk ikut serta dalam menjaga dan menjalankan gerakan peduli lingkungan

seperti kantong plastik belanja yang mulai diganti dengan kantong atau tas belanja yang dapat digunakan kembali, membeli minuman tanpa sedotan, dan yang terbaru yakni sedotan ramah lingkungan. Kesiapan konsumen untuk menggunakan produk ramah lingkungan merupakan bentuk peduli mereka terhadap lingkungan dan pasti hal ini akan berdampak positif bagi perbaikan lingkungan hidup itu sendiri. Kepedulian lingkungan oleh konsumen telah membuat permintaan terhadap produk ramah lingkungan meningkat. Hal ini telah menciptakan etika lingkungan yang baru, yang telah meningkatkan kesadaran individu dan secara signifikan mengubah perilaku konsumsi mereka (Jang *et al.*, 2011). Oleh karena itu saat ini sikap konsumen dan kepeduliannya terhadap lingkungan menjadi salah satu faktor penting bagi konsumen dalam mempertimbangkan niatnya untuk membeli suatu produk

Selain kesadaran dari konsumen, perusahaan-perusahaan juga mulai menyadari pentingnya menjaga lingkungan hidup. Pemasaran hijau sekarang menjadi prioritas utama bagi bisnis (Noor *et al.*, 2012). Menurut Jayanti *et al.* (2013) dalam dunia bisnis *green product* mempunyai segmen pasar khusus yaitu *green consumer*. Adapun karakteristik pribadi yang diidentifikasi sebagai faktor yang mempengaruhi *green consumer* dalam pengambilan keputusan menurut Engel, Kollat, Blackwell model (EKB model) dalam Jayanti *et al.* (2013) yaitu pendapatan, waktu, pengetahuan, *green value* dan *green attitude*. Faktor-faktor tersebut sangat mempengaruhi perilaku konsumen terutama dalam membeli suatu produk. Hal ini menunjukkan perilaku konsumen yang memiliki kecenderungan konsep sadar lingkungan. Perilaku pembelian konsumen tersebut lebih dikenal dengan *green purchasing*. Saat ini perusahaan-perusahaan produk dan jasa juga sudah mempunyai kesadaran mengenai dampak yang dapat ditimbulkan oleh usaha mereka, sehingga mereka sekarang mulai

memikirkan bagaimana caranya agar proses produksi mereka tidak menimbulkan hal yang buruk bagi lingkungan. Kebanyakan dari perusahaan mempunyai perhatian khusus terhadap limbah yang mereka timbulkan atau bisa juga dengan memproduksi produk-produk yang aman bagi lingkungan.

Berdasarkan permasalahan yang telah diungkapkan di atas, maka penelitian ini dimaksudkan untuk menguji pengaruh pengetahuan lingkungan dan kepedulian lingkungan terhadap niat pembelian produk hijau dengan sikap terhadap produk hijau sebagai variabel mediasi.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh pengetahuan lingkungan terhadap niat pembelian produk hijau?
2. Apakah ada pengaruh kepedulian lingkungan terhadap niat pembelian produk hijau?
3. Apakah ada pengaruh pengetahuan lingkungan pada sikap terhadap produk hijau?
4. Apakah ada pengaruh kepedulian lingkungan pada sikap terhadap produk hijau?
5. Apakah ada pengaruh sikap terhadap produk hijau pada niat pembelian produk hijau?
6. Apakah sikap terhadap produk hijau memediasi pengaruh pengetahuan lingkungan pada niat pembelian produk hijau?
7. Apakah sikap terhadap produk hijau memediasi pengaruh kepedulian lingkungan pada niat pembelian produk hijau?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengidentifikasi pengaruh pengetahuan lingkungan terhadap niat pembelian produk hijau
2. Untuk mengidentifikasi pengaruh kepedulian lingkungan terhadap niat pembelian produk hijau
3. Untuk mengidentifikasi pengaruh pengetahuan lingkungan pada sikap terhadap produk hijau
4. Untuk mengidentifikasi pengaruh kepedulian lingkungan pada sikap terhadap produk hijau
5. Untuk mengidentifikasi pengaruh sikap terhadap produk hijau pada niat pembelian produk hijau
6. Untuk mengidentifikasi peran sikap terhadap produk hijau dalam memediasi pengaruh pengetahuan lingkungan pada niat pembelian produk hijau
7. Untuk mengidentifikasi peran sikap terhadap produk hijau dalam memediasi pengaruh kepedulian lingkungan pada niat pembelian produk hijau

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Hasil Penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat, yaitu dapat menjadi referensi untuk penelitian lebih lanjut mengenai pengetahuan lingkungan dan kepedulian lingkungan yang berdampak pada niat beli produk hijau dengan sikap sebagai mediasi.

2. Manfaat praktis

Tambahan informasi mengenai variabel-variabel yang memengaruhi konsumen terkait niat beli produk hijau agar dapat digunakan oleh penjual sebagai dasar penentuan strategi pemasaran bagi produk ramah lingkungan.

1.5. Sistematika Penulisan

Berikut ini merupakan sistematika dari penulisan ini :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab 1 ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Dalam pengembangan dan hipotesis meliputi landasan teori, kerangka konseptual, pengembangan hipotesis, dan penelitian terdahulu.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini akan dibahas mengenai jenis penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, teknik pengukuran variabel, variabel penelitian dan definisi operasional, uji validitas dan reliabilitas, dan metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi tentang penjelasan penelitian, analisis statistik deskriptif, hasil uji validitas dan reliabilitas, hasil uji hipotesis, pengujian variabel mediasi, uji beda, dan pembahasan penelitian dan diskusi.

BAB V PENUTUP

Dalam penutup ini berisi kesimpulan, implikasi, keterbatasan, dan saran.