

# **Bab I**

## **Pendahuluan**

### **1.1 Latar Belakang**

Permasalahan lingkungan seperti pemanasan global, perubahan iklim, dan sisa limbah sampah yang melimpah dapat meningkatkan ancaman terhadap lingkungan. Untuk mengurangi ancaman terhadap lingkungan tersebut dibutuhkan produk alternatif yang ramah lingkungan. Menurut Kristia (2021), saat ini mulai banyak orang yang mulai beralih menggunakan produk ramah lingkungan atau *Green Product*. Menurut Azevedo dkk. (2011) *green product* terbukti dapat mengurangi efek samping berbahaya, mengurangi masalah kesehatan, meningkatkan kegiatan daur ulang, meningkatkan kualitas udara, serta meningkatkan keramahan lingkungan.

Terdapat berbagai macam bentuk produk yang diproduksi perusahaan di dunia ini seperti produk kesehatan, kecantikan, makanan, pakaian, dan lain sebagainya yang menghasilkan limbah. Dari beberapa jenis produk tersebut, salah satu produk yang menghasilkan limbah terbesar adalah pakaian (Muazimah, 2020). Pakaian merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia. Majunya industri mode (*fashion*) sendiri menyebabkan semakin besar limbah dari pakaian. Dengan jumlah populasi dunia yang mencapai 7,7 miliar jiwa maka dengan demikian terdapat potensi limbah minimal sebesar 7,7 miliar pakaian bila satu penduduk hanya memiliki satu buah pakaian. Di Indonesia sendiri, industri pakaian merupakan sektor manufaktur yang mencatatkan pertumbuhan paling tinggi pada triwulan III tahun 2019 sebesar 15,08% (Kemenperin, 2019). Menurut penelitian Wood (1998), ditemukan bahwa tingkat konsumtif dalam melakukan pembelian dapat dipengaruhi oleh bertambahnya usia. Tingkat konsumtif yang tinggi dalam pembelian terjadi pada rentang usia 18 tahun hingga 39 tahun yang merupakan usia masa dewasa muda. Lain halnya dengan yang dikatakan oleh Santrock (2011) bahwa masa usia dewasa muda berkisar pada rentang usia 18 tahun hingga 25 tahun. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa dewasa muda juga berperan besar dalam menyumbang limbah.

Oleh karena itu, penting bagi setiap produsen dan konsumen untuk mempunyai kesadaran mengenai *green apparel*.

*Green apparel* atau pakaian hijau adalah pakaian yang melalui proses produksi dan menggunakan bahan yang ramah lingkungan (Cho dkk., 2015). *Green apparel* menjadi salah satu tren *fashion* yang menjadi perhatian dalam beberapa dekade terakhir (Choi dkk., 2012). Meskipun *green apparel* telah menjadi perhatian utama, namun kesadaran masyarakat tentang *green apparel* masih belum banyak (Harris dkk., 2016). Tingkat penerimaan dan pembelian produk *green apparel* yang rendah disebabkan karena konsumen tidak yakin akan manfaat dan *fair-trade value* dari *green apparel* (Lee dkk., 2015). Rendahnya kesadaran masyarakat tentang *green apparel* menyebabkan terhambatnya penerimaan dari *green apparel* itu sendiri.

Menurut Akbar dkk. (2014), kesadaran masyarakat tentang lingkungan dapat terjadi jika mereka memiliki pengetahuan tentang lingkungan itu sendiri. Pengetahuan lingkungan adalah pengetahuan umum tentang fakta, konsep, dan hubungan mengenai lingkungan alam dan ekosistem utamanya (Fryxell dan Lo, 2003). Jadi pengetahuan lingkungan nantinya dapat digunakan untuk mengatasi masalah-masalah yang berhubungan dengan lingkungan sehingga manfaat yang dihasilkan dari perbaikan tersebut dapat dirasakan oleh pemangku kepentingan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh terhadap manfaat yang dirasakan. Hal ini juga didukung oleh beberapa hasil penelitian seperti milik Arifiyanto dan Kholidah (2020) yang mendapatkan hasil positif antara pengaruh dari pengetahuan dan manfaat yang dirasakan. Dalam konteks *green apparel*, khususnya di Indonesia, belum diketahui apakah pengetahuan masyarakat tentang *green apparel* mempengaruhi kesadaran tentang manfaat yang dirasakan dari produk *green apparel*. Sehingga penelitian ini akan meneliti apakah pengetahuan memiliki hubungan atau pengaruh terhadap persepsi konsumen tentang manfaat yang dirasakan dari *green apparel*. Selain itu, penelitian ini juga ingin melihat apakah manfaat yang dirasakan dari *green apparel* berpengaruh terhadap keputusan pembelian oleh konsumen.

