

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kerusakan lingkungan merupakan suatu masalah yang saat ini mendapat perhatian masyarakat luas khususnya masyarakat Indonesia, mulai dari masalah pencemaran udara, pencemaran air serta yang paling fenomena adalah masalah sampah. Kerusakan lingkungan menjadi masalah besar ketika jumlah sampah terus meningkat dan sulit untuk didaur ulang. Meningkatnya jumlah sampah dikarenakan banyaknya sampah yang dihasilkan industri rumah tangga per harinya. Hal ini menimbulkan kekhawatiran bagi masyarakat ketika sampah sulit untuk didaur ulang. Rusaknya lingkungan alam membuat keseimbangan lingkungan hidup mengalami ketimpangan. Terdapat dampak negatif dari rusaknya lingkungan alam yang terjadi sebuah rentetan bencana seperti banjir, tanah longsor, kebakaran, penggundulan hutan, pencemaran dan lain sebagainya semakin menambahkan jajaran daftar yang memperparah kondisi bumi.

Gambar 1. 1 Jumlah Timbulan Sampah Tahunan Indonesia (2019-2021)



Sumber: Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan

Dari gambar 1.1 menunjukkan bahwa Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) mencatat, Indonesia menghasilkan sampah sebanyak 21,88 juta ton pada 2021. Jumlah itu menurun 33,33% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebanyak 32,82 juta ton. Kondisi tersebut berbeda dengan tahun 2020 yang jumlah sampahnya justru meningkat 12,63%. Sementara, jumlah timbulan sampah pada 2019 sebanyak 29,14 juta ton. Hal tersebut disebabkan oleh adanya sampah-sampah berupa plastik, botol-botol, kertas dan lain-lain yang dibuang tidak pada tempatnya oleh masyarakat yang ada disekitar maupun yang sedang menempuh perjalanan.

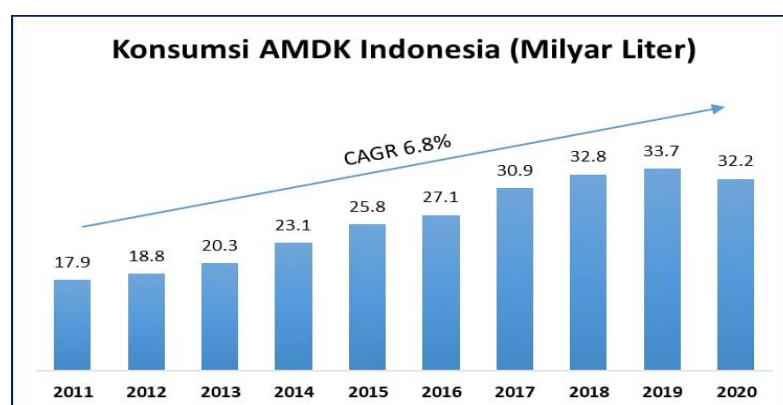
Maka dari itu diadakan gerakan yang ditargetkan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat menggunakan botol minum (botol tumbler) untuk mengurangi penggunaan sedotan dan botol plastik sekali pakai agar tidak menambah jumlah sampah plastik. "Deputi IV Kemenko Maritim, Safri Burhanudin dalam Pembukaan Gerakan Satu Juta Tumbler di Stadion Gelora Bung Karno, Jakarta, Minggu (28/07/2019) juga mengatakan "Saat ini Indonesia menjadi negara darurat sampah plastik. Jumlah binatang yang meninggal akibat sampah plastik lebih dari 100.000 per tahunnya. Bahkan jumlah plastik mencapai hampir 70 persen. Maka dari itu Indonesia mengadakan "Gerakan Satu Juta Tumbler" untuk mengurangi sampah botol plastik pada lingkungan.

