

BAB I

PENDAHULUAN

Di dalam bab ini akan dikemukakan dasar dan alasan penyusunan penelitian mengenai latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

A. Latar Belakang Masalah

Isu-isu mengenai lingkungan akhir-akhir ini menjadi perbincangan hangat entah itu pencemaran lingkungan maupun bencana alam. Hal ini tidak lepas dari kebiasaan manusia yang ingin memenuhi kebutuhannya yang tidak terbatas tanpa memikirkan dampak yang diakibatkannya. Hal ini tentunya semakin diperkuat oleh pernyataan dalam jurnal (*studying consumers ecological consciousness a comparative analysis of Romania, Malaysia, and Pakistan* oleh Jamilah Ahmad,dkk. 2012):

“Penebangan hutan berlebihan adalah unsur lain yang berkontribusi terhadap pemanasan global. Menurut Butler (2008), Brazil kehilangan hampir 150.000 kilometer persegi hutan hujan Amazon antara Mei 2000 dan Agustus 2006. Selama tiga dekade terakhir, para ilmuwan telah memperingatkan bahwa pemanasan global tidak hanya ancaman lingkungan, tetapi juga merupakan faktor penentu cara orang akan hidup di Bumi. Dalam konteks ini, bencana alam seperti kekeringan atau bahkan banjir lebih hadir dalam agenda lingkungan. Efek pada populasi tercermin dalam meningkatnya jumlah kematian yang disebabkan oleh panas yang berlebihan (Narain, 2009). Oleh karena itu, tindakan untuk meminimalkan

Polusi udara, tanah, dan air diperlukan untuk melestarikan keanekaragaman hayati dan warisan alam (minciu et.al., 2010).”

Dalam kutipan jurnal diatas terbukti bahwa salah satu dampak yang ditimbulkan dari pemenuhan kebutuhan manusia yang tidak terbatas adalah kerusakan lingkungan yang berkontribusi terhadap pemanasan global yang terjadi hingga saat ini.

Selain itu sampah plastik yang menumpuk juga menjadi persoalan, berdasarkan data Deputy Pengendalian Pencemaran Kementerian Negara Lingkungan Hidup (KLH) ternyata setiap individu rata-rata menyumbangkan 0,8 kilogram sampah perhari, dimana 15%nya adalah sampah wadah plastik. Dengan asumsi ada sekitar 220 juta penduduk di Indonesia, maka sampah plastik yang tertimbun mencapai 26.500 ton per hari; sedangkan jumlah timbunan sampah nasional diperkirakan mencapai 176.000 ton per hari (sumber : Tupperware.co.id). Padahal sampah plastik butuh puluhan tahun untuk diuraikan oleh alam. Apabila hal ini dibiarkan, maka lama kelamaan lingkungan tempat tinggal manusia akan terganggu oleh timbunan sampah yang sulit terurai itu.

Untuk mengurangi dampak yang ditimbulkan dari tindakan manusia yang selalu ingin memenuhi kebutuhannya yang tidak terbatas maka orang-orang yang peduli terhadap lingkungan mulai menciptakan produk-produk yang ramah lingkungan yang dapat memenuhi kebutuhan manusia tanpa harus merusak lingkungan, misalnya botol minuman eco Tupperware yang dapat digunakan dalam jangka waktu yang panjang dan dapat didaur ulang sehingga dapat mengurangi jumlah sampah plastik sekali pakai.

Produk botol minuman eco Tupperware ini merupakan salah satu produk yang dibuat oleh perusahaan Tupperware yang terbuat dari bahan dengan kualitas terbaik, aman bagi kesehatan serta ramah lingkungan bahkan telah memenuhi ketentuan FDA, EFSA(*European Food Safety Authority*) dan *Japan Food Safety Commission* sehingga konsumen tidak perlu khawatir lagi dengan keamanan botol minuman ini. Selain menjual produk-produk kemasan plastik perusahaan ini juga mempromosikan “green living” dimana perusahaan Tupperware mengajak masyarakat agar mengurangi pemakaian kemasan minum sekali pakai untuk mengurangi sampah kemasan tersebut seperti yang terdapat pada gambar dibawah ini :

Gambar 1.1



Sumber: Tupperware.co.id yang diakses pada 9 Oktober 2012

Dalam penelitian ini nantinya akan dibahas mengenai bagaimana pengetahuan dan sikap konsumen mempengaruhi keputusan pembelian produk ramah lingkungan terhadap botol minuman eco Tupperware, dimana sikap konsumen itu sendiri dapat dipengaruhi oleh pengetahuan berupa suatu informasi, perasaan konsumen mengenai produk dalam hal ini botol minuman eco, hingga tindakan yang diambil nantinya yaitu berupa keputusan untuk membeli produk tersebut.

Berikut ini adalah tabel perbandingan dari beberapa penelitian terdahulu :

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama peneliti	Judul	Hasil temuan	Metode penelitian
1	Jamilah Ahmad, dkk	STUDYING CONSUMERS' ECOLOGICAL CONSCIOUSNESS A COMPARATIVE ANALYSIS OF ROMANIA, MALAYSIA AND PAKISTAN	<ul style="list-style-type: none"> - konteks faktor Rumania seperti perilaku ramah lingkungan, pengetahuan ekologi, lingkungan pengendalian, orientasi manusia alam, dan kesediaan untuk membayar harga yang lebih tinggi mengalami hubungan yang signifikan dengan kesadaran lingkungan konsumen. - Dalam kasus Malaysia, semua faktor termasuk perilaku ramah lingkungan, pengetahuan ekologi, lingkungan pengendalian, orientasi manusia alam, dan kesediaan untuk membayar harga tinggi, keyakinan agama dan budaya nasional yang mempunyai hubungan signifikan dengan kesadaran lingkungan konsumen. - Mengenai Pakistan, perilaku ramah lingkungan, pengetahuan ekologi, lingkungan pengendalian, orientasi manusia alam, keyakinan agama dan pengaruh budaya nasional mempunyai hubungan secara signifikan terhadap kesadaran lingkungan konsumen. 	<ul style="list-style-type: none"> - Jenis Penelitian: analisis komparatif - Teknik pengambilan sampel: Desain Probabilitas - Populasi dan sampel: populasi bagi peneliti adalah pria dan wanita, sampel yang diambil adalah 100 responden dari masing-masing negara. - Teknik Pengumpulan data: penyebaran kuesioner, Skala yang digunakan untuk penelitian adalah skala likert - Variabel penelitian : kesadaran ekologi konsumen pengetahuan ekologi, orientasi manusia-alam, bidang pengendalian, keyakinan agama, kesediaan untuk membayar harga yang lebih tinggi dan budaya nasional - Teknik analisis data: statistik deskriptif dan ANOVA
No	Nama peneliti	Judul	Hasil temuan	Metode penelitian

2	Ricky Y.K. chan, dan Lorret B.Y. lau	ANTECEDENTS of GREEN PURCHASE : A SURVEI IN CHINA.	Sebuah kesadaran degradasi lingkungan telah lama datang ke Cina. Dengan kemakmuran yang meningkat berasal dari pertumbuhan ekonomi yang cepat, bagian tertentu dari masyarakat telah mulai menyadari dampak berbahaya dari kerusakan lingkungan terhadap kesejahteraan mereka. Kesadaran ini tentu menciptakan tantangan baru dan / atau kesempatan bagi para pembuat kebijakan dan pemasar hijau.	<ul style="list-style-type: none"> - Jenis Penelitian: penelitian empiris - Teknik pengambilan sampel: Desain Probabilitas - Populasi dan sampel : populasi bagi peneliti adalah pria dan wanita, sampel yang diambil adalah 274 responden dari Guangzhou, dan Beijing. - Teknik Pengumpulan data : penyebaran kuesioner, Skala yang digunakan untuk penelitian adalah skala likert - Variabel penelitian: ecology affect, ecology knowledge, actual green purchase, man-nature Orientaion, pembelian hijau - Teknik analisis data : Analisis 2 arah (ANOVA) dan statistik deskriptif.
No	Nama peneliti	Judul	Hasil temuan	Metode penelitian
3	James A.Robert dan Donald R. Bacon	EXPLORING THE SUBTLE RELATIONSHIP BETWEEN ENVIRONMENTAL CONCERN AND ECOLOGICALLY CONSCIOUS CONSUMER BEHAVIOR	<ol style="list-style-type: none"> 1. Faktor pertama (Saldo Alam) paling sangat berkorelasi dengan faktor 3 dan 4 dari skala ECCB yang membutuhkan semacam upaya konsumen, kompromi, atau pengetahuan suatu kompatibilitas produk ekologis. 2. Faktor kedua (Tuhan dan Alam) adalah mencolok dalam tidak berkorelasi lebih tinggi daripada faktor lain dengan salah satu dimensi perilaku konsumen. 3. Faktor ketiga (Limits to Growth), berkorelasi dengan varietas perilaku yang menunjukkan pemahaman yang lebih teknis masalah lingkungan (4faktor dari skala ECCB), daur ulang, dan mengurangi penggunaan mobil untuk mengurangi beban pada lingkungan. 4. Faktor keempat (Adaptasi sebelum Modifikasi), yang paling erat kaitannya 	<ul style="list-style-type: none"> - Jenis Penelitian: penelitian empiris - Teknik pengambilan sampel: Desain Probabilitas - Populasi dan sampel : populasi bagi peneliti adalah pria dan wanita, sampel yang diambil adalah 1.503 orang dewasa konsumen Amerika Serikat. - Teknik Pengumpulan data: penyebaran kuesioner, Skala yang digunakan untuk penelitian adalah skala likert - Variabel penelitian : kepedulian lingkungan, kesadaran ekologis, perilaku konsumen - Teknik analisis data : Skala Lisrel

			dengan 4 faktor dari subskala ECCB yang fokus pada memilih produk yang memiliki dampak kurang berbahaya pada lingkungan alam.	
No	Nama peneliti	Judul	Hasil temuan	Metode penelitian
4	Ian H.Rowlands, Daniel Scott dan Paul Parker	CONSUMERS AND GREEN ELECTRICITY: PROFILING POTENTIAL PURCHASERS	Salah satu pelajaran terpenting yang dipelajari. Dalam pemasaran listrik hijau di Amerika Serikat adalah bahwa pelanggan bersedia untuk membayar premi untuk hijau listrik, tapi ini kemauan membayar nilai ekologi yang lebih besar tergantung pada seberapa baik perusahaan listrik dapat banyak dokumen dan manfaat produk listrik hijau lingkungan pasar dari mereka. Meskipun karakteristik demografi tidak ditemukan untuk menjadi yang paling berguna dalam penyelidikan kami, tiga dari mereka masih memiliki signifikansi yaitu, pendidikan, usia dan pendapatan.	<ul style="list-style-type: none"> - Jenis Penelitian : Studi lokasi - Teknik pengambilan sampel : Desain Probabilitas - Populasi dan sampel : populasi bagi peneliti adalah pria dan wanita, sampel yang diambil adalah 466 responden di Ontario. - Teknik Pengumpulan data : penyebaran kuesioner, Skala yang digunakan untuk penelitian adalah skala likert - Variabel penelitian: Ecological concern, liberalism, altruism, Education, perceive consumer effectiveness, age, income, participation, communication, knowledge, Gender, others - Teknik analisis data : Korelasi spearman

Berdasarkan uraian tersebut, maka penelitian ini diberi judul “ANALISIS PENGARUH PENGETAHUAN DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK RAMAH LINGKUNGAN PADA BOTOL MINUMAN ECO TUPPERWARE” untuk diteliti.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan diatas maka peneliti menetapkan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh pengetahuan konsumen, terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan pada botol minuman eco Tupperware?.
2. Bagaimana pengaruh sikap konsumen terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan pada botol minuman eco Tupperware?.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. untuk menganalisis pengaruh pengetahuan konsumen terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan botol minuman eco Tupperware.
2. untuk menganalisis pengaruh sikap konsumen terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan pada botol minuman eco Tupperware.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti :

Mengaplikasikan teori-teori pengetahuan konsumen, sikap konsumen dengan masalah yang dihadapi terutama mengenai pengaruh pengetahuan konsumen, sikap konsumen terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan pada botol minuman eco Tupperware.

2. Bagi Pihak Lain :

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan dan referensi yang bermanfaat untuk penelitian dengan objek yang sama yaitu Pengaruh Pengetahuan Konsumen, Sikap Konsumen terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan pada botol minuman eco tupperware.

E. Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari lima bab dimana setiap babnya berkaitan langsung seperti yang tersusun sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, hipotesis penelitian tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan

BAB II LANDASAN TEORI

Berisi tentang pengertian pengetahuan konsumen, pengertian perilaku konsumen, dan pengertian sikap konsumen.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan tentang metode penelitian yang dilaksanakan mengenai jenis penelitian yang merupakan penelitian survei lapangan, teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *purposive sampling*, populasi yang digunakan adalah masyarakat kota Palembang yang menggunakan botol minuman eco Tupperware dan sampel yang digunakan sebanyak 30 responden sebagai *pretest* kemudian akan ditambah 70 responden sehingga total sampel menjadi 100 responden, jenis data, teknik analisis data menggunakan regresi berganda terdiri dari analisa kuantitatif dan kualitatif, variabel penelitian, dan definisi operasional variabel.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini memberikan hasil pengolahan dan analisa data sehingga diperoleh hasil penelitian sebagai jawaban atas tujuan penelitian. Analisis ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas, analisis regresi berganda, uji *Goodness of Fit* (uji f, uji t, dan koefisien determinasi R^2).

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini menguraikan tentang simpulan dan saran-saran yang diharapkan dapat digunakan dalam mengatasi permasalahan sehingga bermanfaat bagi pembaca.