

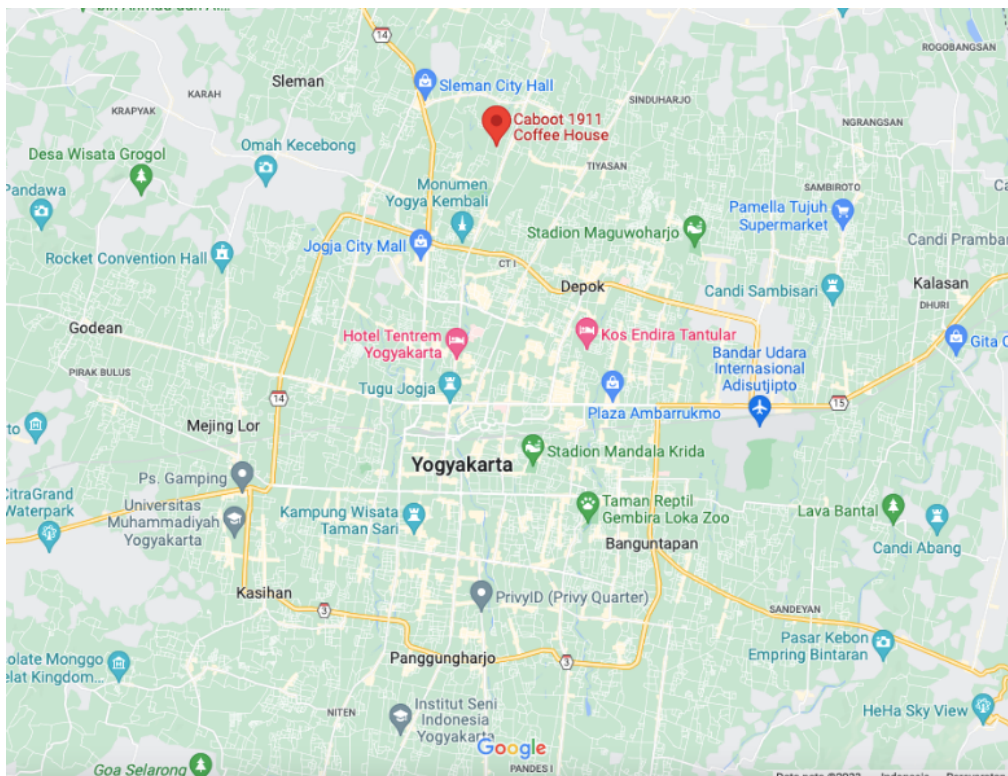
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Perusahaan

1.1.1 Profil Perusahaan

Caboot 1911 adalah sebuah *coffee house* ramah lingkungan di Yogyakarta yang merupakan anak perusahaan dari Kejawa Group. Kejawa Group sendiri merupakan sebuah perusahaan perseorangan yang bergerak pada bidang kuliner. Perusahaan ini didirikan oleh bapak Rochmat W. Prabowo pada Agustus 2020 dengan kantor utama yang terletak di Jl. Shinta Karangmloko No 11, RT 01/ RW 02, Karang Moko, Sariharjo, Kec. Ngaglik, Kabupaten Sleman, DIY. Bapak Rochmat selaku pendiri Kejawa Group, menunjuk anak pertamanya, Almaas Rosi untuk mengelola bisnis yang ia dirikan. Beliau menyebutkan bahwa bisnisnya merupakan bisnis keluarga karena akan dipasrahkan turun-temurun untuk keturunannya. Dalam dua tahun sejak diberdirikan, Kejawa Group sudah memiliki dua anak usaha dibawah naungannya.



Gambar 1.1 Peta Lokasi Kejawa Grup

Sumber: Google Maps (2023)

Usaha pertama dirintis pada awal 2020. Merupakan sebuah *restaurant* dengan konsep nusantara bernama Kejawa Resto. Berlokasi di Kota Yogyakarta dan masih berada didalam satu wilayah dengan *head office* Kejawa Group di Jl. Palagan. *Restaurant* ini menawarkan berbagai macam produk kuliner khas Indonesia dengan konsep nuansa jawa tradisional.



