

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perubahan iklim telah menjadi isu lingkungan secara global yang menjadi perhatian dalam beberapa tahun terakhir karena meningkatnya masalah lingkungan seperti polusi, pemanasan global, dan mengancam pembangunan umat manusia secara berkelanjutan. Kampanye lingkungan berperan besar dalam menciptakan kesadaran tentang isu lingkungan (Kuppuswamy, 2018). Kesadaran lingkungan di kalangan konsumen secara global mendapatkan perhatian positif untuk memastikan hidup sehat dan perlindungan terhadap lingkungan (Zhu D H, 2018). Agenda global berupaya mencapai konsumsi dan produksi berkelanjutan untuk melindungi lingkungan yang tetap berkelanjutan bagi kelangsungan hidup dan kesejahteraan manusia di bumi. Oleh karena itu, demi kepentingan organisasi bisnis yang kompetitif dengan menemukan cara inovatif untuk menjalankan usaha secara berkelanjutan serta melindungi lingkungan dan mempromosikan kepada pelanggan mereka (Santos F C A, 2019). Pesatnya pertumbuhan konsumen yang sadar terhadap lingkungan memberikan peluang yang signifikan bagi industri untuk sayuran organik. Oleh karena itu, banyak perusahaan memperkenalkan produk dan membuat rencana untuk praktik penghijauan. Sayuran organik didefinisikan sebagai produk yang memiliki efek yang relatif lebih sedikit pada lingkungan daripada produk konvensional dan kurang berbahaya bagi kesehatan selama siklus hidupnya, ini juga dikenal sebagai produk yang berkelanjutan atau ramah lingkungan (Ranjan, 2019).

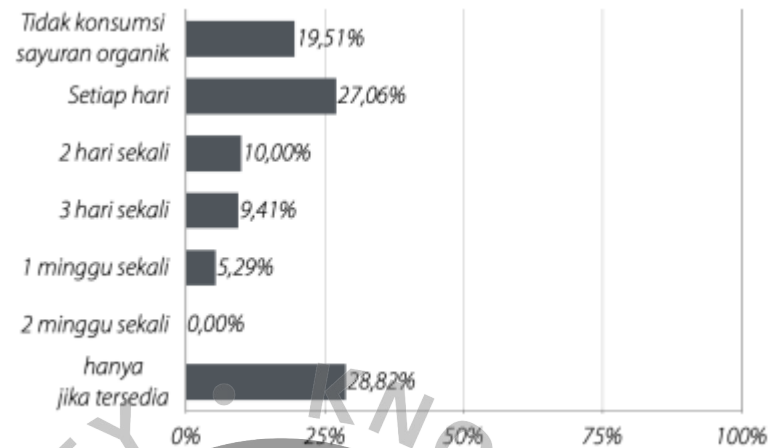
Penelitian ini merupakan penelitian replikasi dari penelitian sebelumnya, peneliti meneliti konsumen produk sayuran organik di Jabodetabek. Perbedaan dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian terdahulu

berfokus pada produk (*a beekeeping, a confectionery, a cheese factory, an olive oil complex*) pada masyarakat Algeria sedangkan penelitian saat ini fokus pada produk sayuran organik.

Sayuran organik adalah produk yang dalam pembuatannya menggunakan bahan baku yang baik, dapat didaur ulang dan proses pembuatannya menggunakan manajemen yang baik sehingga sayuran organik dapat mendukung mengurangi pencemaran lingkungan dan membantu mengurangi pemanasan global (Elafansa, 2020).

Sayuran adalah komponen penting dari konsumsi harian dan memberikan vitamin, mineral, dan nutrisi lainnya. Sayuran memiliki masa penyimpanan yang singkat, membutuhkan transportasi yang cermat, dan mudah rusak sehingga dituntut untuk mengembangkan budidaya sayuran untuk memenuhi Kebutuhan (Jian Huang, 2018). Konsumen semakin menyadari hubungan yang kuat antara kesehatan dan kebutuhan diet seimbang berdasarkan sayuran yang aman. Sayuran yang aman termasuk sayuran bebas bahaya, sayuran hijau, dan sayuran organik. Ada perbedaan standar yang digunakan untuk mendefinisikan sayuran bebas bahaya, hijau, dan organik dan ini berkaitan dengan area produksi, peraturan produksi, pengolahan, pengemasan, dan terutama penggunaan bahan produksi. Hal ini mengakibatkan perbedaan dalam kualitas, keamanan, kesehatan, dan nutrisi untuk berbagai jenis sayuran yang aman (Jian Huang, 2018).

Menurut (Alianis organis indonesia, 2019) Kesadaran konsumen untuk hidup sehat diasumsikan meningkat, dipercaya salah satu upaya preferatif dari konsumen adalah dengan mengkonsumsi produk sehat agar membangun ketahanan tubuh. Selain itu untuk keragaman konsumsi serta penggunaan produk organik kami mendata beberapa komoditi dan aplikasi produk organik yang di gunakan oleh konsumen dalam hal ini responden. Berikut gambar di bawah adalah data frekuensi konsumsi produk organik:



Gambar 1.1 Frekuensi Konsumsi Sayuran organik 2019

Hanya 19,51% tidak mengonsumsi sayuran organik tetapi sayuran konvensional. Frekuensi mengonsumsi sayuran organik setiap hari hanya 27,6% sedangkan lainnya dengan kisaran 1 - 3 kali dalam seminggu. Ada hal unik yang cukup banyak 28,82% yang tergantung persediaan sayur yang ada. Hal ini terjadi rata-rata karena untuk ketersediaan sayuran organik tidak dapat ditemui setiap hari kecuali di supermarket atau toko khusus. Sedangkan ketersediaan dari pasar komunitas, langsung dari petani/produsen/operator biasanya dilakukan saat panen yang dilakukan 2 sampai 3 hari sekali dalam seminggu.

Permintaan konsumen terhadap sayuran organik telah meningkat secara dramatis, di seluruh dunia pasar makanan organik global diproyeksikan memiliki tingkat pertumbuhan tahunan lebih dari 16% selama 2015–2020. Menariknya, konsumen semakin banyak menggunakan konsumsi sayuran organik tidak hanya memenuhi kebutuhan fungsional mereka (misalnya, kesehatan, nutrisi) tetapi untuk benar-benar memberlakukan identitas mereka dan mengekspresikan nilai-nilai inti mereka. Konsumsi sayuran organik konsumsi adalah bagian dari cara hidup. Salah satu karakteristik utama sayuran organik adalah memiliki dampak positif terhadap lingkungan, seperti

pengurangan kontaminasi air, dan kesejahteraan ekologis yang lebih baik secara keseluruhan (Machiel Reinders, 2017). Pembelian sayuran organik secara sadar merupakan perilaku pro terhadap lingkungan (Xuequn Wang, 2017).

Pengetahuan lingkungan dapat didefinisikan sebagai pengetahuan umum mengenai hubungan perlindungan lingkungan dan ekosistem utamanya. Pengetahuan lingkungan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap sikap dan perilaku pro terhadap lingkungan. Dengan kata lain, pengetahuan lingkungan melibatkan apa yang orang ketahui tentang lingkungan, hubungan dan pengaruh dan tanggung jawab untuk pembangunan berkelanjutan. Meskipun, secara teoritis, pengetahuan lingkungan ternyata memainkan peran penting dalam membantu individu dalam memahami cara yang tepat untuk bergerak menuju tujuannya, dalam pembentukan sikap terhadap perilaku pro terhadap lingkungan (Yun-Hsuan Chu, 2020). Permintaan sayuran organik terkait dengan kesadaran akan masalah kesehatan manusia dan lingkungan, dan tumbuhnya kepedulian lingkungan umumnya terkait dengan perilaku rasional dalam melestarikan ekosistem, individu menempatkan pada isu-isu penting lingkungan dan keinginan mereka untuk lingkungan (Pietro Moavero, 2019). Studi menjelaskan peran orientasi jangka panjang pada nilai-nilai pro terhadap lingkungan berkorelasi terhadap tanggung jawab dan integritas lingkungan. Orientasi jangka panjang merupakan perilaku pro lingkungan untuk masa depan dengan mengadopsi perilaku ramah lingkungan karena mereka menghargai melestarikan lingkungan untuk generasi mendatang (Jyrki Kangas, 2020). Konsumen selalu bersedia membayar harga untuk produk-produk yang diklaim atau diproyeksikan ramah lingkungan, berkelanjutan. Ini menjadi prioritas utama setelah kekhawatiran baru-baru ini tentang masalah lingkungan, kita menghadapi dan menumbuhkan kesadaran di antara orang-orang untuk

berkontribusi dari pihak mereka untuk meningkatkan kesadaran terhadap lingkungan (Rasheed, Aubin, & Mundol, 2020).

Iklan sayuran organik sebagai aktivitas yang mempromosikan kesadaran akan masalah lingkungan dan menyarankan perilaku konsumen untuk memperbaiki kerusakan lingkungan. Hasil ini menunjukkan bahwa Iklan sayuran organik memiliki berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian sayuran organik. Promosi sayuran organik di berbagai media dan tindakan kehidupan untuk melestarikan lingkungan, meningkatkan kesadaran konsumen akan pentingnya melindungi lingkungan dan membuat mereka lebih percaya pada sayuran organik. Pernyataan tentang Iklan sayuran organik menghasilkan kepercayaan konsumen yang lebih tinggi terhadap sayuran organik. Iklan akan dapat meyakinkan konsumen dan dapat dipercaya sehingga konsumen tertarik dan akan memutuskan untuk membeli sayuran organik (Rahmania, 2020). Hasil studi (Antonino Galati, 2019) menunjukkan bahwa atribut kualitas memainkan peran penting dalam pilihan konsumen. Norma subjektif didefinisikan sebagai tekanan sosial individu untuk terlibat dalam perilaku dengan perilaku kelompok, seperti keluarga atau teman. Norma sosial sangat berpengaruh terhadap konsumsi sayuran organik (Christopher Groening, 2017). (Xuequn Wang, 2017) Mendefinisikan sikap sejauh mana seseorang memiliki evaluasi perilaku tertentu terhadap perilaku pembelian sayuran organik. Evaluasi seperti penilaian tentang pertimbangan baik atau buruk dan menguntungkan atau tidak menguntungkan kemudian, individu memiliki sikap yang lebih positif dalam niat terhadap perilaku pembelian sayuran organik. Studi telah mengkonfirmasi bahwa ada hubungan positif antara sikap dengan niat pembelian yang mempengaruhi perilaku pembelian sayuran organik. Perubahan kebutuhan konsumen dalam kaitannya dengan produk yang lebih ramah lingkungan telah meningkatkan sikap terhadap sayuran organik. Perilaku pembelian sayuran organik merupakan

konsumsi produk yang baik untuk lingkungan, atau mempertimbangkan masalah lingkungan. Pembelian produk hemat energi, penghindaran produk yang dikemas berlebihan, dan produk yang dapat diurai dan didaur ulang dan pengurangan polusi dianggap sebagai perilaku pembelian sayuran organik. Karakteristik ramah lingkungan yang dinilai konsumen dalam sayuran organik seperti sedikit dalam penggunaan air, limbah minimal dan polutan minimal (Amoako, 2019).

1.2 Ruang Lingkup Masalah

1. Penelitian yang diteliti penulis berdasarkan pengembangan dari penelitian sebelumnya. Penelitian ini merupakan penelitian modifikasi model dari penelitian (Troudi, 2019).
2. Variabel independent yang ada dalam penelitian ini yaitu Pengetahuan lingkungan, kepedulian lingkungan, orientasi jangka Panjang, harga, iklan, kualitas sikap, norma subjektif dan niat pembelian. Variabel dependen yang terkait dengan variabel independent adalah Perilaku pembelian.
3. Objek penelitian ini adalah konsumen sayuran organik di Jabodetabek. Penelitian ini akan meneliti Pengaruh Pengetahuan lingkungan, kepedulian lingkungan, orientasi jangka Panjang, harga, iklan, dan kualitas terhadap perilaku pembelian dengan sikap, norma subjektif dan niat pembelian sebagai variable Intervening.

