

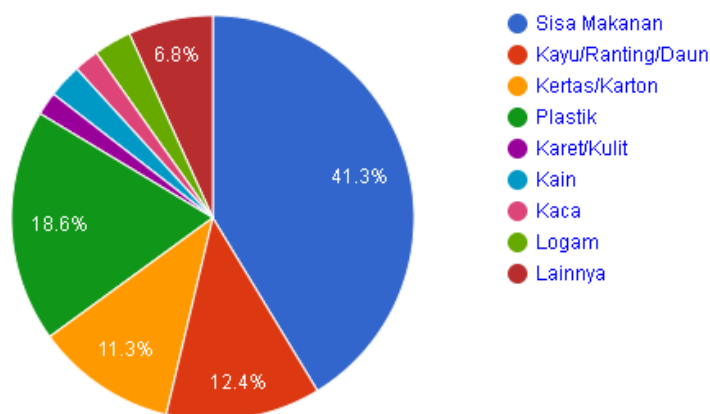
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Isu-isu mengenai lingkungan dan perubahan iklim semakin mendapat perhatian khusus. Adanya polutan yang secara langsung maupun tidak langsung mencemari lingkungan berpengaruh terhadap munculnya masalah lingkungan seperti; pemanasan global, efek rumah kaca, hilangnya keanekaragaman hayati, penipisan ozon, dan lain sebagainya. Polutan merupakan bahan yang menyebabkan kerusakan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Salah satu jenis polutan yang paling mudah dijumpai disekitar kita adalah sampah.

Sampah adalah barang buangan karena sudah tidak dipakai atau tidak diinginkan lagi (Ertato, 2017:417). Pada umumnya terdapat dua jenis sampah, yaitu; sampah organik yang mudah didaur ulang dan sampah anorganik yang sulit bahkan tidak bisa didaur ulang. Sampah anorganik meliputi sampah yang berasal dari bahan logam, karet, kaca, dan plastik.



Gambar 1.1 Grafik Komposisi Sampah Berdasarkan Jenis Sampah
Sumber: Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (2023)

Berdasarkan Gambar 1.1, sampah plastik memiliki kontribusi sebanyak 18,6% pada komposisi sampah di Indonesia dan merupakan penyumbang sampah terbesar kedua setelah sampah sisa makanan. Rata-rata, 15% dari sampah yang dihasilkan individu setiap hari adalah sampah plastik dan jika diasumsikan dengan 220 juta penduduk Indonesia maka sampah plastik yang dihasilkan mencapai 26.500 ton per hari (Dinas Kominfo Provinsi Jawa Timur, 2022). Jika diperhatikan lebih lanjut, sampah plastik merupakan jenis sampah anorganik terbesar diantara jenis sampah anorganik lainnya.

Tingginya jumlah sampah plastik tidak sejalan dengan pengelolaan yang dilakukan. Hasil studi yang dilakukan Unilever Indonesia bersama Indonesia Plastics Recyclers (IPR) dan Sustainable Waste Indonesia (SWI) mengenai pengelolaan sampah di Pulau Jawa menyatakan bahwa proses pengolahan sampah yang dilakukan sejauh ini masih belum maksimal, dimana sampah plastik yang berhasil di daur ulang hanya 11,83% sedang 88,17% sisanya berakhir di TPA atau bahkan berserakan di lingkungan sekitar (Widyaningrum, 2020). Pengelolaan sampah yang tidak sesuai baik secara teknik maupun metodenya akan berdampak negatif bagi lingkungan dan kesehatan masyarakat (JDIH BPK RI, 2008).

Salah satu daerah yang memiliki masalah dengan sampah adalah daerah Jombang. Pada beberapa wilayah dapat kita jumpai tumpukan sampah di pinggir jalan hingga menimbulkan bau tidak sedap. Pencemaran air akibat limbah dan sampah terjadi pada beberapa bantaran sungai di Jombang. Disisi lain, pengelolaan sampah pada beberapa TPA di nilai kurang benar. Hal ini memicu timbulnya kekhawatiran dari masyarakat akan adanya sampah yang mencemari tanah, udara, dan air.

