

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan kita sehari-hari tidak akan lepas dari plastik, mulai dari botol air mineral hingga kantong plastik. Hal tersebut menyebabkan melonjaknya limbah plastik. Indonesia merupakan negara terbesar kedua setelah negara China dalam hal salah kelola limbah plastik, lalu diikuti oleh Filipina (Jambeck et al., 2015). Keterbatasan lahan pengolahan limbah tentunya tidak dapat mengatasi lonjakan limbah plastik yang berdampak pada pembuangan limbah plastik ke laut, yang akan mengancam tidak hanya manusia, namun ekosistem yang ada. Kerusakan ekosistem yang ada dalam jangka panjang akan berdampak pada keberlangsungan hidup manusia dan keturunannya. Bukti-bukti yang ditunjukkan para pemerhati lingkungan seperti ditemukannya sampah plastik di perut ikan, dan ditemukannya sampah plastik yang masih utuh meski sudah bertahun-tahun di laut. Kondisi alam berubah secara signifikan selama 30 hingga 40 tahun terakhir sejak dikenalkannya plastik (Azaria & Prawidya, 2014). Limbah plastik menjadi persoalan yang cukup serius dikarenakan bahan ini tidak dapat terurai dengan mudah hingga beratus-ratus tahun lamanya, sehingga menimbulkan kekhawatiran dikalangan pemerhati lingkungan.

Timbulnya kekhawatiran besar dari masyarakat yang memperhatikan akan persoalan tersebut menimbulkan reaksi positif, yakni meningkatnya kesadaran akan lingkungan, dimana mereka mencari solusi dari permasalahan

tersebut. Banyak masyarakat yang mengolah limbah plastik menjadi suatu kerajinan bernilai seni tinggi yang tentunya dapat menambah penghasilan tambahan bagi mereka. Kesadaran akan lingkungan yang timbul mendorong masyarakat untuk mencari solusi pengganti plastik, seperti sedotan yang dapat digunakan berulang kali. Kesadaran konsumen terbentuk karena pola perilaku yang bertanggung jawab pada lingkungan dan menghormati keberadaan makhluk lain di bumi ini (Junaedi, 2005).

Tingginya kesadaran masyarakat akan isu-isu lingkungan menimbulkan tren baru yakni gaya hidup ramah lingkungan atau *green living*. Gaya hidup ini membuat suatu kebiasaan dimana masyarakat mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk dengan meminimalisir dampak kerusakan lingkungan yang kemungkinan akan terjadi. Gaya hidup ini dapat kita lihat sehari-hari bahkan mulai banyak diterapkan di berbagai rumah makan dengan meminimalisir sampah plastik, seperti menggunakan barang-barang daur ulang dan menghindari barang sekali pakai. Kampanye dan aksi peduli lingkungan tentang tren ini mulai muncul pada era 2000-an. Tidak hanya peduli terhadap limbah plastik, gaya hidup ini juga memperhatikan terhadap isu-isu pemanasan global. *Earth hour* merupakan salah satu contoh hasil dari aksi kampanye ini.

Adanya gaya hidup ramah lingkungan pastinya akan mempengaruhi perilaku pembelian terhadap suatu barang atau produk. Masyarakat cenderung mengonsumsi produk yang ramah lingkungan dikarenakan kesadaran lingkungan masyarakat tersebut. Konsumen jenis ini sering kali disebut sebagai *green orientation*, yang jumlahnya diperkirakan akan terus meningkat seiring

berjalannya waktu (Junaedi, 2005). Mayoritas konsumen telah sadar bahwa perilaku pembelian atas produk yang mereka beli akan berdampak pada lingkungan sekitar, sehingga hal ini menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk memutuskan pembelian produk yang mereka inginkan. Gaya hidup ramah lingkungan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yakni: edukasi, karakteristik demografis konsumen, pengetahuan, dan persepsi konsumen mengenai gaya hidup ramah lingkungan (Bhatia & Jain, 2013; Junaedi, 2008; Rezai, Teng, Mohamed, & Shamsudin, 2013; Teng, Rezai, Zainalabidin, & Shamsudin, 2012).

Perusahaan melihat adanya *green living* sebagai suatu tanggung jawab sekaligus peluang bagi produknya. Mereka dapat mengimplementasikan *green marketing* sebagai strategi bisnisnya, namun hal ini juga merupakan tanggung jawab perusahaan kepada lingkungan atau yang sering disebut CSR (*Corporate Social Responsibility*). Menurut Philip Kotler dan Keller, *green marketing* merupakan salah satu bentuk implementasi dari *corporate social marketing* yang mana *corporate social marketing* merupakan penerapan dari CSR atau *Corporate Social Responsibility* (Kotler & Keller, 2007).