Dari fenomena diatas yang terjadi maka diperlukan upaya untuk meminimalkan kerusakan lingkungan. Hal ini tentu menjadi lahan industri baru bagi para produsen bahan konsumtif atau kebutuhan primer masyarakat. Sektor industri ekonomi bisa mengembangkan produk atau barang yang dihasilkan perlu mempertimbangkan faktor keramahan lingkungan, seperti Pengembangan industri khususnya yang bergerak dalam bidang pengelolaan sumber daya alam

merupakan salah satu contoh pemanfaatan lingkungan hidup yang ada di sekitarnya. Perusahaan industri harus memperhatikan dan ikut menjaga keseimbangan lingkungan sehingga kepentingan bisnis dan kepentingan lingkungan dapat dikerjakan secara bersama. Perusahaan industri dapat menerapkan etika bisnis khususnya dalam hal lingkungan dengan menerapkan manajemen eko-efisiensi.

Produk ramah lingkungan merupakan produk yang tidak merusak lingkungan, baik dalam penggunaan, produksi atau pembuangan. Produk tersebut tidak mengganggu keseimbangan ekologis ketika dibuang menjadi sampah. Salah satu produk ramah lingkungan yaitu botol tumbler. Botol tumbler merupakan suatu benda yang memiliki bentuk serupa dengan tempat minum. Pada saat ini sudah begitu banyak orang yang menggunakan benda ini sebagai pengganti tempat minum hampir semua masyarakat. Perlu diketahui juga bahwa botol tumbler ini memiliki manfaat praktis bagi penggunanya yaitu dapat menyelamatkan bumi ini dari penggunaan plastik.

Gambar 1. 2 konsumsi AMDK Indonesia



Data diatas dapat menunjukkan bahwa mengonsumsi air minum dalam kemasan di Indonesia dari tahun 2011 sampai tahun 2019 mengalami peningkatan pengonsumsi air minum dalam kemasan. akan tetapi pada tahun

2020 mengalami penurunan dikarenakan masyarakat mulai sadar akan bahwa dengan mengonsumsi air minum dalam kemasan dapat mencemari lingkungan dengan keberadaan kemasan botol air minum dalam kemasannya. Oleh karena itu penggunaan botol tumbler sangat penting di era saat ini karena dengan menggunakan botol tumbler secara tidak langsung dapat mengurangi pencemaran lingkungan sekitar.

Menurut hasil observasi yang diperoleh terdapat tanggapan 48 pengguna dan bukan pengguna botol tumbler. Persentase yang menggunakan produk ramah lingkungan botol tumbler adalah 72% dikarenakan dengan membuat suatu kebiasaan baru yaitu dengan membawa botol tumbler pribadi yang dapat lebih mudah dibawa dan dapat mengurangi jumlah sampah botol plastik yang ada di sekitar lingkungan. Sedangkan persentase sisanya adalah yang tidak menggunakan botol tumbler dengan alasan terlalu ribet saat membawa dan harus dibersihkan ketika hendak dipakai. Hal tersebut membuat perdebatan antara pengguna dan bukan pengguna botol tumbler semakin beradu argumennya masing-masing. Dampak yang ditimbulkan oleh pengaruh tersebut, besar kemungkinan akan memengaruhi sikap konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian terhadap produk ramah lingkungan botol tumbler.

Keputusan konsumen dalam membeli suatu produk merupakan hal penting bagi sebuah perusahaan. Perusahaan akan bertahan jika konsumen melakukan pembelian pada perusahaan tersebut. Menurut Kotler dan Keller (2016:44), keputusan pembelian adalah suatu tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli suatu produk tertentu setelah mendapat rangsangan-rangsangan pembelian. Keputusan konsumen untuk melakukan pembelian produk dapat

dipengaruhi oleh beberapa hal, yakni harga produk, iklan dan sikap konsumen. Pengambilan keputusan pembelian pada setiap konsumen memiliki alasan yang berbeda-beda. Pengambilan keputusan berdasarkan manfaat produk umumnya terjadi ketika konsumen memiliki kepedulian terhadap dirinya, orang lain ataupun lingkungan. Jika konsumen peduli terhadap lingkungan maka secara tidak langsung konsumen akan senantiasa memperhatikan manfaat produk bagi lingkungan ketika akan membeli produk tersebut.

Konsumen yang memiliki kesadaran lingkungan akan mempertimbangkan faktor lingkungan ketika akan membeli suatu produk. Kesadaran lingkungan tumbuh karena keadaan lingkungan semakin memburuk. Potabenko (2004) menjelaskan bahwa kesadaran lingkungan merupakan kemampuan seseorang untuk menyadari hubungan antara aktivitas manusia dengan keadaan lingkungan sekitarnya untuk menciptakan lingkungan aman dan sehat yang melekat pada diri konsumen yang memiliki kesadaran terhadap lingkungan akan mempertimbangkan faktor lingkungan ketika akan membeli suatu produk. Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat mengenai masalah yang dihadapi sumber daya alam dan berkembangnya pemahaman mereka mengenai isu lingkungan, maka semakin lama banyak konsumen yang menginginkan perbaikan kinerja lingkungan dari produk dan perusahaan. Konsumen yang kemudian dikenal sebagai konsumen ramah lingkungan ini akan melakukan sikap dan keputusan pembelian produk ecolabel.

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu sikap konsumen. Hal ini sesuai dengan teori Kotler dan Gary (2008) dalam Fadhillah, et al (2020), bahwa keputusan pembelian konsumen memiliki dua faktor yang bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah

sikap orang lain, dan faktor yang kedua adalah faktor situasional yang tidak diharapkan. Ada beberapa dimensi sikap konsumen yang akan mempengaruhi keputusan pembelian, antara lain komponen kognitif, komponen afektif, komponen perilaku. Menurut Suryani (2008:159) sikap konsumen adalah faktor psikologis yang perlu dipahami oleh pemasar karena sikap dianggap mempunyai korelasi yang positif dan kuat dengan perilaku. Kekhawatiran konsumen tentang lingkungan, keyakinan dan sikap konsumen tertentu terhadap lingkungan secara luas diakui sebagai prediktor penting dari keputusan pembelian produk hijau.

Selain kekhawatiran konsumen tentang lingkungan, keyakinan dan sikap konsumen, harga juga dikhawatirkan dalam keputusan pembelian pada produk ramah lingkungan. Kotler dan Armstrong (2012:345) mengemukakan harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Harga juga merupakan hal yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli suatu produk. Konsumen memiliki kecenderungan membeli produk yang menurutnya baik atau bermanfaat dengan harga yang terjangkau. Pembeli pada umumnya menyamakan harga barang dengan mutu dan kualitas produk. Hal pertama yang biasanya dilihat saat seseorang berbelanja ialah harga, kemudian diikuti oleh beberapa pertimbangan lainnya (Sari & Prihartono, 2021). Harga dikatakan mahal, murah atau biasa-biasa saja dari setiap individu tidak akan sama, karena hal itu tergantung dari persepsi individu yang dilatar belakangi oleh lingkungan kehidupan dan kondisi individu. Dalam penelitian Qomariyah (2011) membuktikan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli suatu produk.

Berdasarkan identifikasi masalah dan pemaparan hubungan kesadaran lingkungan, sikap konsumen dan harga terhadap keputusan pembelian seperti

yang telah dikemukakan diatas, maka peneliti tertarik mengambil judul **“Pengaruh Kesadaran Lingkungan, Sikap, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan Botol Tumbler Studi Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan permasalahannya:

- 1) Apakah kesadaran lingkungan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan botol tumbler?
- 2) Apakah sikap konsumen berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan Botol tumbler?
- 3) Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan botol tumbler?
- 4) Apakah kesadaran lingkungan, sikap konsumen dan harga berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan botol tumbler?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti memiliki tujuan penelitian yaitu:

- 1) Untuk menganalisis pengaruh kesadaran lingkungan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan botol tumbler.
- 2) Untuk menganalisis pengaruh sikap konsumen secara parsial terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan botol tumbler.

- 3) Untuk menganalisis pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan botol tumbler.
- 4) Untuk menganalisis pengaruh kesadaran lingkungan, sikap konsumen dan harga secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan botol tumbler.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

- 1) Untuk menambah pengetahuan bagi penulis maupun pembaca pada khususnya pengguna produk ramah lingkungan botol tumbler.
- 2) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan terutama yang belum mengetahui produk ramah lingkungan botol tumbler.
- 3) Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan referensi di perpustakaan Fakultas Ekonomi dan bisnis dan perpustakaan Universitas Trunojoyo Madura.