Adanya kekhawatiran masyarakat mendorong mereka untuk melakukan pola konsumsi ramah lingkungan. Konsumen saat ini adalah konsumen cerdas, dimana dalam menentukan keputusan pembeliannya selalu memikirkan dampak jangka panjang yang akan ditimbulkan. Konsumen lebih sadar akan kesehatan dan keadaan lingkungan hidup. Hal ini dapat menjadi peluang bagi produsen untuk memenuhi keinginan konsumen untuk mengadopsi produk ramah lingkungan (*green product*). Produk ramah lingkungan (ekologis) merupakan produk yang dibuat dari bahan baku ekologis yang tidak beracun melalui prosedur ekologis dan disertifikasi oleh organisasi yang diakui (Gurău & Ranchhod, 2005).

Salah satu contoh produk ramah lingkungan adalah *eco bag* (tas belanja ramah lingkungan). *Eco bag* merupakan istilah lain dari tas belanja ramah lingkungan. *eco bag* biasa digunakan sebagai pengganti kantong plastik sekali pakai. *Eco bag* dipilih sebagai pengganti kantong plastik karena memiliki karakteristiknya yang dapat digunakan berkali-kali (*reusable*) dan aman karena tidak menggunakan bahan kimia. Penggunaan *eco bag* sendiri juga merupakan realisasi dari imbauan pemerintah untuk menjaga lingkungan dengan mengurangi penggunaan kantong plastik sekali pakai.

Imbauan pemerintah untuk mengurangi penggunaan kantong plastik sekali pakai merupakan tindak lanjut dari tingginya jumlah sampah plastik dan rendahnya kemampuan untuk mengelolanya sehingga pemerintah daerah melakukan upaya pembatasan penggunaan plastik sekali pakai. Bupati Jombang sebagai salah satu pemerintah daerah mengesahkan Perbup Jombang No.56 tahun 2022 tentang pembatasan penggunaan plastik pada 13 September 2022 (Lingkungan Hidup, 2022). Bupati Jombang juga melakukan kampanye serta sosialisasi tentang larangan penggunaan kantong plastik, styrofoam, dan sedotan plastik untuk pusat perbelanjaan, cafe, rumah makan, hotel, dan ritel.

Bisnis ritel merupakan sebuah bisnis atau usaha dalam bentuk pengecer. Salah satu contoh usaha ritel modern di Indonesia adalah Alfamart. Alfamart (PT. Sumber Alfaria Trijaya. Tbk) merupakan sebuah perusahaan perdagangan ritel modern. Alfamart memiliki banyak minimarket yang tersebar di seluruh Indonesia. Pada wilayah Jombang sendiri terdapat kurang lebih 23 cabang Alfamart (Leafleku, 2023). Adanya larangan penggunaan kantong plastik juga berlaku pada Alfamart selaku perusahaan dagang ritel yang biasa menggunakan kantong plastik sebagai kemasan belanja. Sejalan dengan diberlakukannya Perbup Jombang No.56 tahun 2022, Alfamart mengganti penggunaan kantong plastik dengan tas belanja (*eco bag*).

Selama bertahun-tahun, perilaku pembelian produk ramah lingkungan menjadi topik populer. Generasi muda sebagai kelompok konsumen muda menjadi segmen pasar potensial karena *extensive exposure* mereka yang luas terhadap pendidikan, media massa, dan interaksi sosial yang bijaksana (Mohd Noor et al., 2013). Saat ini, penelitian tentang persepsi konsumen muda terhadap produk ramah lingkungan sangat penting untuk dilakukan (Noor, 2017). Dalam konteks penelitian ini, konsumen muda mengacu pada generasi millennial yang lahir pada tahun 1981 hingga 1996 dan generasi z yang lahir pada tahun 1997 hingga 2012. Hasil survei Jajak Pendapat menunjukkan bahwa konsumen muda lebih peduli pada lingkungan, dimana dari 2.303 responden yang terdiri dari generasi milenial dan generasi Z memilih melakukan ragam aktivitas konsumsi ramah lingkungan (Annur, 2022).

Studi akan perilaku berfokus pada faktor penentu perilaku pembelian produk ramah lingkungan seperti; niat, keputusan pembelian, perilaku pembelian aktual, dan kesediaan untuk membayar. Menurut Nielsen (2014), dalam (Indonesia Imaji, 2019) menyatakan sebanyak 55% responden menyatakan kesediaan mereka

untuk membayar lebih untuk produk dan layanan dari perusahaan dengan komitmen terhadap sosial dan lingkungan yang positif. Namun, menurut Clifford dan Martin (2011) tingkat adopsi produk ramah lingkungan dalam beberapa waktu terakhir telah menurun (Indonesia Imaji, 2019). Hal tersebut menunjukkan kesenjangan antara sikap dan pola konsumsi konsumen.