Gambar 1.2 Kejawa Resto

Sumber: [instagram.com/kejawaresto](https://www.instagram.com/kejawaresto)

Berbeda dengan usaha pertamanya, anak perusahaan Kejawa Group yang diberi nama Caboot 1911 didirikan pada 2021 dan masih berada didalam satu bidang yang mana merupakan bidang kuliner namun dengan konsep yang berbeda. Caboot 1911 merupakan sebuah *coffee house* yang menawarkan makanan dan minuman ala barat atau biasa disebut dengan *western food*. Selain itu, Caboot 1911 juga menerapkan program ramah lingkungan pada usahanya.



Gambar 1.3 Caboot 1911

Sumber: [instagram.com/caboot1911](https://www.instagram.com/caboot1911)

1.1.2 Logo Perusahaan



Gambar 1.4 Logo Perusahaan

Sumber: Internal Data Perusahaan

1.1.3 Visi dan Misi Caboot 1911

a. Visi

Untuk menyajikan kebahagiaan kepada pelanggan melalui sajian yang enak, berkualitas, dengan sensasi pengalaman di *coffee house* yang berbeda dan ramah lingkungan.

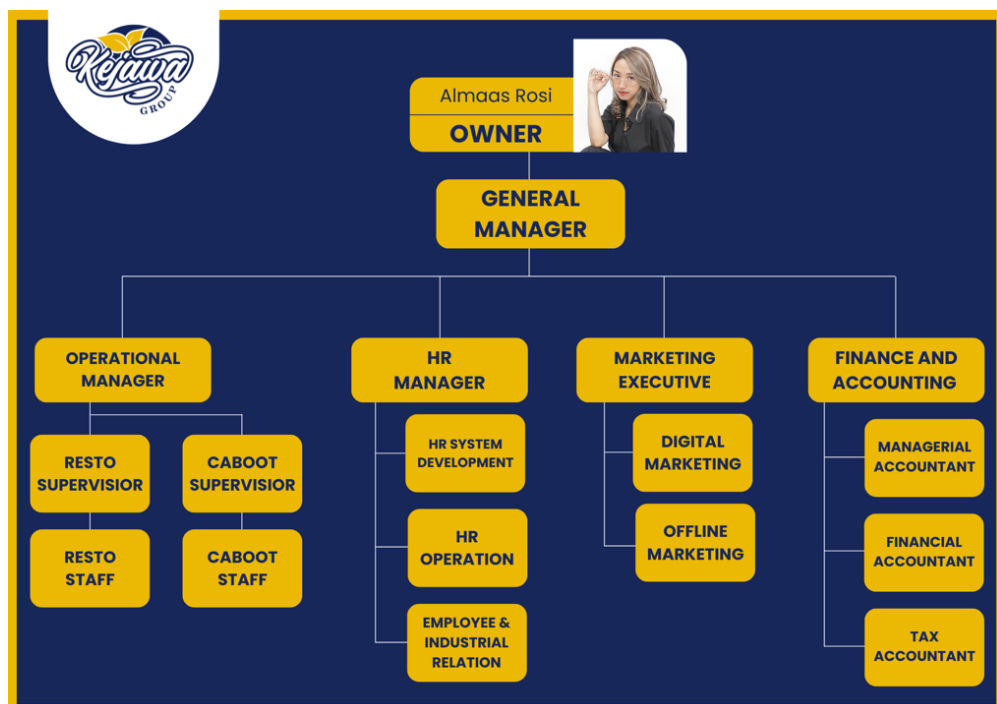
b. Misi

1. Menyenangkan pelanggan dengan makanan yang sehat dan berkualitas dengan pelayanan yang sempurna dengan harga yang terjangkau namun tetap mengedepankan produk dan jasa yang ramah lingkungan.

2. Memahami kebutuhan pelanggan dan terus meningkatkan pengalaman pelanggan.
3. Menghasilkan keuntungan yang berkelanjutan untuk pemegang saham perusahaan.
4. Menciptakan hubungan jangka panjang dengan kolega bisnis.
5. Meningkatkan keunggulan sumber daya manusia di lingkungan kerja.
6. Berkontribusi dengan lingkungan sosial melalui inisiatif yang sejalan dengan program tanggung jawab sosial perusahaan.

1.1.4 Struktur Organisasi Caboot 1911

Meskipun sudah memiliki dua anak perusahaan, Kejawa Group tetap menggunakan satu struktur organisasi didalam usahanya. Hal ini dipilih karena dinilai lebih efektif dan efisien untuk mengelola perusahaan. Selain itu, hal ini juga membuat proses *controlling* perusahaan menjadi lebih mudah. Berikut adalah struktur organisasi Kejawa Group:



Gambar 1.5 Struktur Organisasi Kejawa Group

Sumber: Internal Data Perusahaan

1.2 Latar Belakang

Saat ini permasalahan lingkungan semakin meningkat seperti terjadinya peningkatan polusi udara, air, dan populasi manusia yang terlalu besar (Maharani et al., 2021). Terjadinya permasalahan lingkungan tersebut tentunya tidak lepas dari dampak semakin banyaknya jumlah penduduk di dunia. Semakin banyak jumlah penduduk di dunia, maka permintaan pasar di perekonomian dunia semakin meningkat. Namun sangat disayangkan banyak pelaku usaha yang tidak memperhatikan dampak buruk proses bisnisnya seiring dengan berkembangnya perekonomian di dunia. Masih banyak proses usaha yang terjadi dalam bisnis bersifat merugikan bumi sebagai tempat tinggal manusia (Putu et al., 2016)

Permasalahan lingkungan yang terjadi juga disorot secara khusus dan bertingkat universal melalui serangkaian tujuan (*goals*) yang dicetuskan oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) yaitu Sustainable Development Goals atau disingkat dengan sebutan SDGs, yang dalam bahasa Indonesia umumnya dikenal dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan. *Green entrepreneurship* bisa menjadi salah satu solusi untuk menjawab tantangan kelestarian lingkungan, sebagai bentuk inisiatif pelaku usaha untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dari hasil kegiatan usahanya (Nuringsih et al., 2022). *Green entrepreneurship* berkontribusi dalam mewujudkan beberapa poin SDGs seperti dalam: (Goal 7) Akses atas energi yang terjangkau, reliable, berkelanjutan dan modern; (Goal 8) Meningkatkan pertumbuhan ekonomi inklusif dan berkelanjutan, lapangan kerja yang produktif dan layak; (Goal 9) Membangun infrastruktur, industrialisasi yang inklusif dan berkelanjutan serta mendukung inovasi; serta (Goal 12) Pembangunan yang bertanggung jawab atas konsumsi dan produksi (Alisjahbana et al., 2018).



Gambar 1.6 17 goals SDGs

Sumber: sdgcenter.unpad.ac.id

Menurut survey yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), usaha dalam bidang *food and beverage* berkontribusi paling besar terhadap PDB industri pengolahan non migas. Di Yogyakarta sendiri, usaha food & beverage menempati peringkat kedua dalam kontribusi PDB industri pengolahan non migas.

Lapangan Usaha	PDB Tahunan (Juta Rupiah)
Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	18.490.680
Pertambangan dan Penggalian	799.916
Industri Pengolahan	21.351.026
Pengadaan Listrik dan Gas	249.997
Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	171.978
Konstruksi	17.037.268
Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	14.766.486
Transportasi dan Pergudangan	10.147.672
Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	18.396.945
Informasi dan Komunikasi	18.179.066
Jasa Keuangan dan Asuransi	7.677.066
Real Estate	11.930.690

Jasa Perusahaan	1.743.870
Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	13.504.486
Jasa Pendidikan	15.165.496
Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	5.789.166
R,S,T,U. Jasa Lainnya	5.288.137

Gambar 1.7 Data PDB Industri Yogyakarta

Sumber: Badan Pusat Statistik

Melihat peluang usaha dalam bidang *food and beverge*, Kejawa Group mendirikan *coffe house* dengan nama Caboot 1991 di Yogyakarta. Caboot 1991 merupakan salah satu *coffe house* yang menerapkan program ramah lingkungan dalam menjalankan bisnisnya meskipun belakangan ini kebanyakan bisnis keluarga di Indonesia lebih memilih untuk berfokus pada *profit oriented* dibandingkan *enviromental friendly oriented* (Gunawan., 2021). Hal lain yang mendukung Kejawa Group menerapkan konsep bisnisnya adalah karena saat ini masyarakat Indonesia yang mempunyai keinginan dalam mengkonsumsi produk ramah lingkungan (Jehane, 2019). Hal tersebut didukung oleh laporan data jumlah pengunjung yang mengalami peningkatan pada tahun 2021-2022, berikut merupakan laporan data jumlah pengunjung Caboot 1991 Coffee House.

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Caboot 1911 Coffee House

Periode	Jumlah Pengunjung
Tahun 2021	413 Pengunjung
Tahun 2022	9.534 Pengunjung
Tahun 2023	9.793 Pengunjung

Untuk mengetahui niat berkunjung atau *visit intention* seseorang dalam mengunjungi coffee house ramah lingkungan, peneliti menggunakan pendekatan *Theory of Planned Behavior* (TPB). *Visit intention* merupakan kesediaan individu dalam mengunjungi suatu tempat berdasarkan apa yang mereka telah cari tahu dan ketahui dari berbagai sumber (Mehyar et al., 2020).

Menurut Ajzen (2002) “Theory of Planned Behavior (TPB)” menjelaskan bahwa perilaku yang ditentukan oleh individu timbul karena ada *intention* (niat) untuk berperilaku. *Intention* merupakan dasar dari sebuah perilaku karena perilaku tidak akan terjadi tanpa adanya niat untuk berperilaku. Dalam penelitian ini penulis

mengkaji *intention* tanpa adanya tambahan variabel perilaku karena Karena fokus pada penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi visit intention pada konsumen coffee house ramah lingkungan.

Pada awalnya Theory of Planned Behavior (TPB) disebut dengan Theory of Reasoned Action (TRA), yang muncul dan berkembang pada tahun 1967. TRA menjelaskan bahwa seseorang melakukan sesuatu karena memiliki *intention* untuk melakukannya dan dipengaruhi oleh *attitude* (sikap) dan *subjective norms* (norma-norma subjektif). Hingga selanjutnya Icejk Ajzen dan Martin Fishbein merevisi dan memperluas teori tersebut dengan menambahkan faktor *perceived behavioral control* atau persepsi pengendalian perilaku (Ajzen, 2012).

Berdasarkan permasalahan penelitian yang telah diidentifikasi sebelumnya maka peneliti merasa perlu untuk menguji kembali hubungan attitude, subjective norms, dan perceived behavioral control dengan memasukkan variabel environmental friendly activities. Mayoritas studi yang menggunakan variabel *environmental friendly activities* menganggap variabel tersebut sebagai komponen penting dan sangat membantu dalam memahami keterlibatan individu dalam lingkungan perilaku yang bertanggung jawab pada lingkungan. Dalam studi ini, environmental friendly activities dimasukkan sebagai faktor kognitif pada TPB dengan menganalisis faktor yang mempengaruhi visit intention pada individu untuk perlindungan lingkungan. Hasil analisis dari penelitian ini juga dapat membantu pemilik usaha ramah lingkungan khususnya coffee house Caboot 1911 untuk menyusun strategi pengembangan bisnisnya.

Selain itu, peneliti memilih untuk menambahkan variabel environmental friendly activities dikarenakan belum banyak terdapat penelitian yang memasukkan variabel environmental friendly activities terhadap variabel visit intention pada industri coffee house. Secara umum, skripsi ini direplikasi dari Sujood, Hameed, dan Bano (2013) dengan mengganti konteks dan objek kajiannya. Oleh karena itu berdasarkan fenomena diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul; "Faktor yang Mempengaruhi Visit Intention Pada konsumen Coffee House Ramah Lingkungan (Studi Kasus Caboot 1911 Yogyakarta)".

1.3 Rumusan Permasalahan

Berdasarkan latar belakang dalam penelitian ini terdapat rumusan masalah yaitu dikarenakan permasalahan lingkungan yang semakin meningkat seiring berjalannya waktu maka perusahaan perlu menerapkan strategi pengembangan bisnisnya dengan tetap memperhatikan aspek ramah lingkungan atau yang biasa dikenal dengan *eco-friendly activities* dalam proses bisnis mereka guna meminimalisir bertambahnya kerusakan lingkungan.

Caboot 1911 menerapkan strategi bisnisnya dengan memperhatikan *environmentally friendly activities* dalam proses bisnisnya sebagai bentuk keikutsertaan dalam meminimalisir bertambahnya kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh limbah bisnis. Penelitian ini menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dengan menambahkan aspek *environmental friendly activities* dalam memprediksi *visit intention* konsumen dalam mengunjungi *coffee house* ramah lingkungan. Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh mengenai pengaruh *Theory of Planned Behavior* (TPB) terhadap *visit intention* pada *coffee house* ramah lingkungan Caboot 1911.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka pertanyaan penelitian yang akan dijadikan sebagai acuan dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimanakah pengaruh *attitude* terhadap *visit intention* pada konsumen *coffee house* ramah lingkungan?
2. Bagaimanakah pengaruh *environmental friendly activities* terhadap *visit intention* pada konsumen *coffee house* ramah lingkungan?
3. Bagaimanakah pengaruh *perceived behavioral control* terhadap *visit intention* pada konsumen *coffee house* ramah lingkungan?
4. Bagaimanakah pengaruh *subjective norm* terhadap *visit intention* pada konsumen *coffee house* ramah lingkungan?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan pertanyaan penelitian yang telah diuraikan maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui pengaruh *attitude* terhadap *visit intention* pada *coffee house* ramah lingkungan.
2. Mengetahui pengaruh *environmental friendly activities* terhadap *visit intention* pada *coffee house* ramah lingkungan.
3. Mengetahui pengaruh *perceived behavioral control* terhadap terhadap *visit intention* pada *coffee house* ramah lingkungan.
4. Mengetahui pengaruh *subjective norm* terhadap terhadap *visit intention* pada *coffee house* ramah lingkungan.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini melakukan kajian ulang sebuah model mengenai pengaruh *attitude*, *environmental friendly activities*, *perceived behavioral control*, dan *subjective norm* terhadap *visit intention* pada konsumen *coffee house* ramah lingkungan Caboot 1911. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi pada pengembangan strategi yang berorientasi pada konsep *environmentally friendly activities*, dan hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai tambahan pengetahuan dalam bidang ilmu manajemen strategi pengembangan bisnis.

1.6.2 Aspek Praktisi

1. Bagi pihak perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang bermanfaat untuk *coffee house* ramah lingkungan Caboot 1911 sehingga perusahaan dapat menentukan keputusan yang tepat dalam mengembangkan strategi mengembangkan usaha dengan tetap mengimplikasikan konsep ramah lingkungan pada proses bisnisnya.

2. Bagi Akademik

Diharapkan hasil penelitian ini dapat membantu memberikan informasi dan ilmu baru yang dapat digunakan dikemudian hari.

1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan tugas akhir dan penjelasan singkat yang dimulai dari BAB I sampai BAB V sebagai berikut:

a. **BAB I PENDAHULUAN**

Bab I ini merupakan penjelesan tentang objek studi penelitian secara umum. Isi bab ini meliputi; latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat dari penelitian.

b. **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab II ini memaparkan dengan efektif dan efisien tentang hasil kajian kepustakaan dan penelitian-penelitian terdahulu yang terkait dengan topik dan variabel yang dipilih dalam penelitian dalam menyusun kerangka pemikiran dan merumuskan hipotesis-hipotesis penelitian. Hasil kajian tersebut kemudian digunakan untuk menguraikan kerangka pemikiran.

c. **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab III menjelaskan tentang pendekatan, metode dan teknik yang dipakai penulis dalam menganalisis data yang hasil akhirnya dapat menjelaskan dan menjawab pertanyaan penelitian dalam rumusan masalah.

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

Hasil dari penelitian dan pembahasan diuraikan secara rinci dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian pada bab IV. Sistematika pembahasan ini akan memberikan gambaran yang lebih jelas terhadap cakupan, batasan, dan isi topik apabila disajikan dalam sub-sub judul. Terdapat dua bagian yang disajikan dalam bab ini; bagian pertama terdiri dari penjelasan tentang hasil penelitian, dan bagian kedua memaparkan tentang analisis dari hasil penelitian.

e. **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab V menyajikan tentang penafsiran dan pemaknaan peneliti terhadap hasil analisis temuan penelitian yang disajikan dalam bentuk kesimpulan dan saran. Kesimpulan dipaparkan dengan singkat dan jelas untuk menjawab pertanyaan penelitian. Kemudian diakhiri dengan berbagai saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.