Akhir-akhir ini telah banyak perusahaan yang mulai mengimplementasikan *green marketing* dalam strategi pemasarannya dengan mengemas produk-produknya sesuai dengan gaya hidup ramah lingkungan atau *green living* agar dapat menjangkau konsumen dengan karakteristik tersebut. Tidak hanya produk, sekarang terdapat kebijakan-kebijakan yang mendukung *green living* seperti kantong plastik berbayar. Hal tersebut

mengharuskan konsumen yang berbelanja untuk membayar biaya tambahan ketika berbelanja menggunakan kantong plastik yang disediakan oleh toko yang menerapkan kebijakan tersebut, sehingga memaksa konsumen untuk membawa tas belanja sendiri ketika ingin berbelanja. Meskipun pengimplementasian kebijakan ini belum merata di seluruh Indonesia, namun pemerintah telah mulai menerapkan kebijakan ini dimana hal tersebut merupakan langkah awal yang baik untuk menekan jumlah limbah plastik terutama kantong plastik. Terdapat beberapa gerai ritel yang menerapkan kebijakan tersebut, seperti Superindo Jajar.

Oleh karena itu penulis ingin meneliti suatu topik bahasan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kebijakan Kantong Plastik Berbayar, Kesadaran Lingkungan, dan *Green Living* Terhadap Minat Beli Produk Organik”**. Judul tersebut diambil karena dilatar belakangi oleh penerapan kebijakan kantong plastik berbayar dan meningkatnya kesadaran lingkungan dan *green living* yang diterapkan oleh masyarakat, sehingga kita dapat mengetahui dampak dari ketiga variabel tersebut kepada minat beli produk organik. Penelitian ini berfokus pada kebijakan dan perilaku atau sikap dalam menyikapi isu-isu lingkungan. Hal tersebut yang membedakan penelitian ini dengan penelitian lainnya.

B. Perumusan Masalah

Limbah plastik merupakan permasalahan yang cukup krusial bagi lingkungan. Pemerintah, perusahaan, hingga masyarakat perlu bersinergi agar terciptanya lingkungan yang bebas limbah plastik. CSR perlu diterapkan perusahaan melalui *green marketing*, namun diperhatikan apakah jika hal tersebut diterapkan dapat sesuai dengan minat beli masyarakat terhadap produk ramah lingkungan.

Berdasarkan permasalahan tersebut dapat ditarik tiga rumusan masalah penelitian yang utama, yaitu:

1. Apakah dengan adanya kebijakan kantong plastik berbayar berpengaruh terhadap minat beli?
2. Apakah kesadaran lingkungan masyarakat dapat mempengaruhi minat beli?
3. Apakah gaya hidup ramah lingkungan atau *green living* dapat mempengaruhi minat beli?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, dapat dirumuskan tujuan penelitian yakni sebagai berikut:

1. Menganalisis apakah dengan adanya kebijakan kantong plastik berbayar dapat mempengaruhi minat beli masyarakat.
2. Menganalisis apakah tingkat kesadaran lingkungan masyarakat dapat mempengaruhi minat beli.
3. Menganalisis pengaruh *green living* terhadap minat beli masyarakat.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini dibagi menjadi tiga macam, yakni bagi peneliti, bagi perusahaan, dan bagi masyarakat.

1. Bagi Peneliti

- a. Memberikan pengetahuan mengenai pengaruh kebijakan kantong plastik berbayar, kesadaran lingkungan, dan green living terhadap minat belanja.
- b. Sebagai syarat kelulusan sarjana.
- c. Memberikan pengalaman dalam melakukan penelitian.
- d. Dapat mengidentifikasi suatu masalah secara sistematis
- e. Memberikan pengetahuan mengenai pemecahan masalah dari penelitian yang ditulis

2. Bagi Perusahaan

Manfaat penelitian ini bagi perusahaan yakni memberikan gambaran mengenai karakteristik konsumen *green living* yang nantinya dapat digunakan sebagai acuan untuk segmentasi pasar konsumen dengan karakteristik yang sama. Selain itu juga mendorong perusahaan untuk memproduksi produk yang ramah lingkungan

3. Bagi Pihak Lain

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi maupun informasi bagi pihak lain baik itu peneliti maupun non peneliti.

E. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi penjelasan tentang kajian pustaka, penelitian terdahulu, hipotesis, dan kerangka pemikiran.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, data dan sumber data, populasi dan sampel, definisi operasional variabel, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian seperti analisis data, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran.