Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era yang sudah modern ini permasalahan lingkungan merupakan salah satu permasalahan yang sedang ramai dibicarakan. Masalah lingkungan merupakan aspek penting yang perlu diperhatikan oleh masyarakat Indonesia. Permasalahan lingkungan masih menjadi tugas yang harus diselesaikan, hal tersebut dikarenakan menyangkut kepada kehidupan masyarakat dan kualitas kehidupan di masa yang akan datang (Sindo, 2018). Permasalahan lingkungan didasari oleh berbagai aspek antara lain sampah, banjir, pencemaran air, pemanasan global, pencemaran udara, rusaknya ekosistem laut, kerusakan hutan, abrasi, dan pencemaran tanah (Sindo, 2018).

Akhir – akhir ini Indonesia sedang ramai sekali dengan permasalahan sampah terutama sampah plastik. Keberadaan sampah plastik masih menjadi sebuah permasalahan bagi pemerintah dan masyarakat Indonesia terutama pada wilayah Jabodetabek (Velarosdela, 2018). Berdasarkan pernyataan dari Kepala Dinas Lingkungan Hidup DKI Jakarta yaitu Isnawa Adji, Jakarta memproduksi sekitar 7,000 ton sampah setiap harinya. Diantara sampah tersebut terdapat sekitar 1900 hingga 2000 ton merupakan sampah plastik (Velarosdela, 2018). Menurut Kementrian Lingkungan Hidup dan Kehutanan menyebutkan bahwa jumlah sampah plastik di Indonesia sudah mencapai *level* mengkhawatirkan (Pitoko, 2018). Kekhawatiran itu muncul karena berdasarkan data KLHK, bahwa jumlah sampah plastik yang ada di Indonesia dalam

kurun waktu satu dekade terakhir ini mengalami peningkatan. Sejak tahun 2002 hingga 2016 jumlah sampah plastik mengalami peningkatan sebesar 5%. Selain itu pada tahun 2017, KLHK menyebutkan bahwa total sampah di Indonesia mencapai 187,2 juta ton per tahun (Effendi, 2017). Hal tersebut disebabkan karena banyaknya produk plastik yang dibuang oleh konsumen dan berakhir pada tempat pembuangan akhir. Lalu faktor lain dikarenakan banyaknya produsen penghasil kemasan berbahan dasar plastik masih belum sadar terhadap kerugian sampah plastik. (Pitoko, 2018)

Sumber : Utopia_88

Gambar 1. 1 Ilustrasi Sampah Plastik di Pantai Indonesia

Gambar 1.1 menampakan banyaknya sampah plastik yang beredar di pantai Bali. Sampah plastik telah menjadi sebuah isu global sampai – sampai menjadi sebuah

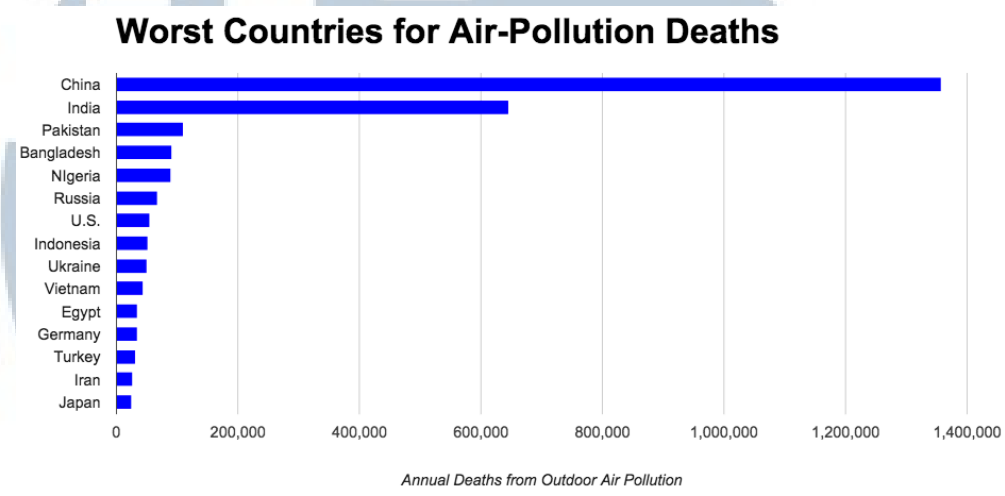
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

perhatian dari Presiden Bank Dunia yaitu Jim Yong Kim kala berkunjung ke Bali pada bulan Juli lalu (Pitoko, 2018).

Salah satu masalah lain dalam lingkungan hidup di Indonesia khususnya pada daerah Jakarta dan sekitarnya adalah permasalahan polusi udara. Pada bulan Juli 2018 Berdasarkan data dari *Air Quality Index* pencemaran udara pada wilayah Jakarta telah mencapai angka 191 (Haryanti, 2018). Menurut AQI angka tersebut termasuk kedalam kategori *unhealthy* dimana udara yang dihirup akan mengakibatkan permasalahan dalam kesehatan masyarakat Jakarta terutama bagi mereka yang mengidap penyakit asma.

Berdasarkan data satelit menunjukan bahwa polusi NOx sangat tinggi di daerah PLTU Suralaya dimana penyebab utamanya adalah pembangkit listrik batu bara. Walaupun jarak dari Jabodetabek dengan PLTU Suralaya berkisar 100 km akan tetapi arus angina dapat membawa emisi tersebut ke Jabodetabek dan dapat mengakibatkan polusi udara (Merdeka, 2018). Faktor lain penyebab terjadinya polusi udara di Jabodetabek adalah kendaraan bermotor. 75 persen polusi di Jabodetabek berasal dari asap kendaraan bermotor. Hal tersebut dikarenakan setiap tahunnya jumlah kendaraan bermotor terus bertambah sedangkan kualitas bahan bakarnya masih menggunakan standar yang terbilang buruk (beritasatu, 2018). Kendaraan bermotor menghasilkan zat yang berbahaya sehingga menimbulkan dampak negatif untuk kesehatan masyarakat. Zat berbahaya tersebut antara lain seperti timah hitam, oksida nitrogen,

hidrokarbon, karbon monoksida, dan oksida fotokimia (lingkunganhidup, Pencemaran Udara: Pengertian, Penyebab, Dampak, Polutan, dan Penanggulannya, 2017).



Sumber: CrystalsWeb.com

Gambar 1. 2 Grafik Tingkat Polusi Udara Mematikan di Dunia

Dari gambar 1.2 diatas menunjukan bahwa Indonesia menempati peringkat ke 8 dengan polusi udara yang mematikan. Hal tersebut dikarenakan semakin banyaknya penduduk di Indonesia dan banyaknya penduduk Indonesia yang menggunakan kendaraan bermotor sehingga asap dari kendaraan bermotor tersebut menghasilkan polusi udara yang mengakibatkan rata – rata kematian sebesar 50.000 jiwa (CrystalsWeb, 2015).

Selain permasalahan udara, kondisi perairan di Indonesia pun saat ini sedang menjadi pembicaraan. Indonesia merupakan negara kepulauan dimana wilayah

Indonesia dikelilingi oleh perairan dan memiliki garis pantai sekitar 81,900 Km (Al, 2018). Pencemaran air, baik itu air sungai, laut, danau, sudah menjadi permasalahan di Indonesia sebagaimana pencemaran udara. Pencemaran air di Indonesia sebagian besar diakibatkan oleh kebiasaan masyarakat Indonesia yang menjadikan sungai dan laut sebagai tempat pembuangan sampah. Mulai dari membuang limbah pemukiman, industri, dan lain sebagainya (Patrick, 2016). Dampak yang terjadi ketika mengalami polusi air adalah terganggunya kehidupan laut, ekosistem, dan dapat membunuh organisme yang hidup di air karena mereka menganggap bahwa sampah tersebut merupakan makanan mereka serta terjadinya penurunan kadar oksigen terlarut dalam air (Dudung, 2018). Dampak lainnya adalah terjadinya banjir akibat saluran air yang tersumbat oleh sampah (Dudung, 2018).

Sumber: lingkunganhidup.co

Gambar 1. 3 Ilustrasi Pencemaran Laut

Berbagai macam kegiatan yang telah dilakukan oleh masyarakat di Indonesia seperti kegiatan perminyakan, hasil industri, serta sampah yang dibuang menyebabkan terjadinya polusi air seperti yang diilustrasikan pada gambar 1.3 dimana lautan di Indonesia dipenuhi oleh sampah dari kegiatan masyarakat sendiri (lingkunganhidup, Sumber Pencemaran Laut di Indonesia dan Dampaknya , 2015) Kementrian Lingkungan Hidup dan Kehutanan menyebutkan bahwa 75 persen air sungai di Indonesia sudah mulai tercemar khususnya oleh limbah domestik. Menurut Kementrian LKH Witono di Medan bahwa kontribusi limbah domestik di air sungai sudah mencapai diatas 60 persen. Melihat kondisi tersebut masyarakat dan pemerintah harus mengatasi permasalahan itu secara serius. Kementrian LHK juga berharap dan mendorong semua pemerintah provinsi dan kabupaten/kota untuk melakukan pengendalian pencemaran air (Putra , 2017).

Pada tahun 2017, pemerintah menargetkan pengurangan 70% sampah plastik di laut pada tahun 2025. Rencana tersebut akan diperkuat oleh kebijakan tentang Rencana Aksi Nasional pengelolaan sampah laut melalui Peraturan Presiden. Selain itu Menteri Kelautan dan Perikanan yaitu Ibu Susi Pudjiastuti meminta agar masyarakat lebih berkomitmen untuk tidak membuang sampah sembarangan dan tidak membuang limbah ke sungai, danau, laut. Karena untuk dapat mewujudkan target Indonesia sebagai poros maritime dunia, sampah akan menjadi masalah krusial yang harus ditangani (Reily, 2018).

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Selain kebijakan dari pemerintah, pada tahun 2018 ini masyarakat Indonesia sudah mulai merasa peduli dengan permasalahan sampah plastik. Pada bulan Februari 2018 masyarakat kampong Tobati di daerah Jayapura, Papua melakukan "Aksi Peduli Lingkungan TWA Teluk Youtefa". Tujuan dari kegiatan tersebut bermaksud untuk menarik perhatian masyarakat di Tobati untuk memperhatikan lingkungan dengan membersihkan sampah sepanjang kawasan tersebut khususnya di areal hutan bakau (menlhk, 2018). Pernyataan bahwa masyarakat di Indonesia sudah mulai peduli lingkungan pun dinyatakan langsung oleh Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan Siti Nurbaya Bakar bahwa dalam kurun waktu dua tahun terakhir penanganan permasalahan sampah telah banyak mengalami perubahan. Bahkan menurut Ibu Siti berbagai komunitas peduli sampah bersama pemerintah Indonesia telah bergerak luar biasa (CAH, 2018).

Salah satu upaya masyarakat dalam menanggulangi permasalahan sampah plastik yaitu dengan melakukan tindakan 3R yaitu . *Reuse*, *Reduce*, dan *Recycle*. Apabila masyarakat hendak melakukan tindakan tersebut maka masyarakat Indonesia dapat mengurangi sampah plastik dan juga target pemerintah mengurangi 70% sampah plastik di laut di tahun 2025 akan mungkin untuk tercapai (CAH, 2018).

Melihat mulai adanya kesadaran dari konsumen mengenai permasalahan lingkungan, perusahaan besar memanfaatkan hal ini sebagai peluang bisnis mereka. Perusahaan – perusahaan tekstil sudah mulai berinovasi dengan memproduksi barang – barang yang terbuat dari bahan dasar daur ulang plastik. Selain itu perusahaan –

perusahaan *food and beverage* pun ikut aksi untuk melindungi ekosistem laut, seperti contoh perusahaan Kentucky Fried Chicken dengan mengajak para konsumennya untuk tidak menggunakan sedotan karena sampah dari sedotan tersebut tidak dapat diurai sehingga dapat merusak hingga membunuh hewan – hewan dan ekosistem lain yang ada dilaut.

. Pada tahun 2017 perusahaan besar di Indonesia yaitu Danone Aqua dan H&M Indonesia melakukan kerja sama dalam proyek *Bottle2Fashion* untuk mengolah kembali sampah kemasan plastik menjadi produk pakaian. Bentuk dari kerjasama ini untuk mendukung program yang dibentuk oleh pemerintah Indonesia dalam mengurangi sampah plastik. Presiden Direktur dari Danone Aqua yaitu Corine Tap melakukan penandatanganan bersama dengan *Country Manager Production* H&M Indonesia yaitu Jessica Vilhelmsson dengan disaksikan oleh Kemenko Maritim Pemerintah RI Dr. Arif Havas Oegroseno. Dalam melakukan kolaborasi ini, perusahaan Danone Aqua akan memperkuat pengumpulan sampah botol plastik di daerah Kepulauan Seribu untuk mengurangi sampah yang berakhir di lautan. Sampah plastik tersebut akan dikirim ke *Recycling Business Unit* (RBU) di daerah Tangerang Selatan. Produk yang telah dihasilkan atas kerjasama ini diantaranya adalah sarung tangan dan kaos kaki. Hal tersebut tentu akan mendukung kebijakan pemerintah yang ingin menargetkan 70% kurangnya sampah plastik pada tahun 2025 (Aqua, 2017).