1.3 Identifikasi Masalah

Permintaan sayuran organik salah satu kegiatan yang umum dilakukan di masyarakat terkait dengan kesadaran akan masalah kesehatan manusia dan lingkungan. Penulis bermaksud meneliti mengenai faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian sayuran organik pada konsumen di Jabodetabek.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dikemukakan perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah Pengetahuan lingkungan berpengaruh positif dan signifikan pada sikap konsumen terhadap perilaku pembelian sayuran organik?
2. Apakah Kepedulian lingkungan berpengaruh positif dan signifikan pada sikap konsumen terhadap perilaku pembelian sayuran organik?
3. Apakah Orientasi jangka panjang memiliki efek langsung positif dan signifikan pada sikap konsumen terhadap perilaku pembelian sayuran organik?
4. Apakah Harga sayuran organik memiliki efek negatif dan tidak signifikan pada sikap konsumen terhadap perilaku pembelian sayuran organik?
5. Apakah Iklan sayuran organik berpengaruh positif dan signifikan pada sikap konsumen terhadap perilaku pembelian sayuran organik?
6. Apakah Kualitas sayuran organik berpengaruh positif dan signifikan pada sikap konsumen terhadap perilaku pembelian sayuran organik?
7. Apakah Sikap terhadap sayuran organik berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku pembelian sayuran organik?
8. Apakah Norma subjektif memiliki dampak langsung yang positif dan signifikan pada perilaku pembelian sayuran organik?
9. Apakah Niat perilaku pembelian sayuran organik berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian sayuran organik?

1.5 Pembatasan Masalah

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian sayuran organik studi kasus pada konsumen sayuran organik di Jabodetabek. Dalam penelitian ini, penulis akan meneliti seberapa besar pengaruh beberapa faktor yaitu Pengetahuan lingkungan, kepedulian

lingkungan, orientasi jangka Panjang, harga, iklan, kualitas, sikap, norma subjektif, dan niat pembelian.

1.6 Tujuan Penelitian

Penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa pemasaran sayuran organik dan faktor pribadi mempengaruhi sikap dan niat untuk membeli sayuran organik. Analisis serangkaian faktor menunjukkan bahwa faktor terpenting yaitu kualitas produk. Jadi konsumen sangat mementingkan kualitas dan faktor ini yang paling mempengaruhi di antara semua faktor yang telah dipelajari. Penelitian sebelumnya telah mengembangkan hubungan kausal antara niat dan norma subjektif namun, norma subjektif seharusnya mempengaruhi niat secara langsung, jadi norma subjektif yang paling penting mempengaruhi sikap setelah kualitas. Pengetahuan lingkungan merupakan faktor yang paling penting dalam faktor pribadi yang mempengaruhi sikap terhadap sayuran organik. Dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisa faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian sayuran organik yaitu Pengetahuan lingkungan, kepedulian lingkungan, orientasi jangka Panjang, harga, iklan, kualitas, sikap, norma subjektif, niat pembelian.

1.7 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pihak-pihak berikut :

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperdalam ilmu pengetahuan untuk menganalisis masalah-masalah actual yang terjadi khususnya yang berhubungan dengan perilaku pembelian.

2. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk mengembangkan pengetahuan dan wawasan mengenai faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian sayuran organik bagi konsumen di Jabodetabek.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan serta dapat menjadi bahan referensi dalam melakukan penelitian sejenis.

1.8 Sistematika Penulisan

Secara umum, sistematika penulisan penelitian ini terdiri dari:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang, ruang lingkup penelitian, identifikasi masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini terdiri dari pemaparan teori-teori yang terkait dengan penelitian ini, pengembangan kerangka pemikiran, hubungan antara variabel penelitian dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini terdiri dari pemaparan objek penelitian, populasi dan sample penelitian, jenis data, metode pengumpulan data, operasionalisasi

variabel, model penelitian, teknik pengelolaan data dan teknik pengujian hipotesis.

BAB IV ANALISIS dan PEMBAHASAN MASALAH

Bab ini terdiri dari pembahasan mengenai pengujian hipotesis yang dibuat dan penyajian hasil dari pengujian tersebut, serta pembahasan tentang analisis yang dikaitkan dengan teori yang berlaku.

BAB V KESIMPULAN dan SARAN

Bab ini terdiri dari kesimpulan yang diperoleh dari hasil analisis pada bab sebelumnya, keterbatasan penelitian, implikasi penelitian serta saran bagi peneliti berikutnya dan implikasi penelitian terhadap praktik yang ada.