Keputusan pembelian adalah keputusan akhir dari individu untuk membeli suatu produk setelah melakukan pertimbangan tertentu. Individu yang peduli terhadap lingkungan dan menganut gaya hidup ramah lingkungan akan memilih membeli produk ramah lingkungan. Hal tersebut dilakukan karena tanggung jawab terhadap lingkungan. Terlepas dari seberapa jauh pemasar memasarkan produknya, terdapat faktor lain dari diri konsumen sendiri serta lingkungan tempat konsumen tinggal dan melakukan interaksi sosial. Menurut Kumar & Ghodeswar (2015) keputusan pembelian *green product* dipengaruhi secara signifikan oleh gaya hidup, sikap, proses belajar, dan kelompok acuan.

Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *green product* (Kumar & Ghodeswar, 2015). Hal tersebut mengindikasikan bahwa individu yang menerapkan gaya hidup ramah lingkungan lebih memilih untuk membeli produk ramah lingkungan. Mereka juga memahami fakta bahwa membayar mahal produk ramah lingkungan adalah hal yang sesuai dengan manfaatnya menjaga lingkungan (Kumar & Ghodeswar, 2015).

Penelitian sebelumnya menunjukkan gap dimana menurut Kumar & Ghodeswar (2015) sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *green product*. Namun, temuan berbeda ditunjukkan pada penelitian yang dilakukan oleh Sharma & Foropon (2019) dimana sikap berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian *green product*.

Proses belajar berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *green product* (Kumar & Ghodeswar, 2015). Individu yang mencari informasi serta memiliki pengalaman tentang produk ramah lingkungan lebih memilih membeli *green product*, adaptasi (Kumar & Ghodeswar, 2015).

Kelompok acuan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *green product* (Kumar & Ghodeswar, 2015). Individu yang berada pada lingkungan sosial tertentu akan membangun standar agar diterima oleh lingkungan tertentu. Adanya interaksi dengan lingkungan akan memengaruhi perilaku dan keputusan pembelian dari individu.

Berlandaskan pada teori perilaku konsumen, literatur membahas aspek pola konsumsi konsumen untuk mengetahui bagaimana konsumen membuat pilihan informasi, faktor penentu perilaku, dan kebiasaan pembelian konsumen maka diperlukan pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian *green product* lebih dalam. Mengeksplorasi dimensi perilaku konsumen meliputi; gaya hidup, sikap, proses belajar, dan kelompok acuan untuk menguji hubungan dengan keputusan pembelian *green product*.

Berkaitan dengan masalah diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai faktor yang memengaruhi keputusan pembelian produk ramah lingkungan berupa *eco bag* Alfamart di wilayah Jombang dengan mengangkat judul **“DETERMINAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK RAMAH LINGKUNGAN PADA KONSUMEN MUDA DENGAN REFERENSI PRODUK ECO BAG ALFAMART STUDI PADA ALFAMART DI WILAYAH JOMBANG”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah gaya hidup berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian *green product*?
- b. Apakah sikap berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian *green product*?
- c. Apakah proses belajar berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian *green product*?
- d. Apakah kelompok acuan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian *green product*?
- e. Apakah gaya hidup, sikap, proses belajar, dan kelompok acuan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian *green product*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka dapat diambil tujuan penelitian sebagai berikut:

- a. Mengetahui apakah gaya hidup berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian *green product*.
- b. Mengetahui apakah sikap berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian *green product*.
- c. Mengetahui apakah proses belajar berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian *green product*.
- d. Mengetahui apakah kelompok acuan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian *green product*.

- e. Mengetahui Apakah gaya hidup, sikap, proses belajar, dan kelompok acuan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian *green product*.

1.4 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang dapat diambil dari adanya penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi pelaku usaha, khususnya yang berhubungan dengan *green product*, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan menambah pengetahuan untuk mengetahui faktor yang memengaruhi keputusan pembelian *green product*.
- b. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan peneliti mengenai faktor yang memengaruhi keputusan pembelian *green product* berkaitan dengan gaya hidup, sikap, proses belajar, dan kelompok acuan.
- c. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan dapat dijadikan sebagai referensi kepustakaan untuk mempelajari faktor yang memengaruhi keputusan pembelian *green product* berkaitan dengan gaya hidup, sikap, proses belajar, dan kelompok acuan.