Produk – produk lain seperti produk *accessories*, tas, mainan, pakaian, dan lain sebagainya juga sudah banyak yang terbuat dari bahan dasar daur ulang. Seperti contoh

tas yang terbuat dari kertas koran dan kertas kemasan, lalu mainan yang terbuat dari stik es krim dan pakaian yang terbuat dari kemasan botol plastik. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Asosiasi E-commerce Indonesia (idEA) pada tahun 2014 bahwa produk yang paling banyak dibeli oleh masyarakat Indonesia melalui toko *online* adalah produk *fashion* dengan presentase sebesar 78% diikuti dengan pembelian ponsel sebesar 46% (Setiawan, 2014).

Sumber: idEA

Gambar 1. 4 Data Produk yang Paling Banyak Dibeli di Toko Online

Ditambah lagi dengan trendnya produk *fashion* yang terbuat dari bahan dasar daur ulang. Banyak ajang *Fashion Show* yang mengusung tema *eco-conscious* dimana ajang *Fashion Show* tersebut dihadirkan dengan *fashion* berbahan daur ulang. Selain itu Para desainer mancanegara Gary Harvey, Iaskara Isadora, dan Valerie Goode juga merancang gaun yang berbahan dasar daur ulang (BP-Guide, 2017). Hal tersebut

merupakan sebuah potensi untuk dapat merealisasikan program kebijakan pemerintah untuk megurangi sampah plastik di lautan Indonesia.

Pada tahun 2015 Salah satu perusahaan *apparel* terbesar di dunia yang berasal dari Jerman yaitu Adidas bekerjasama dengan organisasi pecinta alam dan lautan yaitu *Parley for the Ocean* untuk melindungi ekosistem laut. Parley merupakan sebuah organisasi dimana pencipta, pemikir, dan pemimpin berkumpul bersama untuk meningkatkan kesadaran pada keindahan dan keragaman lautan di bumi ini dan membentuk sebuah proyek yang dapat mengakhiri kerusakan. Organisasi Parley memiliki sebuah strategi yaitu *Avoid*, *Intercept*, dan *Redesign* (AIR) yang memiliki arti sebagai berikut:

- *Avoid* merupakan istilah untuk tidak menggunakan tas plastik dalam setiap melakukan pembelian produk.
- *Intercept* merupakan pencegahan terhadap sampah plastik agar tidak memasuki lautan dan merusak ekosistem.
- *Redesign* mengendalikan setiap pembuatan produk dengan membuat produk – produk berbahan dasar daur ulang.

Parley A.I.R merupakan strategi untuk mengakhiri ancaman polusi air laut yang berkembang cepat (Parley, 2014). Adidas dan Parley telah merancang pakaian olahraga dengan bahan dari sampah botol plastik bekas. Pakaian olahraga tersebut berupa jersey klub sepak bola Eropa antara lain Manchester United, Real Madrid, Juventus, dan Bayern Munchen (Tampubolon, 2018). selain itu pada 20 Juni 2018

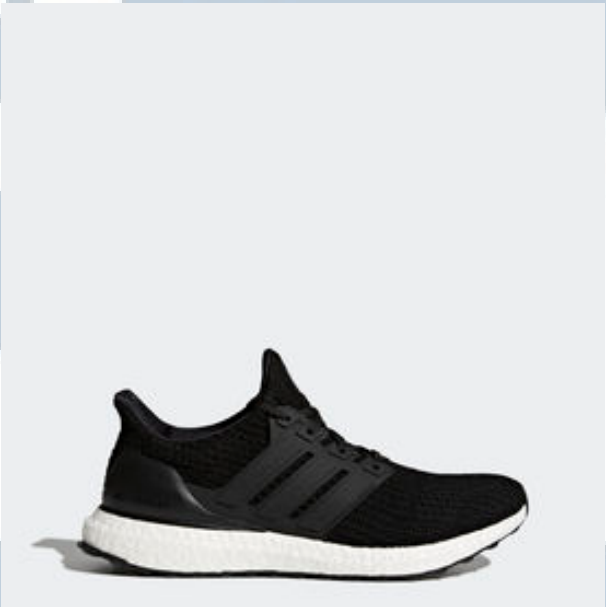
Adidas juga membuat Z.N.E *hoodie* yang dirajut dengan benang limbah plastik olahan *Parley Ocean Plastic* (Kompas, 2018).

