

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

Yuridi *Craft* merupakan usaha mikro kecil menengah yang berada di Bandung, didirikan oleh Ibu rumah tangga bernama Martini. UMKM Yuridi *Craft* sendiri bergerak di bidang *Craft* kerajinan tangan. Kerajinan yang dihasilkan oleh UMKM ini merupakan kerajinan yang dibuat dari limbah tekstil kain perca yaitu kain – kain sisa dari pembuatan pakaian. Bentuk dari kainnya sendiri berupa potongan – potongan kecil kain dari pembuatan pakaian. Bagi industri tekstil sendiri, kain perca termasuk limbah yang tidak dipakai lagi dan harus dibuang. Maka dari itu UMKM Yuridi *Craft* memanfaatkan peluang untuk mendapatkan keuntungan dari limbah kain yang dibuang lalu diolah kembali menjadi kerajinan yang lebih bermanfaat dan menghasilkan produk dengan nilai ekonomi yang tinggi.

Dalam proses pembuatan produk UMKM Yuridi *Craft* menggunakan bahan dasar seperti kanvas yang kemudian diaplikasikan dengan kain-kain perca yang dari sisa-sisa guntingan kain yang berasal pada proses pembuatan pakaian atau garmen, kerajinan, dan berbagai produk tekstil lainnya. Selain mendapatkan keuntungan dari menjual produk dari limbah kain, UMKM Yuridi *Craft* juga membantu industri tekstil contohnya seperti perusahaan penjahit untuk mengurangi limbah kain sehingga dapat menjaga lingkungan. Karena produk Yuridi *Craft* membantu mendaur ulang limbah tekstil maka produk yang dihasilkan dapat disebut sebagai *Green Product*.

Yuridi *Craft* mengikuti banyak kegiatan pameran, pada tahun 2021 Pameran Pasar Kreatif Bandung Di BIP, Pameran Fashion Craft Di Magelang, Dan Pameran Ketumbir EKSPo Di JCC. Lalu pada 2022 mengikuti Pameran Turism EKSPo Di Ciwalk, Pameran Pasar Kreatif Bandung Di Festival Citylink,

Pameran Aksesori 2022 Di Padang, Pameran Gebyar UMKM Di BIP. Pameran W20 di Gedung Sate. Dengan mengikuti kegiatan pameran – pameran tersebut UMKM Yuridi *Craft* lebih mudah untuk mempromosikan produknya dan juga banyak menjual produk kepada konsumen.



GAMBAR 1. 1 Pameran Pasar Kreatif Bandung Di BIP 2021

Sumber: Data Perusahaan, 2023



GAMBAR 1. 2 Pameran Pasar Kreatif Bandung Di BIP 2022

Sumber: Data Perusahaan, 2023

Nama Yuridi berasal dari kedua nama anak pendiri UMKM tersebut yaitu Yudia dan Ridia (Yuridi). UMKM Yuridi mulai memproduksi produknya

dari tahun 2010 dimana tempat tersebut merupakan satu kesatuan dari mulai produksi, showroom, dan rumah tinggal. Eksistensi Yuridi *Craft* lebih mengutamakan nilai estetika dan kecantikan hasil yang diperoleh dalam setiap produksinya. Produk Yuridi *Craft* ada hingga sekarang dan mulai tersebar di beberapa kota di Indonesia melalui kegiatan pameran ataupun promosi di *platform* media sosial.

1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Setiap perusahaan pasti memiliki visi dan misi yang menjadi landasan untuk menjalankan bisnisnya. Visi dan misi yang digunakan oleh UMKM Yuridi *Craft* adalah sebagai berikut (*sumber*: data perusahaan, 2023) :

a. Visi

Terwujudnya peningkatan perekonomian melalui suatu usaha yang memanfaatkan limbah dari kain perca untuk menghasilkan produk yang memiliki nilai jual, serta menambah lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar.

b. Misi

1. Menjadi wadah untuk masyarakat dalam berkreasi dengan menggunakan kain perca untuk menghasilkan sebuah produk.
2. Menjalinkan Kerjasama dengan UMKM bidang fashion untuk memperoleh kain perca dari sisa produksi.
3. Membuat produk-produk yang inovatif dan ekonomis serta ramah lingkungan.

1.1.3 Logo dan Makna Logo

Berdasarkan dari dokumen perusahaan logo dan makna logo dari Yuridi *Craft* adalah sebagai berikut :



GAMBAR 1. 3 Logo Perusahaan

Sumber: Data Perusahaan, 2023




Nama Yuridi berasal dari kedua nama anak pendiri UMKM tersebut yaitu Yudia dan Ridia (Yuridi). UMKM Yuridi mulai memproduksi produknya dari tahun 2010 dimana tempat tersebut merupakan satu kesatuan dari mulai produksi, showroom, dan rumah tinggal. Tulisan *by M.R* yang berada dibawah brand yuridi merupakan inisial dari pemilik atau owner dari Yuridi *Craft* sendiri yaitu Martini.





Logo Y yang berada diatas brand merupakan huruf inisial nama umkm Yuridi *Craft* Sayap hijau setelah logo Y melambangkan *Green Product* yang berarti produk yang ramah lingkungan atau tidak berbahaya terhadap lingkungan, baik pada proses produksinya atau saat mengkonsumsinya.

1.1.4 Produk/ layanan

UMKM Yuridi *Craft* menghasilkan produk-produk berupa Tas, Dompot, Pouch dan juga masker (pada saat pandemi virus Covid-19). Berikut terlampir gambar dari produk UMKM Yuridi *Craft* di antaranya:

TABEL 1. 1
Produk Yuridi Craft

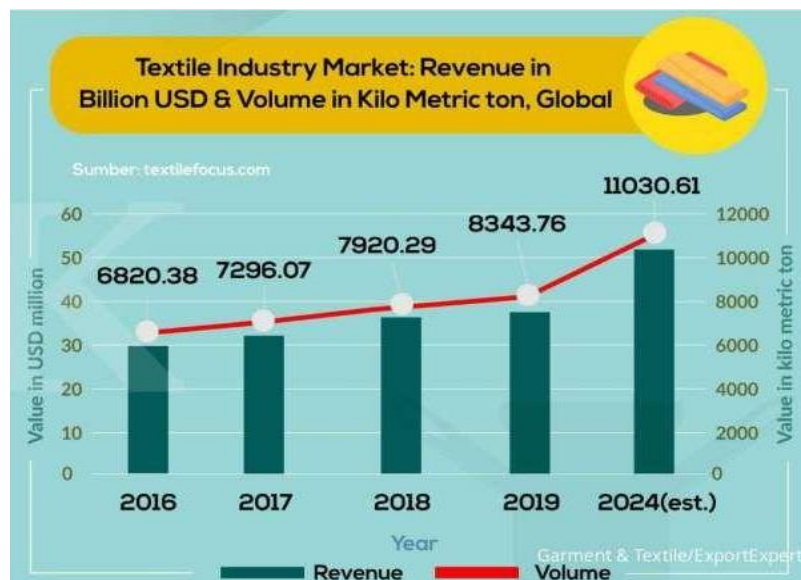
No	Nama Produk	Desain Produk	Harga
1.	Tas Perca		RP 150.000
2.	Shoulder Bag Big		RP 150.000
3.	Tas Mukena		RP 75.000
4.	Totebag		RP 125.000

No	Nama Produk	Desain Produk	Harga
5.	Dompot Koin		RP 10.000
6.	Lap Panas		RP 15.000
7.	Pouch		RP 35.000
8.	Shoulder Bag		RP 150.000

Sumber: Data Internal Perusahaan, 2023

1.2.Latar Belakang

Perkembangan industri tekstil di Indonesia semakin berkembang dari tahun ketahun. Berdasarkan data kementerian perindustrian republik Indonesia, Pertumbuhan sektor industri pada bulan-bulan terakhir tahun 2022 menunjukkan sinyal yang positif. Kondisi tersebut tercermin dari tren kenaikan nilai Indeks Keyakinan Industri (IKI) yang terus meningkat sejak diluncurkan pada November 2022. Di awal tahun 2023, sektor manufaktur terlihat meningkat. Nilai IKI Januari 2023 sebesar 51,54 yang berarti naik signifikan dibanding Desember 2022 sebesar 50,9. Industri tekstil merupakan industri yang mengolah serat menjadi benang atau kain kemudian menjadi busana dan lainnya. Industri tekstil diperkirakan mengalami peningkatan pada tahun 2023 mendatang.



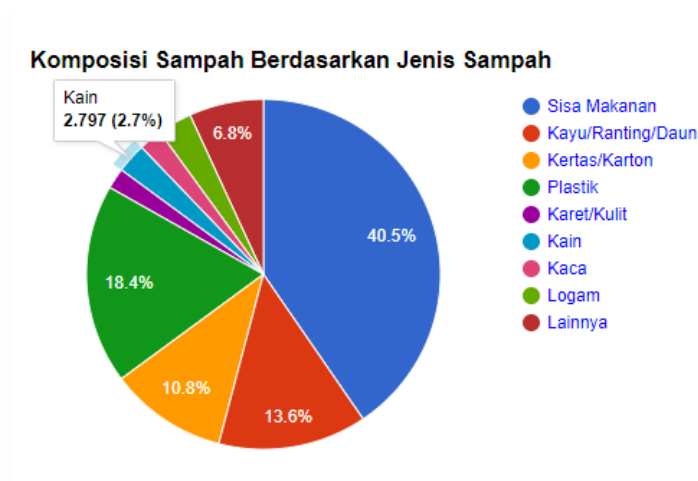
GAMBAR 1. 4 Pasar Industri Tekstil

Sumber: exportexpert.kontan.co.id

Gambar 1.4 menjelaskan Pertumbuhan industri pakaian dan Tekstil di Indonesia juga terus berekspansi ke pasar global dengan penjualan sebesar US\$39,22 miliar pada 8.343,76 kiloton pada tahun 2019 dan CAGR sebesar 5,74%. Saat ini, ada beberapa negara yang menjadi konsumen utama tekstil dan pakaian olahan Indonesia yaitu Amerika Serikat, Timur tengah, dan Uni Eropa.

Selain itu, industri tekstil dan pakaian jadi bagi Indonesia sendiri sangat bermanfaat bagi perekonomian Indonesia, karena industri ini sangat padat karya dan telah mempekerjakan 3,73 juta orang Indonesia selama ini, dan industri ini dapat dijadikan sebagai negara ekspor.

Dengan pertumbuhan yang terjadi pada industri tekstil di Indonesia tentunya terdapat hal positif dan negatif yang akan ditimbulkan. Menurut informasi dari Kementerian Perindustrian Republik Indonesia hal positif dari perkembangan industri Tekstil yaitu sebagai penyumbang devisa negara, menyerap tenaga kerja dalam jumlah cukup besar, dan sebagai industri yang diandalkan untuk memenuhi kebutuhan sandang nasional. Lalu untuk hal negatif yang timbul dari perkembangan industri Tekstil yaitu banyak limbah tekstil yang dihasilkan seperti limbah kain perca. Menurut data SIPSN KLHK (Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional, Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan) tahun 2021, Indonesia telah menghasilkan 2,3 juta ton limbah tekstil atau fashion. Angka tersebut setara dengan 12% dari total sampah yang dihasilkan di Indonesia. Faktanya, hanya 0,3 juta ton limbah fashion yang berhasil didaur ulang.



GAMBAR 1. 5 Komposisi Sampah Berdasarkan Jenis Sampah 2022

Sumber: sipsn.menlhk.go.id

Gambar 1.5 menjelaskan bahwa pada tahun 2022 limbah kain juga termasuk sampah yang dapat mencemari lingkungan meskipun persentasenya hanya 2,7 % atau tidak terlalu banyak dari pada sampah lainnya. Namun, limbah sampah kain perca ini juga dapat kita lakukan daur ulang atau reuse, reduce, recycle dengan terus menghimbau agar masyarakat terampil dan kreatif dalam melaksanakan pengelolaan sampah menjadi produk yang berguna. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2008 pada buku Zaenafi Ariani, Nurjannah S, Syawaluddin (2022) tentang pengelolaan sampah, yang dimaksud sampah adalah sisa kegiatan sehari - hari manusia atau proses alam yang berbentuk padat. Limbah kain perca merupakan sampah dari industri tekstil contohnya seperti konveksi baju, penjahit, dan lainnya.

Limbah kain merupakan salah satu jenis sampah yang sulit diolah karena merupakan limbah anorganik yang tidak mudah terurai sehingga tidak dapat dikompos. Oleh karenanya, limbah padat jenis ini sebaiknya didaur ulang agar dapat dimanfaatkan kembali. Memanfaatkan limbah kain perca dalam bahan yang dapat digunakan kembali akan memberikan efek besar yang baik yaitu mengurangi efek pemanasan global dan setidaknya ada suatu hal yang dapat kita lakukan untuk menjaga bumi kita agar tetap hidup nyaman serta damai. Banyak cara untuk mendekati atau menangani limbah ini, misalnya dengan cara daur ulang dan pembakaran sampah anorganik. Namun, pembakaran sampah anorganik memiliki efek seperti polusi yang tidak baik bagi lingkungan. Polusi menghasilkan gas beracun seperti karbon monoksida, amonia, HCN, dan lain sebagainya (Purwasih, dkk, 2020).

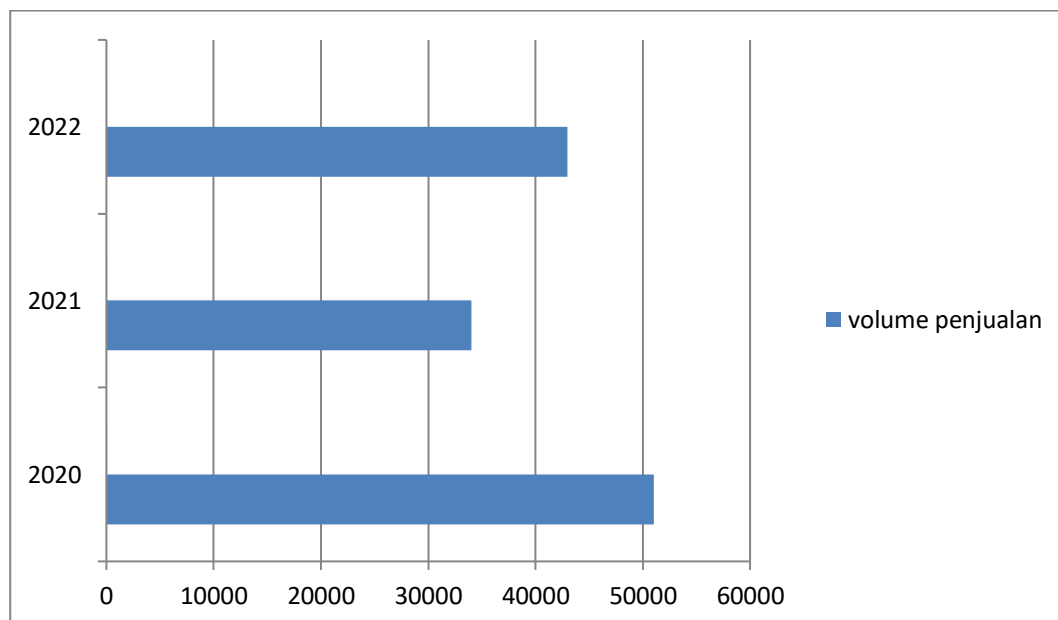
Dengan melakukan proses yang baik dan benar, limbah kain perca ini memiliki potensi untuk menjadi sebuah produk yang memiliki nilai tambah dan berkesan jauh dari limbah sehingga memiliki nilai jual yang tinggi. Mencari cara pengolahan limbah kain yang potensial dan aman bagi lingkungan dapat dilakukan dengan berbagai cara salah satunya yaitu dengan membuat kerajinan craft dari kain perca seperti tas, dompet, masker, dan lainnya. Perkembangan

kerajinan kain perca saat ini cukup banyak dijumpai di beberapa wilayah di Indonesia dan banyak peminat dari produk kerajinan tersebut. Kerajinan kain perca merupakan salah satu cara untuk mengurangi limbah tekstil maka dari itu kerajinan kain perca merupakan bentuk penerapan dari *Green Product*.

Green Product menurut Firmansyah et al. (2019) adalah suatu produk yang tidak menimbulkan kerusakan terhadap lingkungan dan sumber daya alam, serta tidak menimbulkan sebuah polusi. *Green product* atau produk hijau ini merupakan cara menciptakan produk yang melindungi lingkungan, bukan merusaknya, sebagai wadah mendidik masyarakat dengan pesan ekologis, dan tentunya mengurangi jumlah sampah di sekitar kita. Kerajinan kain perca merupakan salah satu contoh *green product* karena pembuatannya yang mendaur ulang sampah limbah tekstil menjadi produk yang memiliki nilai jual. Dengan dilakukannya daur ulang tersebut dapat membantu mengurangi jumlah sampah kain perca pada industri tekstil. Menurut Swasta dan Handoko (Adnan, 2019), perilaku konsumen adalah sebagai kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang-barang dan jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan dan persiapan penentu kegiatan-kegiatan tersebut. Perilaku konsumen mengacu pada keputusan dan tindakan yang dilakukan orang untuk membeli produk atau layanan untuk penggunaan individu ataupun kelompok. Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan akhir konsumen untuk membeli barang atau jasa berdasarkan sejumlah pertimbangan tertentu. Keputusan pembelian konsumen menggambarkan sejauh mana upaya pemasar untuk memasarkan produk kepada konsumen.

Yuridi *Craft* merupakan salah satu UMKM di Bandung yang bergerak dibidang kerajinan kain perca. Target penjualan yang telah ditentukan Yuridi *Craft* yaitu untuk semua kalangan baik pria maupun wanita berusia 15 sampai 60 tahun yang berpenghasilan menengah ke bawah dan menengah ke atas. Lalu untuk segmentasi pasarnya untuk semua wilayah di Indonesia khususnya di daerah Bandung. Produk yang dihasilkan dan dipasarkan memiliki kualitas yang bagus

dengan jahitan yang rapi dan desain produk yang kreatif sehingga konsumen tertarik dan tentunya akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.



GAMBAR 1. 6 Data Penjualan 3 Tahun Terakhir

Sumber: Data Perusahaan, 2023

Pada gambar 1.6 menjelaskan bahwa penjualan tertinggi Yuridi *Craft* terdapat pada tahun 2020 pada saat pandemi covid-19 menyerang Indonesia. Hal ini bisa terjadi karena pada tahun 2020 Yuridi *Craft* mengikuti program gerakan 10 ribu masker dinas KUK Provinsi dengan menyumbangkan 1000 masker kain yang diproduksi dari kain perca. Yuridi *Craft* juga melakukan penjualan masker secara mandiri dan mendapatkan banyak keuntungan dari produk masker. Tahun 2021 saat pandemi mulai mereda tingkat pembelian masker kain semakin menurun, untuk mengatasinya Yuridi *Craft* membuat inovasi baru yaitu dengan membuat produk baru seperti *totebag*, *sholeder bag*, dan lainnya. Pembuatan produk baru dapat mengatasi penjualan yang menurun tetapi masih diperlukan cara lain juga untuk meningkatkan penjualan.

UMKM yang didirikan oleh ibu Martini ini memanfaatkan sampah limbah tekstil berupa kain perca untuk dijadikan produk dengan nilai ekonomi yang

tinggi. Untuk material atau bahan dasar dari produk kain perca ini Yuridi *Craft* mengambil limbah dari penjahit sekitar lingkungannya yang menghasilkan kain sisa jahitan atau kain perca yang tidak digunakan dan tidak diolah kembali. Maka dari itu Yuridi *Craft* membantu para penjahit untuk mendaur ulang limbah kain perca sehingga meminimalisir jumlah sampah yang dihasilkan oleh penjahit. Produk daur ulang dari kain perca ini bisa disebut *Green Product*. Dengan *Green Product* ini Yuridi *Craft* bisa mendapatkan kesempatan untuk menaikkan penjualan. Langkah awal yang perlu dilakukan adalah menganalisis seberapa besar pengaruh sikap terhadap keputusan pembelian *Green Product*. Dengan mengetahui seberapa besar pengaruh sikap pelanggan pada *Green Product* terhadap keputusan pembelian *Green Product*, Yuridi *Craft* dapat menggunakan *Green Product* sebagai langkah menaikkan penjualan seperti melakukan promosi *green marketing*.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, penulis merasa perlu untuk melakukan penelitian pada *Green Product* terhadap perilaku keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Alasan penulis mengangkat permasalahan ini karena penulis ingin tahu apakah *Green Product* dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada produk Yuridi *Craft*. Oleh karena itu dalam penelitian ini, penulis memilih judul **“PENGARUH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *GREEN PRODUCT* (STUDI KASUS UMKM YURIDI *CRAFT* DI KOTA BANDUNG TAHUN 2023)”**.

1.3.Rumusan Masalah

Dari uraian dan penjelasan latar belakang diatas, maka penulis merumuskan beberapa permasalahan yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana sikap pelanggan terhadap *Green Product* dari *Yuridi Craft* di Kota Bandung?
2. Bagaimana keputusan pembelian *Green Product* dari *Yuridi Craft* di Kota Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh sikap pada *Green Product* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Yuridi Craft* di Kota Bandung?

1.4. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah ditulis, maka tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui sikap pelanggan pada *Green Product* dari *Yuridi Craft* di Kota Bandung
2. Untuk mengetahui Keputusan Pembelian pada *Green Product* dari *Yuridi Craft* di Kota Bandung
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh sikap pada *Green Product* terhadap Keputusan Pembelian pada Produk *Yuridi Craft* di Kota Bandung

1.5. Kegunaan penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penulisan dari penelitian yang telah dilakukan diharapkan dapat berguna untuk berbagai kepentingan yang tentunya berkaitan dengan pemasaran produk atau layanan dalam konteks pengaruh *Green Product* terhadap keputusan pembelian konsumen dengan kegunaan sebagai berikut:

1. kegunaan akademis dari hasil penulisan penelitian diharapkan dapat memberikan pembelajaran tentang *Green Marketing* khususnya *Green Product* serta pengaruh Sikap pada *Green Product* terhadap keputusan pembelian konsumen. Sebagai bahan referensi yang bisa digunakan

untuk penelitian selanjutnya mengenai Sikap pada *Green Product* terhadap keputusan pembelian.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Peneliti berharap agar hasil penelitian yang telah dilakukan ini nantinya dapat berguna dan bisa dijadikan acuan bagi pembaca yang akan melakukan penelitian selanjutnya. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan edukasi kepada para pembacanya, sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Menambah ilmu dan wawasan mengenai *Green Marketing* khususnya produk hijau (*Green Product*) dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Dan juga menjadi salah satu syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar Diploma-III di Telkom university pada prodi manajemen pemasaran.

2. Bagi perusahaan Yuridi *Craft*

Dapat memberikan bantuan saran kepada perusahaan yang diteliti tentang pengaruh Sikap pada *Green Product* terhadap keputusan pembelian produk UMKM Yuridi *Craft*. Serta memberikan bantuan masukan dalam melakukan pemasaran hijau berupa green product agar pemasaran lebih maksimal dan lebih efektif.

3. Bagi pihak lain

Hasil penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat menjadi referensi, gambaran, ataupun acuan bagi perusahaan dan pihak – pihak yang lainnya atau pembaca mengenai pengaruh Sikap pada *Green Product* terhadap keputusan pembelian produk.

1.6. Batasan Masalah

Dalam melakukan penelitian ini memiliki batasan – batasan masalah yang akan dibahas oleh penulis. Hal ini dilakukan supaya penulisan penelitian dapat terstruktur, teratur, dan terarah agar tidak terlalu luas untuk dibahas. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek yang dijadikan sebagai fokus dalam penulisan penelitian ini adalah *Green Product* dari *Yuridi Craft*
2. Variabel penulisan penelitian ini adalah Sikap pada *Green Product* (X) yang merupakan variabel independent dan keputusan pembelian (Y) yang merupakan variabel dependen pada penelitian ini
3. Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dari Maret 2023.
4. Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitiannya adalah Kuantitatif Deskriptif.

1.7. Sistematika Penelitian Laporan Akhir

Sistematis merupakan sesuatu yang dilakukan secara terstruktur supaya bisa sesuai dengan rencana yang tetap, menyeluruh serta efisien. Laporan tugas akhir ini terdiri dari 5 bab, antara lain:

1. BAB 1 PENDAHULUAN

Dibagian bab 1 berisi penjelasan tentang gambaran umum objek penelitian yang digunakan untuk penelitian ini. Latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, batasan masalah, dan sistematika penelitian laporan akhir

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dibagian bab 2 berisi tentang penjelasan dan memaparkan tentang landasan – landasan teori yang digunakan untuk penelitian seperti teori pemasaran, teori manajemen pemasaran, *green marketing*, *green product*, dimensi *green product*, sikap, dimensi sikap, keputusan pembelian dan lain-lain.

3. BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Di Bagian bab 3 berisi tentang penjelasan dan memaparkan tentang metode yang digunakan oleh penulis pada penelitian ini.

4. BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dibagian bab 4 berisi tentang penjelasan dan memaparkan analisis yang didapatkan oleh penulis dari penelitian ini dengan menggunakan metode yang dipilih pada penelitian ini.

5. BAB V KESIMPULAN SARAN

Dibagian bab 5 berisi tentang penjelasan dan memaparkan tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan.