

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada jaman saat ini kebutuhan manusia dalam menunjang kebutuhan sehari-hari semakin beragam, adanya kebutuhan primer, sekunder, dan tersier memaksa seseorang untuk melakukan transaksi (Rohman, 2018). Beragam macam transaksi dilakukan demi mencukupi kebutuhan manusia, mulai dari kebutuhan yang utama atau primer yaitu makan, minum, tempat tinggal, serta pakaian. Lalu kebutuhan sekunder individu yang dimana bagi tiap individu dapat memiliki kebutuhan yang berbeda, hingga kebutuhan tersier yang dimana kebutuhan tersebut merupakan kebutuhan yang bersifat prestisius atau yang memiliki kaitan dengan barang-barang mewah, dengan kata lain kebutuhan tersebut digunakan untuk meningkatkan gengsi atau harga diri dari individu. Dengan adanya berbagai macam kebutuhan, sering kali manusia berupaya memenuhi kebutuhan mereka dengan cara membeli kebutuhan mereka, dari adanya transaksi tersebut terkadang diperlukannya barang pembantu seperti tas plastik guna membawakan barang belanjaan, lalu sedotan plastik yang digunakan untuk membantu dalam minum, selain itu pembelian air minum dengan botol plastik (Aqua, Club, Cleo, dll) dalam penunjang kebutuhan air minum.

Dengan adanya kebutuhan tersebut, maka secara tidak langsung aktifitas tersebut dapat menimbulkan sampah plastik dari transaksi tersebut, meskipun

sampah tersebut terkadang disepelekan oleh masyarakat luas, saat ini dunia sedang dalam fase *global warming*. Salah satu hal yang dipusatkan oleh dunia adalah tingginya sampah plastik didunia. Berdasarkan artikel Indonesia Baik, jumlah sampah plastik dari tempat pembuangan sampah terpadu Bantar Gebang sudah sekitar 34 % dari total 39 juta ton sampah, dan angka tersebut terus meningkat pertahunnya. Dari pernyataan tersebut, salah satu faktor yang membuat sampah plastik kian menumpuk adalah sulitnya sampah tersebut untuk diurai, tidak seperti barang organik yang hanya memerlukan waktu yang realtif lebih cepat dalam proses penguraian. Dengan adanya kesulitan tersebut maka saat ini dunia sedang mengencarkan kampanye untuk mengurangi penggunaan plastik secara *global*. Berbagai upaya dilakukan secara *global* untuk memerangi sampah plastik, mulai dari pengurangan sedotan plastik yang saat ini mulai digantikan oleh sedotan kertas atau sedotan *stainless steel*, selain itu mulai bermunculan kebijakan untuk membawa tas belanja sendiri guna mengurangi sampah dari kantong belanjaan.

Saat ini dunia telah mengajak lapisan masyarakat meningkatkan penggunaan produk yang ramah lingkungan atau *green product*. Handayani (2012) *green product* merupakan produk ramah lingkungan yang dirancang dan diproses dengan suatu cara untuk mengurangi efek-efek yang dapat mencemari lingkungan, baik dalam produksi, pendistribusian, dan pengkonsumsian. Saat ini di beberapa gerai toko *online* ataupun toko *offline* mulai melakukan penjualan produk sedotan *stainless steel*, lalu di beberapa tempat swalayan mulai diberlakukan kebijakan dalam pengenaan tarif dalam penggunaan tas

belanja plastik. Berdasarkan kebijakan baru tersebut maka dapat disimpulkan bahwa dunia sedang melakukan ajakan kepada seluruh lapisan masyarakat untuk mulai memperhatikan penggunaan barang mereka sehari-hari, apakah barang tersebut aman digunakan bagi manusia dan lingkungan atau tidak. Berdasarkan realita tersebut maka peneliti ingin mengetahui seberapa besar generasi muda yang dimana merupakan generasi selanjutnya dalam menjaga dunia dari *global warming*, selain itu peneliti ingin mengetahui faktor apa saja yang membuat Mahasiswa FBE UAJY membeli *green product* dalam pemenuhan kebutuhan mereka.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah peneliti sampaikan di atas, maka peneliti ingin mengetahui :

- a. Apakah faktor kesadaran lingkungan berpengaruh terhadap terkait dengan keputusan pembelian produk ramah lingkungan?
- b. Apakah pelabelan *green product* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan ?
- c. Apakah faktor sikap berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan ?
- d. Apakah faktor periklanan *green advertising* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan ?
- e. Apakah faktor harga dapat mempengaruhi generasi muda untuk melakukan pembelian produk ramah lingkungan ?

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengidentifikasi pengaruh faktor kesadaran lingkungan bagi anak muda, terkait dengan keputusan pembelian produk ramah lingkungan?
- b. Untuk mengetahui peran pelabelan green product, terkait dengan keputusan pembelian produk ramah lingkungan ?
- c. Untuk mengetahui sikap anak muda terkait dengan keputusan pembelian produk ramah lingkungan ?
- d. Untuk mengetahui persepsi anak muda tentang periklanan green advertising terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan ?
- e. Untuk mengetahui faktor harga dapat mempengaruhi generasi muda untuk melakukan pembelian produk ramah lingkungan

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah dapat membantu dalam mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi generasi muda dalam membeli *green product* dalam pemenuhan kebutuhan mereka sehari-hari.

Manfaat teoritis

Mengarah pada wawasan mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi generasi muda dalam membeli *green product* dalam pemenuhan kebutuhan mereka sehari-hari.

Sistematika Penelitian

Penelitian ini terbagi kedalam 5 bab yang akan dicantumkan secara singkat sebagai berikut :

1. BAB I Pendahuluan

Bab I menguraikan latar belakang penelitian serta alasan-alasan yang mendukung penelitian ini dilakukan. Bagian yang tercakup dalam bab ini antara lain rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

2. BAB II Tinjauan Konseptual

Bab II menguraikan pemahaman terhadap teori yang secara dasar menjadi pendukung dari penelitian ini.

3. BAB III Metodologi Penelitian

Bab III menguraikan metode-metode yang dapat membantu penelitian ini dalam mengolah data yang terdiri dari lingkup penelitian, metode pengambilan sampel, metode pengumpulan data, metode pengukuran data, pengujian instrument penelitian, serta analisis data

4. BAB IV Hasil dan Pembahasan

Bab IV menguraikan hasil serta analisis yang digunakan untuk variable-variable yang terdapat di penelitian ini.

5. BAB V Penutup

Bab V menguraikan kesimpulan berdasarkan hasil yang sudah ditemukan, implikasi manajerial, keterbatasan penelitian, serta saran untuk penutup.