

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kehidupan manusia sangat bergantung pada sumber daya alam untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, dengan memanfaatkan sumber daya alam tersebut dan diubah menjadi produk yang bisa digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia. Tetapi manusia banyak yang tidak memperdulikan dari hasil memanfaatkan sumber daya alam tersebut, dengan tidak memperdulikan limbah dari hasil proses produksi suatu barang yang akan terbuang ke lingkungan sekitar, dan akan terjadi kerusakan lingkungan. Kerusakan lingkungan adalah suatu hal yang terjadi di seluruh dunia dan berakibat fatal karena ekosistem yang menjadi salah satu sumber pemanfaatan oleh manusia menjadi rusak. Contohnya seperti penebangan hutan dengan tidak menggunakan sistem tebang pilih yang membuat banyak pohon berkurang jumlahnya, karena hanya ingin memanfaatkan sumber daya alam untuk mendapatkan bahan baku dalam usahanya tanpa melihat kerusakan lingkungan yang terjadi akibat perbuatannya, dampak ini mengurangi produksi oksigen yang terjadi. Kerusakan hutan juga menjadi faktor kurangnya resapan air yang akan menyebabkan kekeringan di musim kemarau karena cadangan air didalam tanah sedikit, dan menyebabkan banjir serta longsor pada saat musim hujan dengan curah hujan tinggi karena untuk meresap air yang ada di permukaan tanah membutuhkan banyak pohon dan tumbuhan. Selain penebangan hutan, banyak juga fungsi hutan yang beralih menjadi hutan tanaman industri,

perkebunan kelapa sawit dan perkebunan skala besar lainnya, serta pembalakan ilegal oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab yang menyebabkan makin berkurangnya pohon yang berada di hutan, serta kebakaran hutan yang disengaja oleh manusia maupun yang tidak disengaja, dan menyebabkan pemanasan global atau *global warming*.¹

Pemanasan global disebabkan oleh beberapa faktor seperti kendaraan bermotor, dan limbah industri yang mengandung bahan kimia beracun berbahaya yang disebabkan oleh pertumbuhan industri dan pencemaran di antaranya adalah tercemarnya udara yang mengandung emisi karbon dioksida, tercemarnya air sungai sehingga menjadi pekat dan baunya air sungai sehingga tidak bisa digunakan, berkurangnya jumlah air bersih, rusaknya lahan dan gangguan kesehatan.² Selain itu pembuangan sampah baik sampah organik maupun sampah anorganik juga mencemari lingkungan, sebab sampah dapat menimbulkan pencemaran udara karena adanya gas-gas yang terjadi akibat proses terurainya sampah, dan akan mencemari tanah dan air akibat senyawa-senyawa yang ditimbulkan sebab tidak sesuai dengan lingkungan normal.³

Kondisi lingkungan seperti ini memunculkan kesadaran masyarakat untuk lebih menjaga kelestarian lingkungannya. Seperti contoh, Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) mulai mengkampanyekan suatu gerakan yaitu “Gerakan Indonesia Bebas Sampah 2020” di Bundaran Hotel Indonesia pada tahun 2016. Kampanye tersebut berisi tentang Surat Edaran bernomor

¹ https://www.wri.org/sites/default/files/pdf/indoforest_full_id.pdf (Diakses pada tanggal 6 Maret 2017 pada pukul 01:48)

² <http://www.greenpeace.org/seasia/id/PageFiles/724033/Laporan%20Melawan%20Limbah.pdf> (Diakses pada tanggal 6 Maret 2017 pada pukul 01:23)

³ <http://bio.unsoed.ac.id/sites/default/files/Dampak%20Negatif%20Sampah%20terhadap%20Lingkungan%20dan%20Upaya%20Mengatasinya-.pdf> (Diakses pada tanggal 9 Maret 2017 pada pukul 13:39)

S.1230/PSLB3-PS/2016 pada tanggal 17 Februari yang isinya berupa masyarakat harus membeli kantong plastik di tingkat ritel dengan harga sebesar Rp200;- dengan tujuan untuk tidak mudah membuang kantong plastik secara berulang.⁴ Pemerintah mengambil langkah seperti ini karena Indonesia menduduki peringkat kedua sebagai negara penghasil sampah kantong plastik terbanyak di dunia.⁵

Rank	Country	Econ. classif.	Coastal pop. [millions]	Waste gen. rate [kg/ppd]	% plastic waste	% mismanaged waste	Mismanaged plastic waste [MMT/year]	% of total mismanaged plastic waste	Plastic marine debris [MMT/year]
1	China	UMI	262.9	1.10	11	76	8.82	277	1.32-3.53
2	Indonesia	LMI	187.2	0.52	11	83	3.22	10.1	0.48-1.29
3	Philippines	LMI	83.4	0.5	15	83	1.88	5.9	0.28-0.75
4	Vietnam	LMI	55.9	0.79	13	88	1.83	5.8	0.28-0.73
5	Sri Lanka	LMI	14.6	5.1	7	84	1.59	5.0	0.24-0.64
6	Thailand	UMI	26.0	1.2	12	75	1.03	3.2	0.15-0.41
7	Egypt	LMI	21.8	1.37	13	69	0.97	3.0	0.15-0.39
8	Malaysia	UMI	22.9	1.52	13	57	0.94	2.9	0.14-0.37
9	Nigeria	LMI	27.5	0.79	13	83	0.85	2.7	0.13-0.34
10	Bangladesh	LI	70.9	0.43	8	89	0.79	2.5	0.12-0.31
11	South Africa	UMI	12.9	2.0	12	56	0.63	2.0	0.09-0.25
12	India	LMI	187.5	0.34	3	87	0.60	1.9	0.09-0.24
13	Algeria	UMI	16.6	1.2	12	60	0.52	1.6	0.08-0.21
14	Turkey	UMI	34.0	1.77	12	18	0.49	1.5	0.07-0.19
15	Pakistan	LMI	14.6	0.79	13	88	0.48	1.5	0.07-0.19
16	Brazil	UMI	74.7	1.03	16	11	0.47	1.5	0.07-0.19
17	Burma	LI	19.0	0.44	17	89	0.46	1.4	0.07-0.18
18*	Morocco	LMI	17.3	1.46	5	68	0.31	1.0	0.05-0.12
19	North Korea	LI	17.3	0.6	9	90	0.30	1.0	0.05-0.12
20	United States	HIC	112.9	2.58	13	2	0.28	0.9	0.04-0.11

*If considered collectively, coastal European Union countries (23 total) would rank eighteenth on the list

Gambar I.1 Indonesia Peringkat Kedua Penghasil Sampah Plastik

Sumber : <https://dreamindonesia.me/2016/03/12/indonesia-penghasil-sampah-plastik-terbesar-kedua-dunia-ini-faktanya/>

Dengan adanya permasalahan lingkungan akibat sampah plastik, hal tersebut ditandai dengan adanya organisasi gerakan peduli lingkungan seperti *Green Peace*, *Earth Hour*, dan *Go Green* yang mendorong masyarakat untuk diajak mengubah gaya hidup menjadi gaya hidup yang lebih ramah lingkungan.

Sebelum masyarakat sadar dengan permasalahan lingkungan, dalam membutuhkan makanan masyarakat mengkonsumsi makanan jadi yang mereka beli di luar rumah dengan alasan tidak sempat membuat makanan dan lebih

⁴ <http://nasional.republika.co.id/berita/nasional/umum/16/02/20/o2tq7i313-gerakan-indonesia-bebas-sampah-2020-dimulai-21-februari> (Diakses pada tanggal 9 Maret 2017 pada pukul 13:52)

⁵ <https://dreamindonesia.me/2016/03/12/indonesia-penghasil-sampah-plastik-terbesar-kedua-dunia-ini-faktanya/> (Diakses pada tanggal 9 Maret 2017 pada pukul 14:10)

praktis. Dengan membeli makanan jadi, maka alat untuk membungkus makanan tersebut harus berbahan yang tidak mudah rusak maupun tumpah seperti plastik maupun *styrofoam*, serta kantong plastik untuk membawa makanan tersebut. Karena berbahan dasar plastik dan *styrofoam* yang membuat permasalahan lingkungan, sebab bahan tersebut dalam penguraiannya membutuhkan waktu yang lama dan membuat berbagai permasalahan lingkungan seperti bahan dasar plastik jika terurai ke air maupun tanah akan menimbulkan zat-zat kimia yang berbahaya. Selain itu makanan jadi belum tentu sehat bagi tubuh dan membutuhkan dana yang cukup besar. Hal inilah yang membuat yang membuat masyarakat sadar dan mengubah pola konsumsi masyarakat lebih ke arah mengkonsumsi produk-produk yang ramah lingkungan. Utami *et al* dalam Tanaya dan Rastini⁶ menyatakan produk ramah lingkungan merupakan produk yang dibuat untuk mengantisipasi kerusakan lingkungan yang berkelanjutan, dan merupakan bentuk inovasi, walaupun memerlukan waktu yang cukup lama dalam mensosialisasikan manfaat produk tersebut ke masyarakat.

Walaupun banyak masyarakat yang peduli terhadap lingkungan, tetapi tetap saja ada sikap masyarakat yang tidak menggunakan produk yang ramah lingkungan meskipun mereka tahu dampak dari produk yang tidak ramah lingkungan bisa mengakibatkan kerusakan lingkungan. Johnstone dan Tan⁷ menyatakan meskipun terdapat kesenjangan antara kepedulian konsumen terhadap lingkungan dan penyerapan produk ramah lingkungan, kepedulian konsumen

⁶ Decky Tanaya, dan Ni Made Rastini. "Peran Kepedulian Lingkungan Memediasi Pengetahuan Tentang Lingkungan Terhadap Niat Pembelian Produk Hijau", E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 4, 2016 p. 3881.

⁷ Micael L. Johnstone, dan Lay P. Tan. "Exploring the Gap Between Consumer's Green Rethoric and Purchasing Behaviour". *Journal Business Ethics*, 2015, p. 316.

terhadap lingkungan tetap menjadi topik yang penting baik bagi pemasar maupun pembuat kebijakan bukan hanya karena peningkatan kepedulian konsumen terhadap lingkungan akan mengubah perilaku konsumsi mereka, melainkan karena bisnis menghadapi tekanan untuk menggabungkan tanggung jawab sosial dan lingkungan di dalam strategi mereka. Polonsky dalam Cherian dan Jacob⁸ menyatakan bahwa perusahaan perlu melakukan berbagai kegiatan termasuk memodifikasi produk, perubahan proses produksi, perubahan kemasan, serta memodifikasi pemasarannya sehingga berdampak seminimal mungkin pada lingkungan yang dikenal dengan istilah pemasaran hijau atau *green marketing*. Chen⁹ menyatakan ada lima alasan bagi perusahaan untuk menerapkan strategi pemasaran hijau yaitu: (1) sesuai dengan tekanan lingkungan, (2) memperoleh keunggulan kompetitif, (3) meningkatkan citra perusahaan, (4) mencari pasar baru, dan (5) meningkatkan nilai produk.

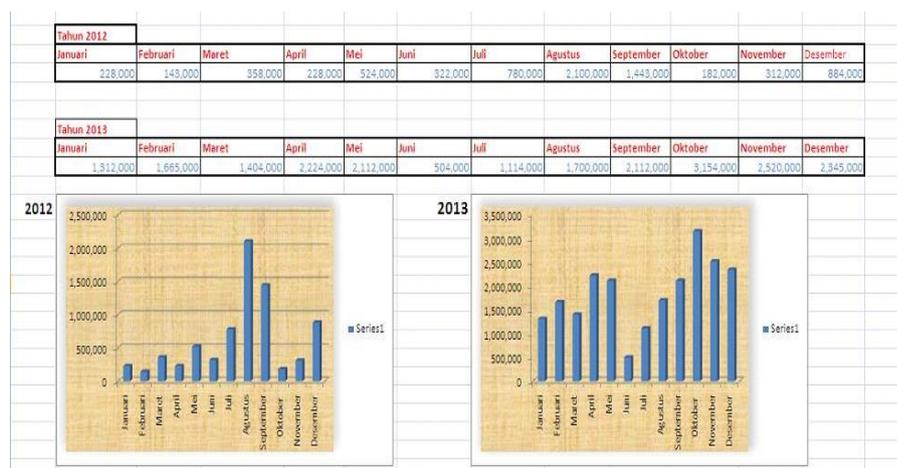
Perusahaan dalam melakukan *green marketing* biasanya menggunakan cara dengan memberikan informasi mengenai produk ramah lingkungan perusahaan tersebut dikemas produknya atau bisa disebut dengan *eco-labelling*. Selain *eco-labelling*, perusahaan juga menginformasikan produknya dengan program CSR untuk mengenalkan produk ramah lingkungannya ke masyarakat agar masyarakat tertarik. Salah satunya adalah perusahaan plastik berkualitas untuk keperluan rumah tangga yaitu Tupperware. Tupperware memiliki program CSR yaitu “Tupperware *Green Living*”, kampanye sebagai bentuk kesadaran akan masalah

⁸ Jacob Cherian, dan Jolly Jacob. “A Study of Consumer’s Attitude towards Environment Friendly Products”, *Canadian Center of Science and Education*, Vol. 8, No. 12, 2012, p. 118.

⁹ Yu-Shan Chen. “The Drivers of Green Brand Equity: Green Brand Image, Green Satisfaction, and Green Trust”. *Journal of Business Ethic*, 2010, p. 307.

lingkungan, dengan fokus mengajak seluruh masyarakat mengurangi sampah kemasan sekali pakai (kantong plastik pembungkus makanan, botol minuman kemasan sekali pakai, dan *styrofoam*), serta lebih cerdas dalam penggunaan plastik.

Tupperware hadir dengan salah satu produk yang sehat bagi keluarga dan juga ramah lingkungan. Bahan yang digunakan Tupperware menggunakan bahan berkualitas terbaik, aman bagi kesehatan serta ramah lingkungan bahkan telah memenuhi ketentuan FDA (*Food and Drug Administration*), EFSA (*European Food Safety Authority*), dan FS (*Food Safety Commission of Japan*). Dengan bahan yang sudah teruji dan berkualitas serta kebutuhan akan rumah tangga inilah Tupperware sangat diminati oleh masyarakat di Indonesia, hal ini ditunjukkan oleh Gambar 1.2 yang memperlihatkan bahwa ada peningkatan dari tahun 2012 ke tahun 2013¹⁰.



Gambar 1.2

Grafik Penjualan Tupperware 2012 dan 2013

Sumber : http://gadyschyntyadewi.blogspot.co.id/2013_07_01_archive.html

¹⁰ http://gadyschyntyadewi.blogspot.co.id/2013_07_01_archive.html (Diakses pada tanggal 9 Maret 2017 pada pukul 16:10)

Tetapi pada tahun 2015 Tupperware di Indonesia mengalami perlambatan penjualan, dengan kontribusi penjualan hanya sebesar 12-15% di Kalimantan, 20% di Sumatera, 50% di Jawa, dan sisanya berasal dari penjualan di Sulawesi.¹¹

Tabel I.1
Top Brand Awards Kategori Plastic Container Makanan

Tahun 2015			Tahun 2016		Tahun 2017	
MEREK	TBI	TOP	TBI	TOP	TBI	TOP
Tupperware	50.5%	TOP	44.6%	TOP	43.3%	TOP
Lion Star	31.6%	TOP	36.9%	TOP	38.7%	TOP
Lock & Lock	2.6%		1.1%		1.0%	
Claris	1.4%		1.0%		1.0%	

Sumber : <http://topbrand-award.com>

Namun dalam 3 tahun terakhir seperti yang terlihat pada Tabel I.1, pangsa pasar Tupperware terus mengalami penurunan dibandingkan dengan pesaingnya yaitu Lion Star yang dalam tiga tahun terakhir menunjukkan pertumbuhan stabil. Walaupun Lion Star menunjukkan pertumbuhan stabil, tetapi yang menjadi saingan dari Tupperware adalah Lock & Lock untuk persoalan produk penyimpanan ramah lingkungan. Karena Lion Star terbuat dari bahan plastik yang tidak ramah lingkungan seperti Tupperware. Lock & Lock terbuat dari bahan yang aman dan ramah lingkungan, serta kuat dan tahan banting, Lock & Lock juga mempunyai kelebihan dari sistem pengunci yang membuat kedap udara maupun air yang menjadikan makanan awet, serta makanan tidak mudah tumpah karena sistem pengunci pada wadah tersebut yang sangat kuat.

¹¹ <http://industri.kontan.co.id/news/50-penjualan-tupperware-ada-di-pulau-jawa> (Diakses pada tanggal 9 Maret 2017 pada pukul 16:43)

Dengan hal tersebut, pelaku bisnis harus pintar mencari peluang dan memberikan yang terbaik untuk memasarkan produk rumah tangga yang ramah lingkungan sehingga dapat menarik konsumen untuk membeli produk tersebut. Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi niat membeli konsumen. Dalam objek penelitian produk rumah tangga ramah lingkungan Tupperware memiliki tempat untuk diteliti bagi konsumen yang mempunyai kepedulian terhadap lingkungan, dan sikap konsumen pada produk ramah lingkungan. Faktor yang pertama adalah kepedulian lingkungan (*Environmental Concern*). Konsumen akan menaruh perhatian lebih pada produk ramah lingkungan. Disini konsumen akan lebih peduli terhadap lingkungan dengan cara tidak menyumbang untuk kerusakan lingkungan dengan cara tidak menggunakan alat pembungkus makanan berbahan dasar plastik tidak ramah lingkungan, botol minuman plastik sekali pakai, dan *styrofoam*. Faktor yang kedua adalah sikap konsumen (*Consumer Attitude*). Konsumen akan menanggapi produk ramah lingkungan dengan sikap ikut menggunakan produk ramah lingkungan, serta menyikapi dalam menyebarkan informasi tentang produk ramah lingkungan khususnya produk rumah tangga ramah lingkungan.

Peneliti melakukan pra riset dengan memberikan pernyataan kuesioner kepada 100 responden mengenai niat pembelian mereka terhadap produk rumah tangga ramah lingkungan Tupperware yang dipengaruhi oleh Kepedulian Lingkungan (*Environmental Concern*), dan Sikap Konsumen (*Consumer Attitude*).

Tabel I.2
Rekapitulasi Beberapa Alasan Calon Konsumen Mengenai Kepedulian terhadap Lingkungan dengan Penggunaan Produk Ramah Lingkungan

No	Alasan	Jumlah	%
1	Kurangnya kepedulian responden terhadap lingkungan dengan menggunakan produk pembungkus plastik makanan dan minuman sekali pakai dan tidak menggunakan produk ramah lingkungan Tupperware.	79	79%
2	Kurangnya perhatian dan dukungan responden terhadap produk ramah lingkungan Tupperware dalam menjaga lingkungan hidup.	47	47%
3	Kurangnya sikap responden dalam turut menyebarkan informasi tentang pentingnya menjaga lingkungan dan menggunakan produk ramah lingkungan Tupperware.	67	67%
4	Kurangnya sikap responden terhadap penggunaan produk ramah lingkungan Tupperware dalam kegiatan sehari-hari.	61	61%
5	Kurangnya sikap responden dalam memilih produk ramah lingkungan Tupperware.	59	59%
6	Kurangnya sikap responden dalam melakukan pembelian produk ramah lingkungan Tupperware.	71	71%

Sumber: Data diolah Peneliti (2017)

Berdasarkan hasil penelitian pra riset tentang Tupperware dari 100 responden yang paling banyak pada Tabel I.2 nomor 1 sebanyak 79% atau 79 responden, bermasalah dengan masih menggunakan produk pembungkus plastik makanan dan minuman sekali pakai yang tidak ramah lingkungan. Dan perolehan hasil penelitian pra riset yang paling sedikit pada Tabel I.2 nomor 2 sebanyak 47% atau 47 responden, dengan kurangnya perhatian dan dukungan responden terhadap produk ramah lingkungan dalam menjaga lingkungan hidup.

Maka dari itu peneliti mencoba untuk menentukan variabel bebas dan terikat terhadap produk Tupperware sebagai acuan untuk meneliti masalah yang menjadi keluhan konsumen.

Tabel I.3
Variabel Penelitian

X ₁	Kepedulian Lingkungan (<i>Environmental Concern</i>)
X ₂	Sikap Konsumen (<i>Consumer Attitude</i>)
Y	Niat Pembelian Produk Ramah Lingkungan (<i>Green Purchase Intention</i>)

Sumber: Data diolah Peneliti (2017)

Berdasarkan latar belakang tentang kerusakan lingkungan, peneliti memperoleh bahwa kepedulian lingkungan (*Environmental Concern*), dan sikap konsumen (*Consumer Attitude*) memberikan peranan penting terhadap minat membeli produk rumah tangga yang ramah lingkungan di tengah persaingan industri produk rumah tangga yang ramah lingkungan sehingga peneliti memilih variabel tersebut dengan objek perusahaan produk rumah tangga ramah lingkungan. Alasan peneliti memilih objek tersebut karena masyarakat masih banyak yang membeli makanan diluar dengan alat pembungkus plastik sekali pakai, dan botol minum plastik sekali pakai yang tidak ramah lingkungan, maka sikap masyarakat ingin mengetahui dan peduli terhadap isu-isu kerusakan lingkungan, sehingga akan menimbulkan minat membeli produk rumah tangga ramah lingkungan.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka peneliti merasa perlu melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kepedulian Lingkungan dan Sikap Konsumen Terhadap Niat Pembelian Produk Ramah Lingkungan Tupperware di Jakarta”**

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan mengenai penelitian ini, dapat diidentifikasi beberapa masalah diantaranya :

1. Dari Kepedulian Lingkungan
 - a. Kurangnya kepedulian masyarakat terhadap lingkungan dengan masih banyaknya responden / masyarakat yang menggunakan produk plastik sekali pakai sehingga dapat menimbulkan peningkatan limbah sampah di Jakarta.
 - b. Kurangnya perhatian dan dukungan masyarakat terhadap produk ramah lingkungan dalam menjaga lingkungan hidup.
2. Dari Sikap Konsumen
 - a. Kurangnya sikap masyarakat terhadap penggunaan produk ramah lingkungan dalam kegiatan sehari-hari.
 - b. Kurangnya sikap masyarakat dalam memilih produk ramah lingkungan.
 - c. Kurangnya sikap masyarakat dalam turut menyebarkan informasi tentang pentingnya menjaga lingkungan dan menggunakan produk ramah lingkungan
3. Dari Niat Pembelian
 - a. Kurangnya kepedulian masyarakat terhadap kepedulian lingkungan dapat dilihat berdasarkan terjadinya perlambatan penjualan Tupperware pada tahun 2015, yang menunjukkan kurangnya minat beli masyarakat terhadap produk ramah lingkungan.

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini bisa terfokus, maka penelitian ini dibatasi pada :

1. Penelitian ini hanya dibatasi tentang kepedulian lingkungan, sikap konsumen, dan minat pembelian terhadap produk Tupperware.
2. Penelitian ini dibatasi diruang lingkup wilayah Jakarta.
3. Responden pada penelitian ini hanya difokuskan untuk masyarakat yang bertempat tinggal di Jakarta.

1.4 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah diatas, permasalahan utama pada penelitian ini adalah faktor mengenai kepedulian lingkungan dan sikap konsumen terhadap niat pembelian produk rumah tangga ramah lingkungan Tupperware. Masalah-masalah tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah kepedulian lingkungan (*Environmental Concern*) berpengaruh positif terhadap niat pembelian produk ramah lingkungan (*Green Purchase Intention*) Tupperware di Jakarta?
2. Apakah sikap konsumen (*Consumer Attititude*) berpengaruh positif terhadap niat pembelian produk ramah lingkungan (*Green Purchase Intention*) Tupperware di Jakarta?

1.5 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat yaitu :

1. Secara Teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan dibidang manajemen pemasaran, khususnya mengenai kepedulian lingkungan dan sikap konsumen terhadap niat pembelian.

2. Secara praktis penelitian ini diharapkan bagi para pelaku bisnis terutama di bidang industri produk rumah tangga agar dapat menarik perhatian konsumen yang memiliki kepedulian lingkungan, dan sikap pada konsumen dalam niat pembelian produk perusahaan tersebut, sehingga akan berdampak positif untuk kemajuan usaha perusahaan serta memberikan informasi karena peneliti masih minim tentang penelitian objek ini.