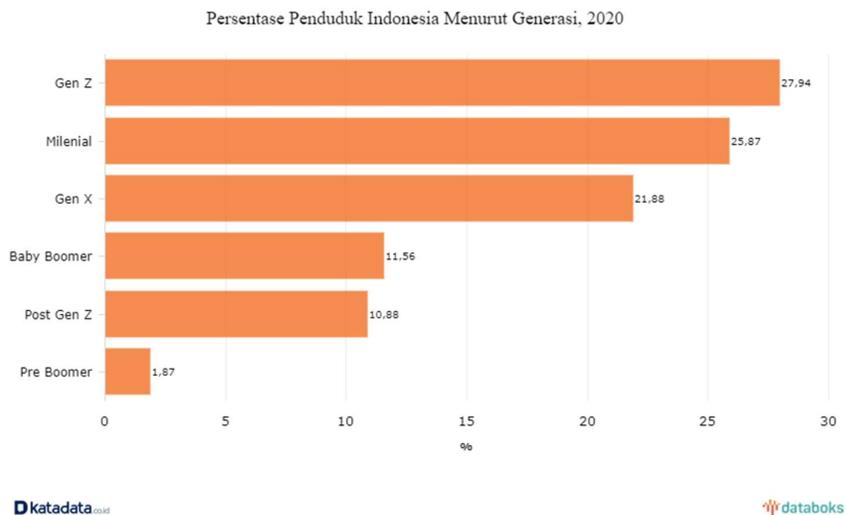


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Hasil sensus penduduk Indonesia tahun 2020 berdasarkan Badan Pusat Statistik yang diunggah pada Databoks.katadata.co.id (2020) menunjukkan bahwa demografi masyarakat Indonesia didominasi oleh Generasi Z dan Generasi Milenial. Gambar 1.1 menunjukkan bahwa 27,94% (74,93 juta) dari total penduduk Indonesia adalah Generasi Z dan 25,87% (69,38 juta) dari total penduduk Indonesia adalah Generasi Milenial. Dengan itu, total generasi z dan generasi milenial Indonesia sebanyak 144,31 juta penduduk. Generasi Milenial merupakan orang-orang yang berkelahiran di tahun 1981-1996 dan Generasi Z merupakan orang-orang yang lahir di tahun 1997-2012 (databoks.katadata.co.id, 2021). Saat ini, Generasi Z merupakan mereka yang berusia 9-24 tahun dan Generasi Milenial merupakan mereka yang berusia 25-40 tahun.

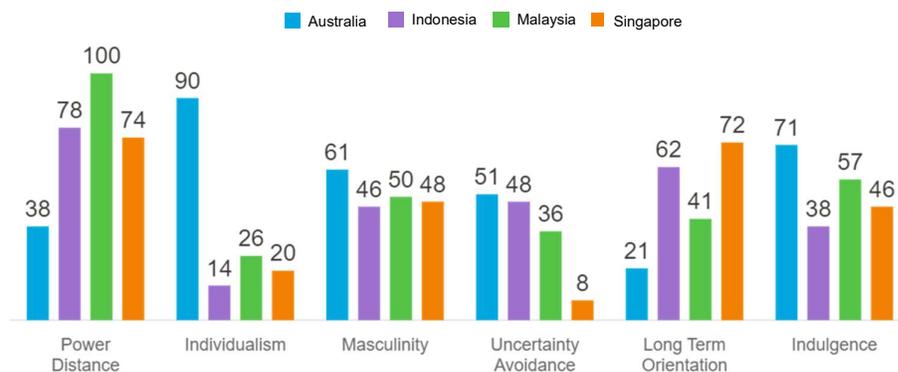


Gambar 1. 1

Persentase Penduduk Indonesia Menurut Generasi di Tahun 2020

Sumber: Proporsi Populasi Generasi Z dan Milenial Terbesar di Indonesia
(databoks.katadata.co.id, 2021)

Masyarakat Indonesia memiliki kultur kolektif yang tinggi, hal itu dilihat dari *Country Comparison* yang dilakukan oleh Gerard Hendrick Hofstede (*Country Comparison - Hofstede Insights*, 2021) dengan menggunakan enam dimensi penelitiannya yaitu *Power Distance* (jarak kekuasaan), *Individualism* (tingkat ketergantungan), *Masculinity* (maskulinitas), *Uncertainty Avoidance* (penghindaran ketidakpastian), *Long Term Orientation* (orientasi jangka Panjang), dan *Indulgence* (kesenangan). Grafik pada Gambar 1.1 memperlihatkan perbandingan enam dimensi tersebut dari 4 negara berbeda, yaitu Australia (biru), Indonesia (ungu), Malaysia (hijau), dan Singapore (oren). Grafik tersebut menunjukkan dimensi Individualisme Indonesia paling rendah diantara 3 negara lainnya dengan nilai 14. Hal itu mengartikan bahwa negara Indonesia merupakan negara dengan masyarakat kolektif.



Gambar 1. 2

Grafik Perbedaan Enam Dimensi Kultur Nilai The Hofstede dari Berbagai Negara

Sumber: Country Comparison (hofstede-insight.com, 2021)

Tingkah laku kolektif secara istilah dimaknai sebagai gotong royong, dimana tingkah laku tersebut jika terdapat masalah akan menyelesaikannya secara bersama-sama. Secara historis, kondisi ini merupakan nilai asli milik bangsa Indonesia yang sudah dilakukan sejak zaman dahulu (Revolusimental.go.id, 2021). Meski saat ini sudah memasuki era baru, nilai-nilai dan pengaplikasian sikap gotong royong masih dipegang dan dilestarikan oleh sebagian masyarakat Indonesia baik secara tradisional maupun dengan memanfaatkan teknologi digital

dan internet, atau bisa disebut “gotong royong bentuk baru” (Revolusional.go.id, 2021).

Melihat “gotong royong baru” yang berbasis teknologi pastinya tidak terlepas dari Generasi Milenial dan Generasi Z yang melek dengan teknologi. Didukung oleh pernyataan Rakhmah (2021), bahwa Generasi Z merupakan generasi yang cakap dalam memanfaatkan perubahan teknologi di berbagai aktivitas mereka. Kemudian, dikutip dari Simarmata et al. (2019) nilai gotong royong masih dianggap penting oleh generasi milenial, mereka juga ikut menerapkan gotong royong itu di lingkungannya. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa Generasi Milenial dan Generasi Z Indonesia masih memegang kuat budaya gotong royong atau tingkah laku kolektivis.

Berdasarkan Cheung & To (2019), orang-orang yang memiliki nilai kolektivistik cenderung lebih proaktif dalam perlindungan lingkungan, seperti kooperatif, peduli pada sesama, dan menempatkan nilai yang lebih tinggi pada kelompok daripada pribadi.

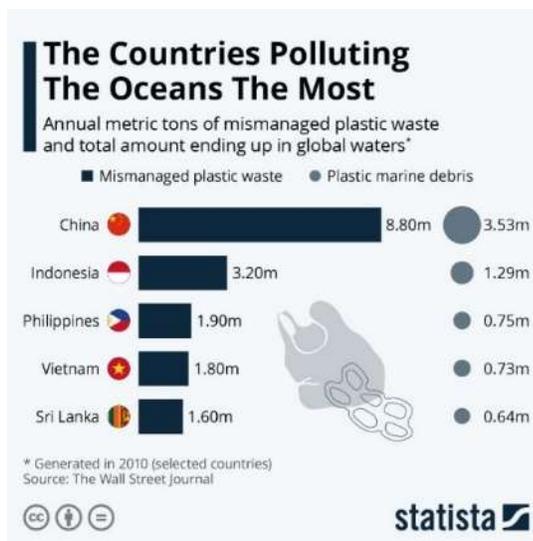
Pada penelitian ini, wilayah Jawa Barat dipilih sebagai wilayah pengambilan sampel penelitian, mengingat provinsi Jawa Barat merupakan wilayah dengan penduduk Generasi Z dan Generasi Milenial tertinggi di Indonesia dengan rentang usia 10-39 tahun sebanyak 23.301.196 jiwa (Gis.dukcapil.kemendagri.go.id, 2021).

1.2 Latar Belakang

Lingkungan hidup merupakan kesatuan ruang meliputi seluruh benda, daya, keadaan, dan makhluk hidup, termasuk adanya manusia dan perilakunya yang mempengaruhi keberlangsungan kehidupan dan kesejahteraan manusia serta makhluk hidup lainnya (Manik, 2016). Namun, perilaku manusia terhadap lingkungan kian hari kian mencemaskan akibat dari kemajuan dalam berbagai bidang, seperti ekonomi dan teknologi. Hal itu juga sesuai dengan ayat Al-Qur'an mengenai akibat buruk dari perbuatan manusia yang terdapat pada surat Ar-Rum ayat 41, “Telah tampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan perbuatan manusia, supaya Allah merasakan kepada mereka sebagian dari (akibat) perbuatan

mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar),”. Pencemaran lingkungan alam jika dibiarkan dalam jangka waktu yang lama akan berpengaruh besar pada keselamatan biota alam yang ada dan akan berdampak pada kelangsungan makhluk hidup (Schaltegger, 2002).

Pada tahun 2019, Indonesia diperkirakan menghasilkan sampah sekitar 66-67 juta ton (Sulistya, 2019). Sedangkan, berdasarkan penjelasan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan, Siti Nurbaya, Indonesia memiliki jumlah timbunan sampah yang sangat besar, yakni sekitar 67,8 juta ton pada tahun 2020 (Menlhk.go.id, 2020). Dapat disimpulkan bahwa peningkatan sampah Indonesia tahun 2019 ke 2020 sebesar 1,19% jika mengambil perkiraan optimal dari jumlah sampah di tahun 2019 (67 ton).



Gambar 1.3

Daftar Negara yang Paling Mencemari Laut

Sumber: The Countries Polluting The Oceans The Most (Statista.com, 2020)

Pada Gambar 1.3 terlihat bahwa Indonesia termasuk negara kedua dalam pencemaran sampah ke laut (Statista.com, 2020). Sampah yang berakhir di lautan dapat berpengaruh pada keseimbangan ekosistem laut (S. F. Utami, 2019). Salah satu contohnya, apabila paus terdampak sampah plastik hingga menyebabkan

kematian, ketiadaannya dapat menjadi pengaruh dalam penyerapan CO₂ di bumi. International Monetary Fund (IMF) menyebut bahwa setiap paus besar rata-rata menyerap 33 ribu kilogram CO₂ (Purningsih, 2020). Pemanasan Global akibat CO₂ yang meningkat dan berkurangnya keberadaan paus sebagai penyerap CO₂ terbesar dapat berdampak besar pada perubahan iklim yang menimbulkan berbagai pengaruh buruk terhadap bumi, diantaranya kerusakan ekosistem laut, kebutuhan pangan yang mulai terganggu, munculnya cuaca ekstrim, terjadi berbagai bencana alam, dan lainnya (S. F. Utami, 2019).

Perubahan iklim tersebut kian terasa oleh manusia sebagai makhluk hidup yang ada di bumi ini. Berdasarkan hasil laporan ISEAS-Yusof Ishak Institute melalui databoks.katadata.co.id (2021), mayoritas masyarakat Indonesia sebanyak 71,7% (Gambar 1.4) memberikan tanggapan bahwa isu perubahan iklim serius dan berpotensi mengancam kehidupan masyarakat dan menjadi persentase ketiga di Asia Tenggara.

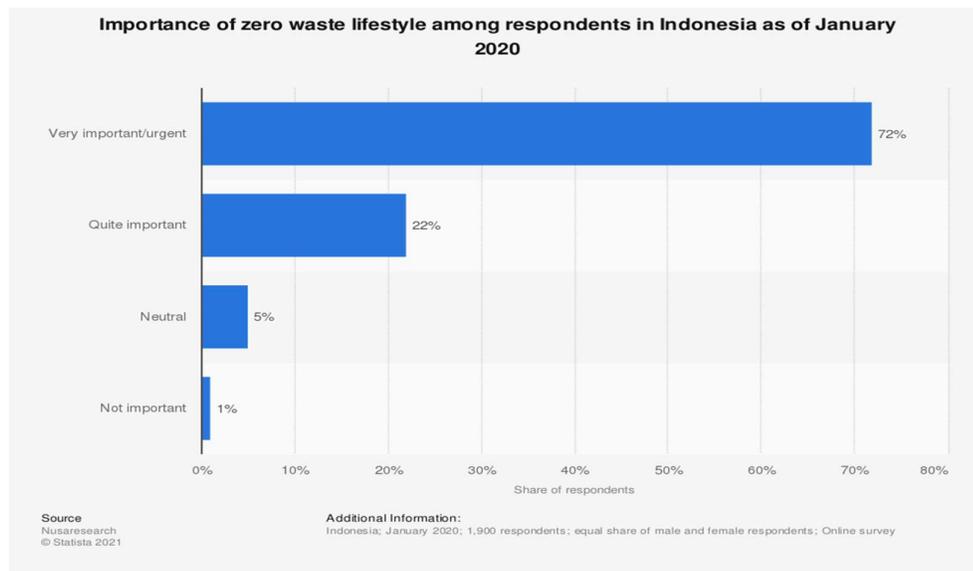


Gambar 1. 4

Persepsi Publik Indonesia Terkait Perubahan Iklim

Sumber: Mayoritas Masyarakat RI Nilai Isu Perubahan Iklim Serius dan Mengancam (databoks.katadata.co.id, 2021)

Disamping itu, sebagian besar masyarakat Indonesia juga menyatakan bahwa banjir, kenaikan permukaan air laut, dan longsor merupakan hal serius yang mengancam dari perubahan iklim dan perlu diwaspadai (databoks.katadata.co.id, 2021). Namun, jika melihat pengertian perubahan iklim berdasarkan Konvensi Perserikatan Bangsa-Bangsa (Ditjenppi.menlhk.go.id, 2017), perubahan iklim merupakan suatu perubahan yang disebabkan oleh aktivitas manusia. Menurut WWF, kegiatan pembakaran bahan bakar fosil, deforetasi, dan kegiatan industri yang dilakukan oleh manusia menjadi penyebab efek rumah kaca (Febriansyah, 2021). Aktivitas tersebut mengubah struktur dari atmosfer global dan variabilitas iklim alami pada rentang waktu tertentu. Dalam hal ini, maksud dari komposisi atmosfer global adalah komposisi material atmosfer bumi berupa Gas Rumah Kaca (ditjenppi.menlhk.go.id, 2017).



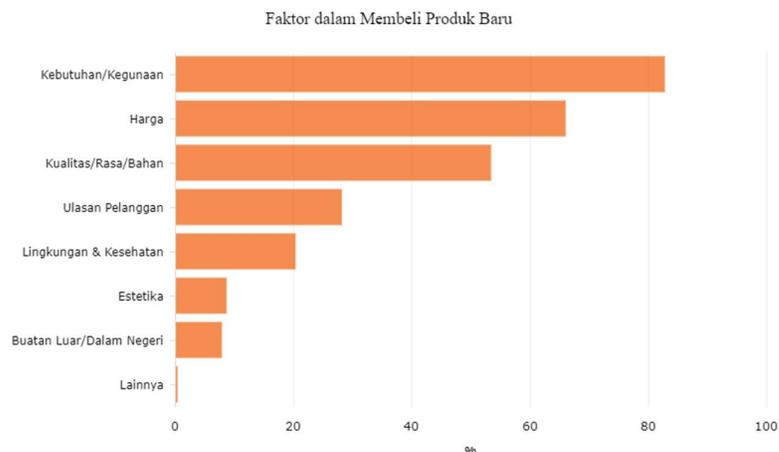
Gambar 1.5

Kesadaran Masyarakat Indonesia tentang Gaya Hidup Zero Waste

Sumber: Indonesia Zero Waste Lifestyle Awareness (Statista.com, 2021)

Konsumen Indonesia, khususnya kaum milenial, semakin sadar terhadap masalah lingkungan maupun sosial. Pada tahun 2021, sebuah riset global yaitu "An Eco Wakening" dilakukan oleh The Economist Intelligence Unit dan WWF,

hasilnya menunjukkan bahwa kesadaran dan keterlibatan masyarakat mengenai isu-isu lingkungan telah meningkat sebesar 53% (CNNIndonesia, 2021). Kemudian, hasil survei menunjukkan 72% responden Indonesia (Gambar 1.5) menyatakan bahwa menjalani gaya hidup *zero waste* sangat penting (Statista.com, 2020). Hal itu sejalan dengan hasil riset yang telah dilakukan oleh Kantar, bahwa 86% konsumen Indonesia mulai mengadopsi kebiasaan ramah lingkungan dalam aktivitas sehari-hari (CNNIndonesia, 2021) dan hasil penelitian Walhi menunjukkan sebagian besar generasi milenial dan generasi Z di DKI Jakarta, Jawa Timur, Sumatera Selatan, Jambi, Kalimantan Tengah dan Papua sudah mempraktekkan gaya hidup dan perilaku ramah lingkungan (Abdul et al., 2020).



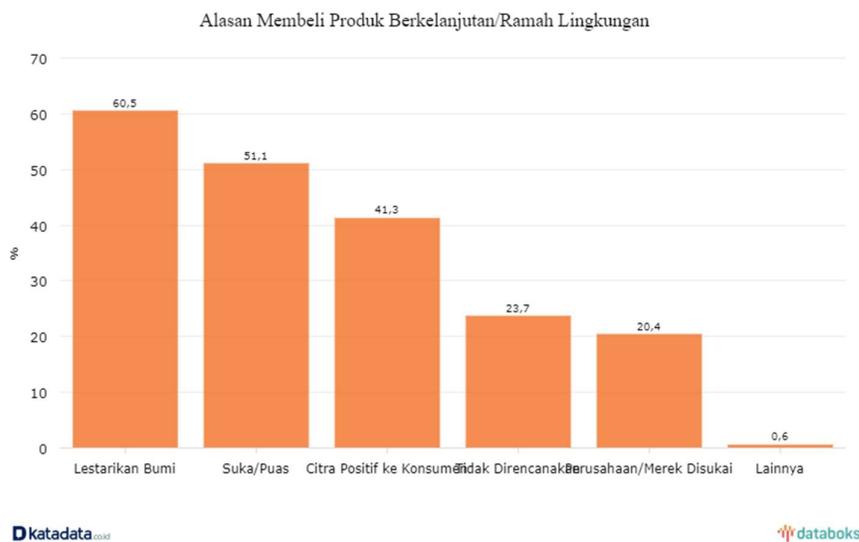
Gambar 1.6

Faktor Konsumen Membeli Produk Baru

Sumber: KIC: Dampak Lingkungan Mulai Jadi Faktor Konsumen Membeli

Melihat peningkatan kesadaran masyarakat Indonesia mengenai lingkungan, berbagai gerakan ramah lingkungan mulai mempengaruhi banyak sektor di Indonesia, seperti pemerintah, bisnis, konsumen, para peneliti, dan lain-lain (Hiqmah, 2017). Kesadaran akan lingkungan tersebut membawa beberapa konsumen Indonesia untuk mulai mempertimbangkan dampak lingkungan pada pembelian produk. Melihat Gambar 1.6, sebesar 20,3% konsumen mulai mempertimbangkan dampak lingkungan dan kesehatan pada pembelian produk

baru (Jayani, 2021). Kemudian, penelitian yang dilakukan oleh Kantar juga menunjukkan peningkatan sebesar 112% dari 2019 ke 2020 mengenai kepedulian konsumen Indonesia terhadap produk ramah lingkungan (CNNIndonesia, 2021). Melihat kesadaran dan sikap masyarakat Indonesia mengenai lingkungan tersebut, produk ramah lingkungan mulai banyak diminati oleh masyarakat. Berdasarkan (Jayani, 2021), 60,5% konsumen membeli produk berkelanjutan atau ramah lingkungan karena hendak melestarikan bumi (Gambar 1.7).



Gambar 1. 7

Alasan Membeli Produk Berkelanjutan/Ramah Lingkungan

Sumber: 5 Alasan Konsumen Belanja Produk Ramah Lingkungan
(databoks.katadata.co.id, 2021)

Namun, berbeda dengan fenomena yang telah dipaparkan sebelumnya, sebuah penelitian di Hong Kong yang dilakukan oleh Cheung & To (2019) menemukan adanya kesenjangan antara tingginya nilai yang diberikan masyarakat terhadap lingkungan dan rendahnya tindakan yang diambil oleh mereka untuk menangani masalah lingkungan. Kemudian, hal serupa juga ditemukan dalam penelitian Sugiarto & Gabriella (2020) di Indonesia yang berfokus pada mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana, menunjukkan bahwa kesadaran terhadap perilaku ramah lingkungan menurut mahasiswa merupakan hal yang penting,

namun dalam implementasinya masih berada pada kategori sedang. Artinya, mahasiswa hanya memahami kesadaran ramah lingkungan sebagai teori dan tidak diterapkan dalam kehidupannya. Mahasiswa dalam penelitian tersebut berumur 18-24 tahun yang merupakan Generasi Z. Lalu, penelitian terdahulu juga ditemukan mengenai kesadaran lingkungan generasi milenial Jawa Barat terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan, namun hanya sebatas rencana dalam memutuskan pembelian produk ramah lingkungan, belum kepada perilaku pembeliannya (Immanichi & Dewi, 2020).

Penelitian ini melengkapi dari 3 penelitian terdahulu dimana terdapat kesenjangan antara kesadaran dan perilaku ramah lingkungan (Cheung & To, 2019; Sugiarto & Gabriella, 2020). Sedangkan, penelitian ke-3 oleh Immanichi & Dewi (2020) hanya terbatas pada perencanaan dalam memutuskan pembelian produk ramah lingkungan. Oleh karena itu, penelitian ini akan melengkapi kesenjangan yang ada pada ketiga penelitian tersebut dengan menggunakan model *Value* (Nilai) - *Attitude* (Sikap) - *Behavior* (Perilaku). Adapun, penelitian ini memilih generasi milenial (kelahiran tahun 1981-1996) dan generasi z (kelahiran tahun 1997-2012) karena dua generasi tersebut sedang mendominasi populasi Indonesia saat ini, yaitu sebesar 144,31 juta jiwa (Databoks.katadata.co.id, 2020).

Penelitian ini juga berbeda dari ketiga penelitian tersebut, dilihat dari responden yang dipilih, yakni di wilayah Jawa Barat karena merupakan provinsi dengan jumlah populasi generasi milenial dan generasi z terbesar di Indonesia, sebesar 23.301.196 jiwa (rentang usia 10-39 tahun) (Gis.dukcapil.kemendagri.go.id, 2021). Demikian juga berbeda jika dilihat dari variabel yang digunakan, yakni adanya tambahan variabel mediasi dan variabel *booster*. Untuk selengkapnya akan dijelaskan pada sub bab yang membahas tentang kerangka pemikiran.

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan sebelumnya, ingin diketahui seberapa jauh pengaruh kesadaran lingkungan terhadap pembelian produk ramah lingkungan pada Generasi Milenial dan Generasi Z Jawa Barat yang dimediasi oleh sikap terhadap masalah lingkungan dan sikap terhadap manfaat eko-sosial serta di *booster* dengan adanya kualitas produk ramah lingkungan. Dengan itu, penulis akan

melakukan penelitian dengan judul “ANALISIS NILAI KESADARAN DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN PRODUK RAMAH LINGKUNGAN (Studi pada Generasi Milenial dan Generasi Z)”.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas ditemukan permasalahan pada lingkungan di masa kini. Permasalahan tersebut yaitu rusaknya lingkungan akibat dari tidak bertanggung jawabnya manusia dalam pengelolaan sumber daya alam yang juga menjadi dampak adanya perubahan iklim. Namun, permasalahan itu juga menimbulkan berbagai tindakan dari banyak pihak, salah satunya pihak konsumen dalam mengkonsumsi produk-produk yang lebih peduli terhadap lingkungan atau bisa disebut produk ramah lingkungan. Selain itu, penelitian-penelitian sebelumnya pun masih sedikit yang melakukan penelitian pada kondisi dan/atau mekanisme yang mempengaruhi bagaimana konsumen memberi nilai pada lingkungan, yang akan memberikan dampak pada perilaku pembelian ramah lingkungan.

Dari permasalahan tersebut, maka dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana profil responden terhadap kesadaran lingkungan, sikap terhadap masalah lingkungan, sikap terhadap manfaat eko-sosial, perilaku pembelian ramah lingkungan, informasi produk ramah lingkungan, dan kualitas produk ramah lingkungan?
2. Bagaimana kesadaran lingkungan mempengaruhi sikap terhadap masalah lingkungan?
3. Bagaimana kesadaran lingkungan mempengaruhi sikap terhadap manfaat eko-sosial?
4. Bagaimana sikap terhadap masalah lingkungan mempengaruhi perilaku pembelian ramah lingkungan?
5. Bagaimana sikap terhadap manfaat eko-sosial mempengaruhi perilaku pembelian ramah lingkungan?

6. Bagaimana informasi produk ramah lingkungan mempengaruhi perilaku pembelian ramah lingkungan?
7. Bagaimana kualitas produk ramah lingkungan memoderasi hubungan antara sikap terhadap masalah lingkungan dan perilaku pembelian ramah lingkungan?
8. Bagaimana kualitas produk ramah lingkungan memoderasi hubungan antara sikap terhadap manfaat eko-sosial dan perilaku pembelian ramah lingkungan?
9. Bagaimana kualitas produk ramah lingkungan memoderasi hubungan antara informasi produk ramah lingkungan dan perilaku pembelian ramah lingkungan?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui bagaimana profil responden terhadap kesadaran lingkungan, sikap terhadap masalah lingkungan, sikap terhadap manfaat eko-sosial, perilaku pembelian ramah lingkungan, informasi produk ramah lingkungan, dan kualitas produk ramah lingkungan.
2. Untuk mengetahui bagaimana kesadaran lingkungan mempengaruhi sikap terhadap masalah lingkungan.
3. Untuk mengetahui bagaimana kesadaran lingkungan mempengaruhi sikap terhadap manfaat eko-sosial.
4. Untuk mengetahui bagaimana sikap terhadap masalah lingkungan mempengaruhi perilaku pembelian ramah lingkungan.
5. Untuk mengetahui bagaimana sikap terhadap manfaat eko-sosial mempengaruhi perilaku pembelian ramah lingkungan.
6. Untuk mengetahui bagaimana informasi produk ramah lingkungan mempengaruhi perilaku pembelian ramah lingkungan
7. Untuk mengetahui bagaimana kualitas produk ramah lingkungan memoderasi hubungan antara sikap terhadap masalah lingkungan dan perilaku pembelian ramah lingkungan.

8. Untuk mengetahui bagaimana kualitas produk ramah lingkungan memoderasi hubungan antara sikap terhadap manfaat eko-sosial dan perilaku pembelian ramah lingkungan.
9. Untuk mengetahui bagaimana kualitas produk ramah lingkungan memoderasi hubungan antara informasi produk ramah lingkungan dan perilaku pembelian ramah lingkungan.

1.5 Manfaat Penelitian

Peneliti mengharapkan penelitian ini dapat bermanfaat baik dalam aspek akademis maupun aspek praktis:

1.5.1 Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam bidang ilmu pemasaran yang terkait dengan perilaku pembelian ramah lingkungan yang dapat dipengaruhi oleh nilai kesadaran, sikap, dan perilaku pembelian konsumen. Disamping itu, adapun beberapa temuan yang nantinya akan terungkap dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian berikutnya.

1.5.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan menambah pengalaman bagi peneliti mengenai pemasaran hijau (*green marketing*) khususnya pembelian produk ramah lingkungan yang dapat dipengaruhi oleh nilai kesadaran, sikap, serta informasi, dan kualitas produk. Bagi pelaku bisnis diharapkan dapat menerapkan kebijakan dari *green marketing* ini guna meningkatkan penjualan dan lebih peduli lagi terhadap kelestarian lingkungan.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Penelitian dengan judul “Analisis Nilai Kesadaran dan Sikap Konsumen terhadap Perilaku Pembelian Produk Ramah Lingkungan (Studi pada Generasi Milenial dan Generasi Z)” terdiri dari lima bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi penjelasan yang menggambarkan isi penelitian meliputi gambaran umum, objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi teori-teori yang berkaitan dengan masalah penelitian yang diperoleh melalui hasil kajian kepustakaan. Isi dari bab ini meliputi landasan teori yang akan digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran penelitian yang diakhiri dengan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Isi dari bab ini meliputi jenis penelitian, operasionalisasi variabel, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi uraian hasil penelitian dan pembahasan berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Hasil penelitian ini berdasarkan pengolahan data dan kemudian dilakukan analisis hasil penelitian atau pembahasan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menyajikan jawaban dari penelitian berupa kesimpulan disertai dengan pemberian saran berdasarkan manfaat penelitian.