Sumber : adidas.com

Gambar 1. 5 Ilustrasi Seragam Sepak Bola Juventus 3rd yang Terbuat dari Bahan Daur Ulang

Pada Gambar 1.5 merupakan salah satu contoh seragam sepak bola yang terbuat dari bahan dasar daur ulang plastik laut yang berjenis Parley. Hal tersebut sekaligus bertujuan untuk mengampanyekan perlindungan terhadap ekosistem dan habitat di laut (Arunanta, 2018). Pada bulan April tahun 2018, Adidas bersama Parley for the Ocean merancang sepatu jenis ultraboost yaitu UltraBOOST Parley dan UltraBOOST X Parley. Setiap kandungan dalam sepasang sepatu ini mengandung 11 botol plastik bekas. Keunggulan dari sepatu UltraBOOST Parley ini adalah sepatu tersebut memakai

lapisan atas Primekit dimana 85 persen terbuat dari limbah plastik yang diambil sebelum memasuki area lautan. Pada bagian *midsole* memberikan bantalan yang responsif dan pada bagian sol sepatu *Continental Rubber* terbuat dari bahan alami serta mampu mencengkram bagian permukaan baik basah ataupun kering (Kompas.com, 2018).



Sumber: adidas.com

Gambar 1. 6 Tampilan Sepatu Adidas Ultraboost Parley

Sepatu berbahan dasar daur ulang juga dilakukan oleh salah satu perusahaan sepatu yang berasal dari San Fransisco yaitu Rothy`s. Sepatu merek Rothy`s dibuat menggunakan botol plastik bekas dengan mensterilkan botol – botol tersebut dan dicuci dengan air panas, kemudian botol – botol tersebut dipotong menjadi serpihan dan

diubah menjadi serat kawat yang lebih halus. Perusahaan yang dicetuskan oleh Roth Martin tersebut menggunakan teknologi mesin 3D agar dapat meminimalkan sisa – sisa materi selama sepatu dibuat (Muliana, 2017). Sepatu bermerek Rothy`s ini telah digunakan oleh artis – artis mancanegara seperti Gwyneth Partlow dan juga istri dari pangeran Harry yaitu putri Meghan Markle. Setelah sepatu ini digunakan oleh mereka, para masyarakat langsung menyerbu sepatu seharga Rp 2,2 juta ini dan beberapa ukuran bahkan sudah *sold out* di situs Rothy`s (Safiera, 2017).

Sepatu yang berasal dari Amsterdam pun ikut serta dalam membuat sepatu berbahan dasar daur ulang. Akan tetapi sepatu ini tidak menggunakan botol plastik dalam pembuatannya melainkan menggunakan limbah permen karet. Desainer Explicit Wear, dan perusahaan Gumdrop melakukan kolaborasi dengan merancang sepatu dari permen karet daur ulang. Sepatu tersebut bernama Gumshoe, proyek Gumshoe ini merupakan sepatu kets pertama di dunia yang dibuat dari permen karet dan sepatu tersebut dibanderol dengan harga 232 dolar AS (Andini, 2018).

Berdasarkan *survey* yang dilakukan oleh TOP BRAND pada tahun 2018, Perusahaan Adidas merupakan perusahaan apparel terbaik di Indonesia dalam kategori pakaian dan sepatu olahraga. Untuk kategori sepatu, Adidas meraih TBI sebesar 37,6% disusul oleh Nike sebesar 25,6% dan perusahaan *apparel* lain yaitu Reebok, Ardiles, dan Diadora.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Tabel 1. 1 Tabel Top Brand Award Kategori Peralatan Olahraga (Sepatu Olahraga)

MEREK	TBI	TOP
Adidas	37.6%	TOP
Nike	25.6%	TOP
Reebok	6.2%	
Ardiles	5.2%	
Diadora	4.6%	

Sumber: topbrand-award.com

Berdasarkan dari tabel penghargaan di atas, sepatu merek Adidas memiliki banyak peminatnya di Indonesia. Hal tersebut merupakan dampak yang baik bagi perusahaan Adidas, apalagi dengan dibuatnya sepatu yang berbahan dasar daur ulang sampah. Akan tetapi daya beli masyarakat Indonesia dalam pembelian sepatu sedang mengalami penurunan. Hal tersebut diungkapkan oleh salah satu pedagang sepatu di daerah Cikupa bahwa pembelian sepatu sejak masuk semester baru tahun 2018 mengalami penurunan (poskotanews, 2018).

Selain itu banyak konsumen yang menganggap bahwa membeli sebuah produk sepatu hanya untuk memenuhi keinginan sosial mereka saja. Konsumen menganggap bahwa produk *fashion* hanya dibeli karena desain yang menarik dan sesuai dengan gaya

hidup mereka. Mereka tidak mementingkan nilai lebih dari produk tersebut asalkan mereka dapat tampil menarik ketika menggunakan produk tersebut (Koelblin, 2018).

Selain tampilan, harga suatu produk pun merupakan faktor penentu dimana konsumen ingin membeli produk tersebut ataupun tidak (Koelblin, 2018). Sebuah *survey* yang dilakukan oleh Nielsen terhadap responden berusia 15 hingga 45 tahun di Indonesia dengan kondisi sosial ekonomi menengah atas, permasalahan harga menjadi hambatan terbesar dalam memilih produk ramah lingkungan (Viva, 2017). Sebesar 65 persen masyarakat merasa bermasalah pada bagian harga dalam memilih produk ramah lingkungan (Viva, 2017). Walaupun produk *fashion* tersebut memiliki keunggulan performa yang lebih baik tetapi dengan harga yang cukup mahal, konsumen lebih memilih produk dengan harga yang lebih murah dengan performa yang tidak terlalu baik akan tetapi sesuai dengan gaya hidup mereka (Koelblin, 2018). Dari permasalahan tersebut merupakan tantangan bagi Adidas untuk dapat memasarkan produk sepatunya terlebih masyarakat lebih menyukai desain dalam membeli sepatu daripada pengaruhnya terhadap lingkungan hidup (Koelblin, 2018).

1.2 Rumusan Masalah

Walaupun perusahaan Adidas adalah perusahaan dengan jumlah pembelian tertinggi di Indonesia dalam kategori produk *fashion* terutama sepatu. Konsumen menganggap bahwa pembelian sepatu didasarkan apabila sepatu tersebut memiliki desain yang menarik walaupun sepatu tersebut tidak dibuat dari bahan dasar daur ulang. Selain itu harga sepatu Adidas Ultraboost Parley memiliki harga yang cukup tinggi

sedangkan konsumen lebih memilih produk dengan harga yang lebih murah walaupun kualitas tidak sebaik produk yang dikeluarkan oleh Adidas tersebut. Hal ini menjadikan sebuah tantangan bagi perusahaan Adidas dalam menjual produk daur ulangnya tersebut.

Pada penelitian ini, penulis ingin meneliti tentang teori dari nilai –nilai konsumsi (*Consumption Values*) serta pengaruhnya terhadap perilaku konsumen dalam pembelian produk daur ulang (*Green Purchase Behavior*). Dengan diketahuinya faktor – faktor *Consumption Values* terhadap perilaku masyarakat dalam pembelian produk ramah lingkungan sehingga dapat mendukung program pemerintah dan juga membantu mengurangi permasalahan sampah plastik yang ada di Indonesia. Selain itu juga dapat memberikan nilai yang positif bagi para perusahaan dengan produknya yang ramah lingkungan.

Terdapat beberapa nilai yang mempengaruhi *Green Purchase Behavior* yaitu *Functional Value, Social Value, Emotional Value, Epistemic Value, Conditional Value*, dan *Corporate Image Value* sebagai variable yang mempengaruhi *Green Purchase Behavior* (Solaiman, et al., 2017). *Functional Values* mengacu kepada persepsi konsumen mengenai harga dan kualitas produk. Hal ini juga mengacu pada utilitas persepsi yang diperoleh dari kapasitas alternatif untuk fungsional dan kinerja fisik. *Functional Value* diukur berdasarkan profil atribut pilihan (Sheth, Newman, & Gross, 1991). Suki (2013) menemukan bahwa konsumen mempertimbangkan harga dan kualitas ketika mereka membeli suatu produk. Dalam proses pemilihan produk,

kesadaran konsumen tentang harga sangat mempengaruhi keputusan pembelian produk ramah lingkungan (Suki, 2013) Selain itu terdapat juga *Social Value. Social Value* untuk *green products* dapat didefinisikan sebagai utilitas yang dirasakan berasal dari konsumsi produk ramah lingkungan berdasarkan pada persepsi tekanan sosial atau keuntungan prestise melalui keterlibatan dalam penyelamatan lingkungan (Biswas & Roy, 2015)

Lalu *Emotional Value* yang merupakan pengukuran dari emosional konsumen terhadap produk ramah lingkungan. Hal ini merupakan utilitas yang dirasakan dan dihasilkan dari produk atau layanan yang menjadikan perasaan atau keadaan afektif. *Emotional Value* ini dapat mempengaruhi pembelian terhadap produk ramah lingkungan (Lin & Huang, 2011). Lalu *Epistemic Value* yang mengacu pada utilitas yang dirasakan dan dihasilkan dari produk atau layanan yang merangsang keinginan untuk menawarkan hal yang baru (Sheth, Newman, & Gross, 1991) .

Berdasarkan dengan karakteristik produk ramah lingkungan secara signifikan berpengaruh terhadap perilaku konsumen (Lin & Huang, 2011). Selain itu terdapat juga *Conditional Value* yang merupakan salah satu prediktor penting dari *Green Purchase Behavior* sebagai subsidi pemerintah selalu menarik perhatian konsumen dan membawa konsumen untuk mengeksplorasi produk atau layanan. *Conditional Value* pada produk ramah lingkungan dapat dioperasionalkan sebagai utilitas bersih yang berasal dari konsumsi produk ramah lingkungan melalui substitusi konvensional berdasarkan kesediaan mereka untuk memiliki manfaat pribadi dalam bentuk persepsi

tentang variable situasional yang mengarah kepada konsumsi tersebut (Solaiman, et al., 2017). Dan yang terakhir nilai yang mempengaruhi *Green Purchase Behavior* adalah *Corporate Image Value* yang secara inheren merupakan produk gabungan dari berbagai faktor yang mencerminkan dan mengkomunikasikan identitas bsuatu organisasi kepada pikiran pelanggan (Karaosmanoglu & Melewar, 2006)

Consumption Values akan memberikan pengaruh kepada konsumen dan berpengaruh terhadap *Green Purchase Behavior*. Jika *Functional value, Social Value, Emotional Value, Epistemic Value, Conditional Value,* dan *Corporate Image Value* berpengaruh positif makan dapat mendukung perilaku konsumen dalam membeli produk – produk berbahan dasar daur ulang.

Melihat buruknya permasalahan sampah plastik yang ada di Indonesia khususnya wilayah Jabodetabek dan sudah adanya perusahaan yang melakukan inovasi terhadap produk daur ulang, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Analisis Pengaruh *Consumption Values* dan *Corporate Image Value* terhadap *Green Purchase Behavior*: Telaah Pada Konsumen Sepatu Adidas Parley" yang mengacu pada jurnal yang disusun oleh Solaiman *et al* (2017).

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah penelitian di atas, selanjutnya dijabarkan dalam sejumlah pertanyaan penelitian sebagai berikut:

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

1. Apakah *Functional Value* memiliki pengaruh positif terhadap *Green Purchase Behavior*?
2. Apakah *Social Value* memiliki pengaruh positif terhadap *Green Purchase Behavior*?
3. Apakah *Emotional Value* memiliki pengaruh positif terhadap *Green Purchase Behavior*?
4. Apakah *Epistemic Value* memiliki pengaruh positif terhadap *Green Purchase Behavior*?
5. Apakah *Conditional Value* memiliki pengaruh positif terhadap *Green Purchase Behavior*?
6. Apakah *Corporate Image Value* memiliki pengaruh positif terhadap *Green Purchase Behavior*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh dari *Functional Value* terhadap *Green Purchase Behaviour*
2. Untuk mengetahui pengaruh dari *Social Value* terhadap *Green Purchase Behaviour*
3. Untuk mengetahui pengaruh dari *Emotional Value* terhadap *Green Purchase Behaviour*

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

4. Untuk mengetahui pengaruh dari *Epistemic Value* terhadap *Green Purchase Behaviour*
5. Untuk mengetahui pengaruh dari *Conditional Value* terhadap *Green Purchase Behaviour*
6. Untuk mengetahui pengaruh dari *Corporate Image Value* terhadap *Green Purchase Behaviour*

1.5 Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, maka peneliti mengharapkan hasil dari penelitian ini memiliki manfaat baik akademik, perusahaan, maupun untuk peneliti. Manfaat yang peneliti harapkan antara lain adalah:

1. Manfaat Akademis

   Dapat memberikan model hubungan setiap variable yang berhubungan dengan nilai – nilai konsumsi dengan pengaruhnya terhadap perilaku pembelian konsumen pada produk daur ulang yang dapat menjadi acuan pada penelitian yang sejenis atau penelitian lanjutan yang lebih spesifik pada produk tertentu.

2. Manfaat Kontribusi Praktis

   Dalam penelitian ini, diharapkan dapat memberikan berbagai informasi dan juga saran mengenai perilaku konsumen dalam membeli sebuah produk, terutama produk daur ulang. Selain itu juga dapat memberikan sebuah ajakan

kepada para pelaku bisnis untuk berkontribusi dalam kepedulian lingkungan serta dapat menciptakan inovasi dalam membuat suatu produk daur ulang.

3. Manfaat Bagi Peneliti

Dalam penelitian ini, peneliti dapat mempelajari bagaimana menganalisis secara langsung mengenai tindakan masyarakat terhadap permasalahan lingkungan saat ini serta perilaku konsumen terhadap pembelian produk berbahan dasar daur ulang. Selain itu dengan dilakukannya penelitian ini peneliti berharap mendapatkan tambahan ilmu pengetahuan serta wawasan yang dapat membantu peneliti dalam mempraktikan teori yang telah dipelajari pada masa perkuliahan.

1.6 Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti membatasi ruang lingkup penelitian berdasarkan dengan model variable serta pemilihan topik penelitian. Pembatasan penelitian tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 6 variabel, antara lain: *Functional Value, Social Value, Emotional Value, Epistemic Value, Conditional Value, Corporate Image Value,* serta *Green Purchase Behavior* (Solaiman *et al*., 2017).
2. Penelitian ini hanya difokuskan pada daerah Jabodetabek. Hal tersebut dikarenakan wilayah Jabodetabek memiliki penduduk yang terbilang cukup

padat dan memiliki tingkat permasalahan sampah yang cukup tinggi (Velarosdela, 2018).

3. Produk yang diteliti oleh peneliti adalah produk sepatu berbahan dasar daur ulang dari perusahaan Adidas yang bernama Adidas Ultraboost Parley dan Adidas Ultraboost X Parley.
4. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan menggunakan kuesioner *online* dan fisik
5. Penelitian ini dilakukan dalam rentan waktu September 2018 hingga Desember 2018
6. Peneliti menggunakan perangkat lunak IBM SPSS *statistic* 23 dalam mengolah data kuesioner.

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini terbagi dalam lima bab yang berisikan gambaran tentang penelitian yang dilakukan oleh peneliti, dimana dalam setiap bab memiliki keterkaitan dalam setiap pembahasannya. Adapun sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bagian pendahuluan, laporan ini berisikan tentang latar belakang permasalahan yang dapat mengantarkan pada pokok permasalahan, lalu rumusan masalah yang dijadikan sebagai dasar dalam melakukan penelitian ini, tujuan yang akan dicapai dari pembuatan skripsi ini, batasan penelitian dan

manfaat yang diharapkan oleh peneliti serta sebuah sistematika penulisan laporan skripsi ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini, laporan berisikan landasan teori yang memiliki hubungan dengan penelitian ini serta definisi dari berbagai variable yang telah ditentukan seperti *Functional Value, Social Value, Emotional Value, Epistemic Value, Conditional Value, Corporate Image Value,* serta *Green Purchase Behavior.* Konsep tersebut diperoleh melalui literatur jurnal dan akan dirumuskan menjadi hipotesis hingga terbentuk suatu kerangka penelitian teoritis yang mendasari penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini, laporan berisikan uraian tentang gambaran umum objek penelitian yang diteliti, metode yang digunakan, variabel penelitian, pengumpulan data, prosedur pengambilan data, serta teknis analisis yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini, laporan berisikan tentang gambaran objek penelitian secara umum lalu terdapat hasil kuesioner yang telah disebarkan kepada responden.

Hasil dari kuesioner tersebut akan dihubungkan dengan teori yang terkait pada bab II.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian ini terdapat kesimpulan dari hasil penelitian yang telah di teliti serta terdapat beberapa saran yang terkait dengan objek penelitian.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA