

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada zaman sekarang ini, permasalahan lingkungan semakin meningkat seperti pemanasan global, krisis energi maupun pencemaran lingkungan hidup. Oleh karena itu timbul kesadaran perusahaan – perusahaan untuk membuat produk yang ramah lingkungan. Produk ramah lingkungan yaitu produk produk yang tidak mencemari lingkungan hidup ataupun merusak lingkungan hidup. Konsep ramah lingkungan ini sangat baik untuk keberlangsungan lingkungan hidup bagi generasi selanjutnya. Selain itu terdapat banyak sekali manfaat dari produk ramah lingkungan yaitu mengurangi emisi, menjaga sumber daya alam, mengurangi pencemaran lingkungan serta dapat meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat.

Produk ramah lingkungan dibuat dari bahan yang tidak merusak lingkungan hidup, kemasannya mudah terurai dan juga dapat didaur ulang. Produk ramah lingkungan saat ini sudah banyak dipasarkan khususnya di Indonesia dengan jumlah penduduk yang banyak merupakan pasar yang menjanjikan bagi perusahaan – perusahaan. Namun para pebisnis lokal yang menjual produk ramah lingkungan mengaku permintaan cenderung lebih banyak dari luar negeri daripada konsumen dari Indonesia. Hal tersebut diungkapkan oleh beberapa perusahaan di Indonesia seperti Sapu Upcycle (produk daur ulang yang memproduksi tas, dompet, *clutch* menggunakan bahan material ban bekas truk) yang menyatakan bahwa sebesar 70% produk yang diproduksi di kirim ke Eropa; Evoware (gelas ramah lingkungan) dan Mycotech (penghasil batubata dari jamur dan limbah pertanian) (demo.katadata.co.id).

Masyarakat negara maju memiliki kecenderungan untuk mendukung penggunaan produk ramah lingkungan, termasuk produk kebutuhan sehari-hari seperti sampo, sabun mandi, minuman. Hal ini disebabkan kesadaran masyarakat yang kuat terhadap kesehatan dan kebugarannya (metro.co.uk). Penelitian Prakash & Pathak, (2017) memperkuat pernyataan tersebut dimana pendidikan masyarakat dapat membangun kepedulian mereka terhadap keberlanjutan lingkungan. Tentu

saja hal tersebut akan mendorong masyarakat untuk berkontribusi positif dengan melakukan aktivitas yang ramah lingkungan.

Dalam memilih produk dengan kategori ramah lingkungan terdapat beberapa faktor yang dipertimbangkan konsumen seperti *attitude*, *environmental concern*, *personal norms*, dan *willingness to pay* (WTP). Perilaku masyarakat (*attitude*) juga dinyatakan dapat berpengaruh pada minat beli produk yang tidak merusak lingkungan hidup serta perilaku masyarakat yang memperhatikan kelestarian lingkungan cenderung akan membelinya. Hal ini dapat menjelaskan bahwa kepedulian terhadap lingkungan dapat dijadikan area yang potensial untuk strategi bisnis.

Produk dapat dikatakan ramah lingkungan apabila produk tersebut dapat di daur ulang. Kesadaran terhadap lingkungan (*environmental concern*) juga sangat penting dengan cara memperhatikan faktor lingkungan yang berkaitan dengan daur ulang sehingga tidak memberikan efek negatif terhadap lingkungan hidup. Oleh karena itu, produsen maupun pelaku bisnis dituntut untuk memproduksi produk yang memberikan manfaat ekonomis serta produk yang mempertimbangkan masalah lingkungan. Adapun proses proses dalam memproduksi harus mengikuti kriteria ramah lingkungan seperti penelitian, pengolahan, pembuangan limbah dan serta pendistribusian.

Norma (*Personal Norms*) juga menjadi pertimbangan dalam membeli produk ramah lingkungan karena dengan adanya norma maka masyarakat cenderung akan memperhatikan dan mematuhi aturan – aturan serta turut andil untuk melestarikan kelangsungan lingkungan.

Masyarakat cenderung akan memperhatikan harga dari suatu produk sehingga muncul kesediaan untuk membeli produk tersebut. Namun masyarakat bersedia membayar lebih (*willingness to pay*) apabila produk tersebut memiliki banyak manfaat yang menguntungkan lingkungan hidup serta memiliki kualitas yang lebih baik. Maka dapat disimpulkan terdapat beberapa variabel yang mempengaruhi masyarakat dalam mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut

Kondisi tersebut mendorong pertumbuhan perusahaan yang menyediakan produk kebutuhan sehari-hari misalnya di bidang kosmetik berkembang dengan pesat. Misalnya The body Shop berdiri pada tahun 1976. Saat ini sudah memiliki 2400 outlet di 61 negara. Produk ramah lingkungan dianggap cenderung lebih aman untuk wanita. Hasil survey menunjukkan bahwa terdapat lebih dari 17.000 wanita konsumen di Indonesia yang berlangganan di klinik kecantikan ZAP Beauty Index mengungkapkan bahwa terdapat lebih dari 64% wanita yang cenderung lebih mementingkan keamanan sebuah produk dibandingkan dengan harga produk yang murah. Dan terdapat 27% dari wanita dengan umur 36-55 tahun yang mengharapkan agar perusahaan mencantumkan label halal dalam setiap produk yang telah dikeluarkan. (viva.co.id)

Produk sampo termasuk produk perawatan kosmetik yang digunakan harian oleh masyarakat. Dengan mempertimbangkan fakta bahwa wanita lebih mengutamakan kosmetik yang aman, penelitian ini fokus pada produk sampo.