Analisis ini akan dilakukan dengan menggunakan metode *Partial Least Square-Structural Equation Modelling* (PLS-SEM) dengan tujuan mengetahui

apakah terdapat pengaruh antara pengetahuan *green apparel* terhadap keputusan pembelian *green apparel*, serta pengaruh manfaat yang dirasakan *green apparel* terhadap keputusan pembelian *green apparel*. Berdasarkan penelitian ini, nantinya dapat diketahui strategi yang dapat membantu perusahaan industri pakaian untuk meningkatkan pembelian *green apparel*.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya masih belum diketahui apakah pengetahuan masyarakat tentang *green apparel* dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk *green apparel* serta adakah pengaruh dari manfaat yang dirasakan dari produk *green apparel* terhadap keputusan pembelian produk *green apparel*.

## **1.3 Batasan Masalah**

Berikut ini merupakan batasan masalah dalam penelitian ini:

1. Responden yang dipilih merupakan pria dan wanita berusia antara 18-25 tahun.
2. Lokasi pengambilan data penelitian berada di Kota Malang.
3. Penyebaran kuesioner dilakukan secara online menggunakan aplikasi *google form*.

## **1.4 Perumusan Masalah**

Berikut merupakan perumusan masalah dari penelitian ini:

1. Bagaimana hubungan antara pengetahuan *green apparel* terhadap keputusan pembelian oleh konsumen?
2. Bagaimana hubungan antara persepsi manfaat yang dirasakan dari *green apparel* terhadap keputusan pembelian oleh konsumen?

### 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat berikut ini adalah tujuan dari dilakukannya penelitian ini.

1. Mengetahui hubungan antara pengetahuan *green apparel* terhadap keputusan pembelian oleh konsumen.
2. Mengetahui hubungan antara persepsi manfaat yang dirasakan dari *green apparel* terhadap keputusan pembelian oleh konsumen.

### 1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapatkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk memperluas pengetahuan masyarakat mengenai *green apparel*.
2. Untuk meningkatkan tingkat kesadaran masyarakat terhadap lingkungan.
3. Dapat dijadikan acuan untuk menetapkan strategi yang akan dilakukan perusahaan terkait *green apparel*.

### 1.7 Sistematika Penulisan

Berikut ini merupakan sistematika penulisan dalam penelitian ini:

#### Bab I: Pendahuluan

Bab Pendahuluan akan dilakukan penjabarkan latar belakang dari permasalahan yang diangkat, identifikasi masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian yang akan memberikan gambaran secara umum mengenai pembahasan dan pelaksanaan yang akan dilakukan pada penelitian ini.

#### Bab II: Tinjauan Pustaka

Bab Tinjauan Pustaka akan berisi mengenai sumber-sumber teori yang digunakan maupun penelitian terdahulu yang berhubungan erat dengan topik penelitian ini yang bertujuan sebagai pembanding, pendukung teori, maupun pengambilan keputusan atas penelitian yang akan dilaksanakan.

### Bab III: Metode Penelitian

Bab Metodologi Penelitian akan memberikan gambaran mengenai tempat pelaksanaan dan segala hal yang akan dilakukan saat melaksanakan penelitian ini yang digambarkan dalam *flowchart* serta diikuti dengan penjelasan mengenai langkah-langkah penelitian tersebut.

### Bab IV: Pengolahan Data dan Analisis Hasil

Bab Pengolahan Data dan Analisis Hasil akan menunjukkan data yang telah didapatkan dari penelitian yang telah dilakukan. Bab ini juga akan menjelaskan tentang seluruh hasil penelitian, pengolahan data, serta pembahasan terhadap penelitian yang telah dilakukan.

### Bab V: Simpulan dan Saran

Bab Simpulan dan Saran akan memberikan kesimpulan dari seluruh hasil pengolahan data, analisis, dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya. Bab ini juga akan memberikan saran-saran bagi penelitian selanjutnya.