

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Ibu kota metropolitan Provinsi Jawa Barat adalah Bandung. Di Indonesia, Bandung adalah kota terpadat ketiga, sesudah Jakarta dan Surabaya, serta terletak 140 kilometer tenggara Jakarta.



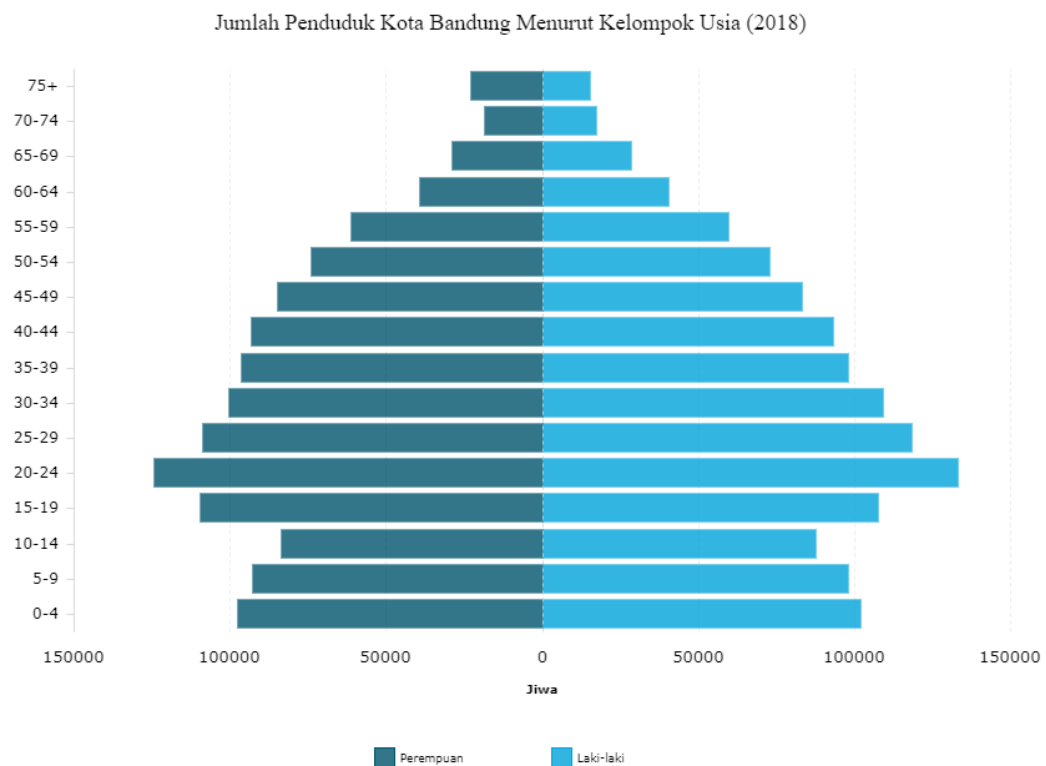
*Gambar 1. 1 Lambang Kota Bandung*

*Sumber: Bandung.go.id*

Peraturan Daerah Kota Bandung tanggal 8 Juni 1953, diikuti dengan Keputusan Presiden Nomor 104 tanggal 28 April 1953, menciptakan lambang kota Bandung. Pada tanggal 28 Agustus 1954, Berita Provinsi Jawa Barat, Nomor 4, Lampiran Nomor 6, diterbitkan. Lambang ini dalam bentuk perisai, dan diakui oleh budaya serta peradaban yang menjadi senjata sebagai upaya dalam memperoleh tujuan dengan membela diri terhadap bahaya dan penderitaan. Sementara tulisan “Gemah Ripah Wibawa Mukti” mempunyai makna tanah subur rakyat makmur.

Kota Bandung dapat dikatakan sebagai miniatur Indonesia, dengan masyarakatnya yang beragam suku, adat istiadat, agama dan kepercayaan, juga pemandangan alam serta suasana metropolitan. Data Badan Pusat Statistik (BPS) dalam Kata Data (2018) mencatat Pada 2018, Bandung memiliki populasi 2,5 juta orang. Ada 1,26 juta pria dan 1,24 juta wanita dalam jumlah ini. Jumlah orang dalam kelompok usia yang tidak produktif (0-14 tahun) adalah 562.000. Sementara itu, 1,81 juta orang dalam kelompok usia produktif (15-64 tahun) dan 132.000 orang

dalam kelompok usia non-produktif (lebih dari 65 tahun). Hal ini menunjukkan bahwa Kota Bandung mengalami ledakan demografi, sebab populasi usia kerja melebihi jumlah penduduk yang tidak bekerja ditambah populasi non-produktif sebesar 694.000 jiwa.



Gambar 1. 2 Grafik Jumlah Penduduk Kota Bandung Menurut Kelompok Usia pada Tahun 2018

*Sumber: Kata Data (2018)*

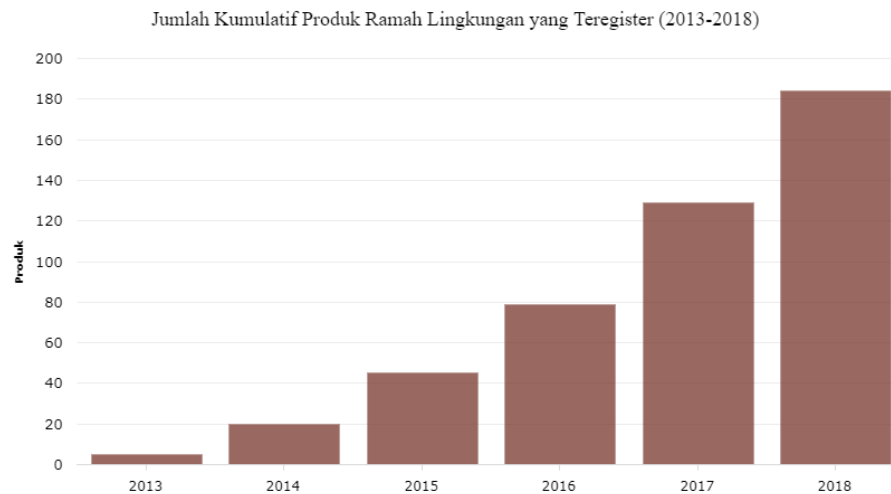
## 1.2 Latar Belakang

Permasalahan lingkungan banyak terjadi di Indonesia dan belum teratasi. Isu masalah lingkungan sangat penting, karena kualitas lingkungan secara langsung akan mempengaruhi kualitas kehidupan manusia sekarang dan di masa mendatang (Pratama, 2020). Permasalahan lingkungan dapat dikatakan sebagai permasalahan multidimensional karena melibatkan berbagai kalangan. Tidak hanya dari sisi konsumen dan produsen saja yang tetapi juga pemerintah sebagai badan pengatur

lingkungan berperan penting dalam mengurangi dampak produksi produk terhadap kerusakan lingkungan (Pinem et al., 2018).

Permasalahan lingkungan yang sukar dipecahkan di Indonesia di antaranya adalah masalah sampah plastik. Data Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2021 menyebutkan bahwa di Indonesia limbah plastik setiap tahunnya berjumlah 66 juta ton. Di tahun 2018, diperkirakan oleh Studi Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) berjumlah 0,26 juta-0,59 juta ton plastik ini mengarah ke laut (Sulaiman, 2021). Selain permasalahan sampah plastik, di Indonesia pencemaran air juga menjadi suatu permasalahan lingkungan. Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) menyampaikan pada tahun 2020, sebanyak 59% sungai di Indonesia sudah tercemar berat. Pencemaran sungai ini banyak disebabkan karena limbah rumah tangga, limbah industri migas serta pertambangan, serta limbah peternakan, sehingga di aliran sungai berbagai biota tidak bisa hidup disebabkan oksigen yang kurang (Zhafira, 2021)

Dalam menangani permasalahan lingkungan tersebut, produk ramah lingkungan dapat menjadi solusi alternatif. Pusporini, Abhary dan Luong dalam Hendayani dan Prahatikno (2016) menyatakan bahwa produk ramah lingkungan menjadi pertimbangan penting bagi industri manufaktur dan bahwa fokus yang berkembang ini akan memaksa industri untuk meningkatkan kesadaran mereka akan kebutuhan untuk melindungi lingkungan dengan memproduksi produk yang akan memenuhi kebutuhan pelanggan dan persyaratan lingkungan. Pemerintah pun terus mendorong produk-produk ramah lingkungan dengan kategori produk tekstil, produk kertas, kulit jadi, cat tembok, serbuk detergen, baterai kering, serta kantong belanja plastik untuk mendapatkan *eco-label* yang tersertifikasi oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) (Rizaty Monavia, 2021). Terbukti dengan data Badan Pusat Statistik (BPS) yang menampilkan bila jumlah produk ramah lingkungan yang terdaftar di Indonesia meningkat tiap tahunnya.



Gambar 1. 3 Grafik Jumlah Kumulatif Produk Ramah Lingkungan yang Teregister

*Sumber: Kata Data (2021)*

Upaya untuk menjaga kelestarian lingkungan juga dikiatkan oleh Pemerintah Kota Bandung. Salah satunya adalah dengan mengimplementasikan proyek percontohan pada tahun 2016, di mana pelanggan akan dikenakan harga untuk menggunakan kantong plastik. Program tersebut akan terus digalakan untuk menekan peningkatan sampah plastik di Kota Bandung. Pada tahun 2020, Pemerintah Kota Bandung menargetkan 10% warganya untuk beralih pada kantong plastik ramah lingkungan dan diharapkan setiap tahunnya akan terus meningkat hingga 100% target tercapai (Rais, 2021).

Di sisi lain, masyarakat kini kian sadar akan perlunya mempertahankan kelestarian dan meminimalkan masalah lingkungan (Riyanto et al., 2018). Di tengah isu perubahan iklim yang beberapa tahun terakhir menjadi sorotan, masyarakat Indonesia mulai berinisiatif untuk menjaga kelestarian bumi melalui beberapa hal kecil. Salah satunya lewat gerakan bertajuk *sustainable living* seperti gerakan mendaur ulang sehingga meminimalisir pembuangan sampah dan limbah, mengurangi penggunaan produk plastik sekali pakai, dan beralih ke makanan organik (Zhafira, 2019).

Masyarakat sebagai konsumen produk juga tentunya berperan penting dalam mengupayakan kelestarian lingkungan. Terutama generasi muda, karena

generasi muda adalah garda terdepan perlindungan lingkungan di Indonesia (Zhafira, 2021). Menurut studi *Cambridge Global Perspectives*, generasi muda di Indonesia sangat memperhatikan isu lingkungan. Data yang diperoleh menunjukkan bahwa 21% peserta didik Indonesia (13-19 tahun) percaya bahwa pencemaran lingkungan, termasuk sampah plastik, merupakan masalah global utama. Pada saat yang sama, 93% peserta didik Indonesia mengatakan mereka akan mengambil tindakan untuk mengatasi masalah ini (Handayani, 2020).

Dari segi bisnis, tren pasar global saat ini terpengaruh oleh isu permasalahan lingkungan dan menjadi terarah pada produk ramah lingkungan atau *green product* (Novita et al., 2020). Lestiani (2020) mendefinisikan *green product*, juga disebut sebagai *ecological product* atau *environmental friendly product*, berbahan dasar aman, tidak mengandung racun, hingga mudah dilakukan daur ulang, dan kemasan yang ramah lingkungan guna membatasi efek negatif dari penggunaan produk.

Menurut Tanner dan Kast dalam Song et al., (2019), pemahaman konsumen mengenai *environmental awareness* dan atribut penting terkait produksi ramah lingkungan dapat berpengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen. Pada pengembangan *green product* yang mengatasi masalah lingkungan, telah mengerahkan lebih banyak upaya untuk merancang karakteristik agar produk tersebut dapat dikenali oleh konsumen. Dalam konteks ini, *eco-label* cenderung menjadi faktor penting dari *green product* untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Sementara itu, masyarakat Indonesia sebagai konsumen mulai menjadi lebih sadar lingkungan. Selaras dengan data hasil riset yang dipaparkan oleh Azizah (2021), yakni riset oleh PwC *Global Consumer Insights Pulse Survey* yang menyampaikan bila secara sadar konsumen Indonesia sebanyak 86% melakukan pembelian barang dengan kemasan yang ramah lingkungan maupun lebih melakukan pengurangan terhadap pemakaian kemasan. Persentase tersebut lebih tinggi daripada negara lain diantaranya Mesir (68%), Filipina (74%), serta Vietnam (74%). Studi tersebut secara global menunjukkan bila setengah (50%) dari konsumen global menyampaikan bila selama 6 bulan terakhir, konsumen sudah

menjadi lebih ramah lingkungan, dengan konsumen Asia Tenggara (termasuk Indonesia) serta Timur Tengah (Azizah, 2021) yang memimpin.

Data lain dari hasil riset Kantar menampilkan bila jumlah konsumen di Indonesia yang lebih peduli terkait dengan produk ramah lingkungan dari tahun 2020 ke tahun 2021 meningkat 112%. Pentingnya pola hidup yang lebih ramah terhadap lingkungan juga makin disadari oleh konsumen di Indonesia, bisa dilihat dengan mulai diadopsinya kebiasaan ramah lingkungan di kehidupan sehari-hari dengan persentase 86%, serta sebanyak 74% menentukan untuk membeli brand yang peduli terhadap kepentingan sosial. Data tersebut menampilkan bila mulai banyaknya konsumen yang lebih teliti dalam melihat berbagai bahan serta proses produk suatu produk dibuat (Handayani, 2021).

### **1.3 Perumusan Masalah**

Keberlanjutan lingkungan kini semakin kiat diupayakan baik dari sisi konsumen, produsen, maupun pemerintah sebagai pembuat kebijakan, sehubungan dengan banyaknya permasalahan lingkungan di Indonesia. Terbukti dengan meningkatnya jumlah produk ramah lingkungan yang terdaftar di Indonesia, serta banyaknya data survei yang menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia kini semakin memiliki sikap sadar lingkungan dan memiliki rasa peduli terhadap produk ramah lingkungan.

Tanner dan Kast dalam Song et al. (2019) mengungkapkan bahwa terdapat hubungan potensial antara *eco-label* dan atribut produk yang sesuai. Beberapa ahli menyatakan bahwa pemahaman konsumen yang memadai tentang atribut penting yang terkait dengan produksi *green product* dapat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Selain itu menurut D'Souza et al. dalam Song et al. (2019), keragaman demografis juga diverifikasi dalam mengidentifikasi informasi *eco-label*; kelompok usia muda menunjukkan tingkat kepuasan yang relatif lebih tinggi terhadap label tersebut dibandingkan kelompok usia tua dan menengah.

Pengembangan *green product* yang mengatasi masalah lingkungan telah mengerahkan lebih banyak upaya untuk menyesuaikan karakteristik yang dapat dikenali dari konsumen produk terkait. Dalam konteks ini, *eco-label* cenderung

menjadi faktor penting dari *green product* untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (Song et al., 2019). Maka dari itu dalam riset ini dilakukan pengujian untuk memverifikasi pengaruh *eco-label* terhadap *green purchase* pada generasi muda.

#### 1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasar pada rumusan masalah yang sudah diuraikan, pertanyaan dalam riset ini antara lain:

- 1) Bagaimana persepsi generasi muda di Kota Bandung terhadap variabel *eco-label*, *product attributes*, *environmental attitude*, *environmental concern*, dan *green purchase*?
- 2) Apakah *eco-label* berpengaruh positif terhadap *environmental attitude*?
- 3) Apakah *eco-label* berpengaruh positif terhadap *environmental concern*?
- 4) Apakah *eco-label* berpengaruh positif terhadap *green purchase*?
- 5) Apakah *eco-label* berpengaruh positif terhadap *product attributes*?
- 6) Apakah *product attributes* berpengaruh positif terhadap *environmental attitude*?
- 7) Apakah *product attributes* berpengaruh positif terhadap *environmental concern*?
- 8) Apakah *environmental attitude* berpengaruh positif terhadap *environmental concern*?
- 9) Apakah *environmental attitude* berpengaruh positif terhadap *green purchase*?
- 10) Apakah *environmental concern* berpengaruh positif terhadap *green purchase*?

#### 1.5 Tujuan Penelitian

Riset ini memiliki tujuan agar bisa menggambarkan berbagai hal berikut:

- 1) Untuk mengetahui persepsi generasi muda di Kota Bandung terhadap variabel *eco-label*, *product attributes*, *environmental attitude*, *environmental concern*, dan *green purchase*?
- 2) Untuk mengetahui pengaruh *eco-label* terhadap *environmental attitude*.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh *eco-label* terhadap *environmental concern*.

- 4) Untuk mengetahui pengaruh *eco-label* terhadap *green purchase*.
- 5) Untuk mengetahui pengaruh *eco-label* terhadap *product attributes*.
- 6) Untuk mengetahui pengaruh *product attributes* terhadap *environmental attitude*.
- 7) Untuk mengetahui pengaruh *product attributes* terhadap *environmental concern*.
- 8) Untuk mengetahui pengaruh *environmental attitude* terhadap *environmental concern*.
- 9) Untuk mengetahui pengaruh *environmental attitude* terhadap *green purchase*.
- 10) Untuk mengetahui pengaruh *environmental concern* terhadap *green purchase*.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

### **1.6.1 Manfaat Praktis**

Membantu industri berkelanjutan pada mengembangkan strategi yang sesuai dengan nilai produk berkelanjutan dan nilai konsumen produk berkelanjutan.

### **1.6.2 Manfaat Teoritis**

Menguji model yang sama pada penelitian terdahulu untuk diujikan pada objek penelitian generasi muda di Kota Bandung sebagai pembeda untuk mengetahui hubungan antar variabel.

## **1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Sistematika penulisan yang dipakai pada riset ini antara lain:

### **a. BAB I PENDAHULUAN**

Pendahuluan, bab ini memaparkan terkait dengan latar belakang, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

### **b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Tinjauan pustaka, bab ini berisikan terkait teori manajemen operasi, *supply chain management*, *green supply chain management*, *eco-label* dan *environmental awareness*, *eco-label* sebagai *product attribute*, *environmental awareness* dan *green purchase*, riset terdahulu, kerangka pemikiran serta hipotesis penelitian.



**c. BAB III METODE PENELITIAN**

Metode penelitian, bab ini diuraikan terkait karakteristik penelitian, alat pengumpulan data, tahapan penelitian, populasi serta sampel, pengumpulan data serta sumber data, validitas dan reliabilitas dan teknik analisis data dan hipotesis.

**d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Secara sistematis hasil riset berdasar rumusan masalah dan tujuan penelitian, menyajikan hasil penelitian, membahas analisis dari hasil penelitian yang diawali dengan analisis data, penarikan kesimpulan dan membandingkan dengan riset terdahulu maupun landasan teori yang relevan.

**e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Menyajikan kesimpulan berdasarkan jawaban atas pertanyaan penelitian, yang nantinya sebagai saran yang berhubungan terkait dengan manfaat penelitian.

**Halaman ini sengaja dikosongkan.**