Kategori sampo yang ramah lingkungan adalah menggunakan bahan organik, *no animal testing* dan 100 % vegan dengan kemasan yang dapat didaur ulang. Beberapa merek sampo yang ramah lingkungan yang beredar di Indonesia misalnya Good Virtue Co, Lush, Love Beauty and Planet yang dipasarkan oleh Guardian. Sedangkan untuk The Body Shop dapat ditemukan di outlet yang berada di Indonesia.

Maka dari itu penulis menulis penelitian dengan judul “ **Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Wanita Terhadap Produk Ramah Lingkungan di kota Batam** ”.

1.2 Permasalahan Penelitian

Pada penelitian terdahulu disebutkan bahwa *Attitude, enviromental concern, personal norms* dan WTP mempengaruhi penggunaan produk ramah lingkungan. Peneliti tertarik untuk meneliti minat pembelian konsumen dalam menentukan produk sampo karena sampo merupakan produk perawatan yang memiliki dampak langsung terhadap rambut. Konsumen cenderung tidak

merubah pilihan Sampo meskipun produk tersebut mempunyai peranan dalam menyebabkan polusi udara. Adapun tren yang sedang berkembang dalam penjualan produk sampo yaitu produk sampo dalam bentuk batangan yang di produksi oleh Lush Cosmetic sehingga mengurangi penggunaan plastik. Maka dari itu, Peneliti melakukan penelitian tentang faktor yang mempengaruhi konsumen dalam menentukan minatnya terhadap Sampo yang ramah lingkungan. Dari latar belakang penelitian, penulis mengidentifikasi masalah seperti di bawah ini :

1. Apakah perilaku memiliki pengaruh terhadap minat beli Sampo ramah lingkungan secara signifikan?
2. Apakah kepedulian terhadap lingkungan berpengaruh terhadap minat beli Sampo ramah lingkungan secara signifikan?
3. Apakah norma pribadi memiliki pengaruh terhadap minat beli Sampo ramah lingkungan secara signifikan?
4. Apakah kesediaan untuk membayar memiliki pengaruh terhadap minat beli Sampo ramah lingkungan secara signifikan?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan aplikasi Teori Perilaku Berencana pada Minat beli perempuan terhadap produk ramah lingkungan terutama produk sampo.

Tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah perilaku memiliki pengaruh pada minat beli Sampo ramah lingkungan.
2. Untuk mengetahui apakah kepedulian terhadap lingkungan mempunyai pengaruh pada minat beli Sampo ramah lingkungan.
3. Untuk mengetahui apakah norma pribadi mempunyai pengaruh pada minat beli Sampo ramah lingkungan.
4. Untuk mengetahui apakah kemauan untuk membayar memiliki pengaruh pada minat beli Sampo ramah lingkungan.

1.4 Manfaat penelitian

Penelitian yang meliputi tentang perilaku, kepedulian terhadap lingkungan, norma pribadi dan kemauan untuk membayar pada minat beli produk. Penelitian ini membagikan manfaat bagi orang lain seperti pengetahuan mengenai produk yang ramah lingkungan dan melestarikan kelangsungan lingkungan untuk kehidupan masyarakat yang lebih baik. Adapun manfaat lain yaitu sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Memberikan pengetahuan atau wawasan kepada perusahaan bahwa konsumen akan mempertimbangkan faktor – faktor seperti personal norms, *attitude*, *environmental concern*, WTP dan *intention* untuk membeli produk.

2. Bagi studi/ pendidikan

Penelitian ini dapat menjadi wawasan kita mengenai faktor yang mempengaruhi minat beli produk ramah lingkungan dan dapat dijadikan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya.

1.5 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan tentang skripsi merupakan korelasi antara satu bab dengan lainnya seperti berikut ini :

BAB I : PENDAHULUAN

Pembahasan mengenai latar belakang penelitian, permasalahan penelitian, tujuan, manfaat dan sistematika pembahasan.

BAB II : KERANGKA TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Pembahasan konsep tentang perilaku, kepedulian terhadap lingkungan, norma pribadi dan kemauan untuk membayar sebagai kerangka teoritis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari rancangan, objek, definisi variabel penelitian serta metode pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan hasil yang didapat dari uji statistika serta penjelasan hasil analisisnya.

BAB V : KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN REKOMENDASI

Pembahasan mengenai kesimpulan yang ditarik oleh peneliti mengenai hasil analisisnya dan keterbatasan yang dihadapi serta memberikan rekomendasi bagi peneliti selanjutnya.