BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pola kehidupan manusia telah mendapati suatu revolusi yang terus-menerus membesar ketika dihadapkan pada kenyataan pada proses peningkatan populasi beserta dengan jumlah manusia dan begitu pula dengan adanya perkembangan teknologi saat ini yang dapat dimanfaatkan demi kepentingan dalam mencukupi kebutuhan hidup. Pola kehidupan tersebut contohnya seperti kurangnya keseimbangan terhadap lingkungan alam hingga berakibat pada krisis yang terjadi pada lingkungan (Fitriasari, 2019).

Pola kehidupan yang terus berganti tersebut contohnya seperti bertambahnya jumlah pengguna kendaraan bermotor yang menggunakan bahan bakar minyak, dan juga peningkatan jumlah penggunaan pada energi listrik karena adanya alat-alat yang perlu diaktifkan dengan energi tersebut. Perubahan pola yang diberikan merupakan contoh kecil dari pada krisis yang terjadi di lingkungan yang juga terpengaruh adanya perubahan pola hingga gaya hidup yang dilakukan oleh manusia (Fitriasari, 2019).

Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan informasi dari data jumlah penduduk Indonesia pada tahun terakhir. Pada kurun waktu Februari sampai dengan September 2020 telah disusun data dari Sensus Penduduk 2020. Dikutip dari Hasil Sensus Penduduk 2020 pada hari Jumat 22 Januari 2020, bahwa jumlah penduduk Indonesia telah mengalami peningkatan yang lumayan siginifikan, terhitung dari 10 tahun terakhir. Hal ini didasarkan pada Sensus Penduduk yang rutin dilaksanakan pada setiap 10 tahun sekali. Sensus Penduduk 2020, Jumlah penduduk Indonesia saat ini tercatat sebesar 270,2 juta jiwa oleh BPS. Sementara pada Sensus Penduduk 2010, penduduk Indonesia tercatat dengan jumlah 237,63 juta jiwa. "Hasil SP2020 dibandingkan

dengan SP2010 memperlihatkan penambahan jumlah penduduk sebanyak 32,56 juta jiwa atau rata-rata sebanyak 3,26 juta setiap tahun," tulis BPS dalam keterangannya. (Idris, 2021)

Gambar 1.1 Jumlah dan Laju Pertumbuhan Penduduk Indonesia

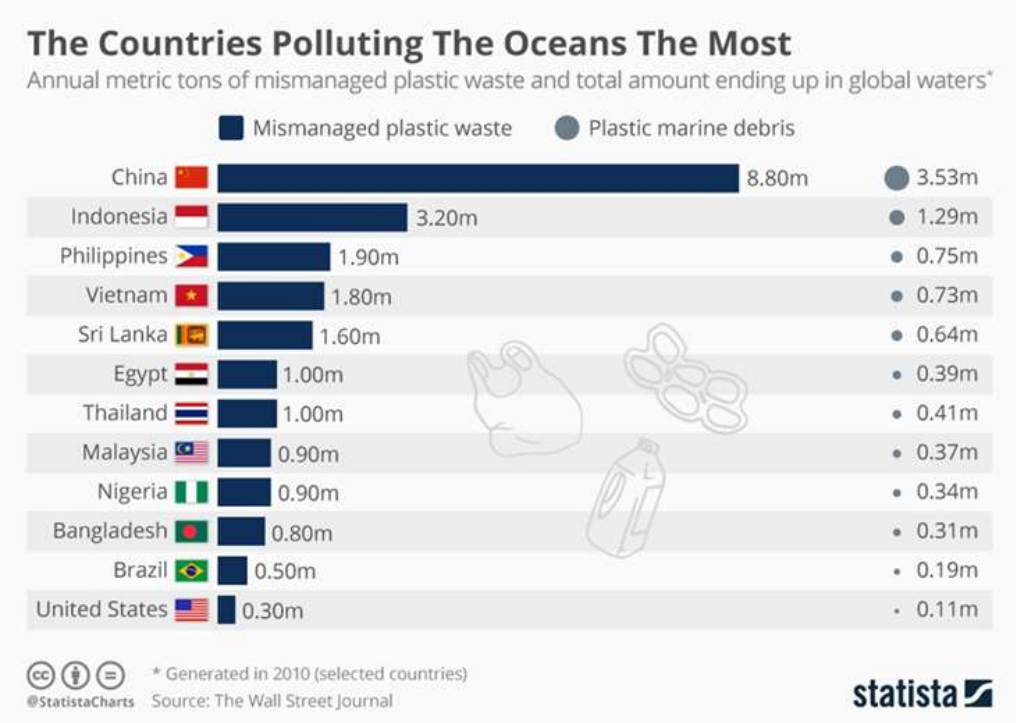
Sumber: BPS.go.id (BeritaSatu.com, 2021)

Peningkatan populasi tersebut membutuhkan berbagai sarana dan juga fasilitas dalam pemenuhan kebutuhan hidup, mulai dari pangan, sandang, dan juga papan, ataupun juga dalam kebutuhan integratif lainnya. Meningkatnya populasi manusia secara langsung berhubungan dengan terpenuhinya kebutuhan hidup yang hampir seluruhnya memanfaatkan sumber daya alam yang ada. Peningkatan kebutuhan sandang tersebut secara tidak langsung memicu akan adanya peningkatan produksi perkebunan kapas, Adapun hal negatif yang dapat timbul dari meningkatkan kebutuhan sandang yaitu adanya efek limbah hasil produksi dari industri tekstil (Fitriasari, 2019).

Limbah merupakan sisa dari suatu usaha maupun kegiatan yang mengandung bahan berbahaya dan juga beracun karena sifat, konsentrasi, dan jumlahnya, baik yang secara langsung maupun tidak langsung dapat membahayakan lingkungan, kesehatan, kelangsungan hidup manusia dan makhluk hidup lainnya. Perkembangan sektor industri di Indonesia saat ini semakin bertambah pesat, dan turut memberikan dampak pada sektor lainnya, baik pada dampak positif maupun negatif. Dampak positif dari perkembangan industri ini sengatlah terasa yaitu pada sektor perekonomian yang mana begitu banyak lapangan pekerjaan tercipta (Utami, 2021).

Adapun dampak negatif yang begitu dirasakan yaitu berasal dari limbah industri yang bentuknya berupa, limbah cair yang dibuang dan mengandung zat-zat yang merugikan pada masyarakat sekitar. Karena adanya dampak negatif tersebut yang berasal dari limbah industri, maka setiap perusahaan penting untuk melakukan pengelolaan limbah industri (Utami, 2021).

Faktor yang juga turut dalam pemunculan krisis lingkungan yaitu dengan konsumsi yang berlebihan dan pola konsumsi yang juga boros. Konsumsi berlebihan menuntut sistem produksi memiliki kapasitas yang semakin besar hal itu juga berarti menambah jumlah zat buangan sisa hasil industri yang dihasilkan. Berikut ini merupakan 5 negara penghasil sampah terbesar di dunia, dan dapat dilihat bahwa negara Indonesia berada pada peringkat ke dua sebagai penyumbang sampah terbesar di dunia (Fitriasari, 2019).



Gambar 1.2 Negara Pengasil Sampah Plastik Terbanyak

Sumber: infographic statista, 2021

Kualitas lingkungan akan terpelihara dengan baik jika manusia itu sendiri dapat mengelola daya dukung pada batas di antara minimum dan optimum. Pengelolaan daya dukung di bawah minimun merupakan kondisi di mana sumber daya tidak dipergunakan dengan baik, sedangkan apabila mendekati dan juga melampaui daya dukung maksimum akan timbul resiko kepada lingkungan, seperti terjadinya pencemaran (Fitriasari, 2019).

Dikutip situs Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud), pada umumnya pencemaran disebabkan oleh kegiatan manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Contohnya ada pada bidang industri. Selain menghasilkan produk untuk kebutuhan juga menghasilkan limbah. Limbah merupakan suatu benda atau zat yang mengandung berbagai bahan yang membahayakan bagi makhluk hidup (Welianto, 2020)

Limbah juga merupakan konsekuensi atau hasil dari adanya aktivitas manusia yang sudah tidak terpakai lagi sebagai barang produksi maupun konsumsi yang jika langsung

dibuang ke lingkungan tanpa adanya pengolahan terlebih dahulu dapat menjadi beban terhadap lingkungan. Limbah alas kaki yang berlokasi di Cibaduyut Bandung sebagai contoh, melihat bahwa tempat tersebut merupakan sebuah indutri pembuatan alas kaki. Banyaknya industri alas kaki dan tas di kawasan Cibaduyut ini mengakibatkan limbah plastik yang terbuang yang terus menumpuk. Biasanya limbah ini hanya dibuang ke tempat pembuangan sampah (TPS) yang berada di Cibaduyut, namun banyaknya limbah plastik yang semakin banyak menumpuk ini membuat TPS semakin sempit (Waskito, 2010).

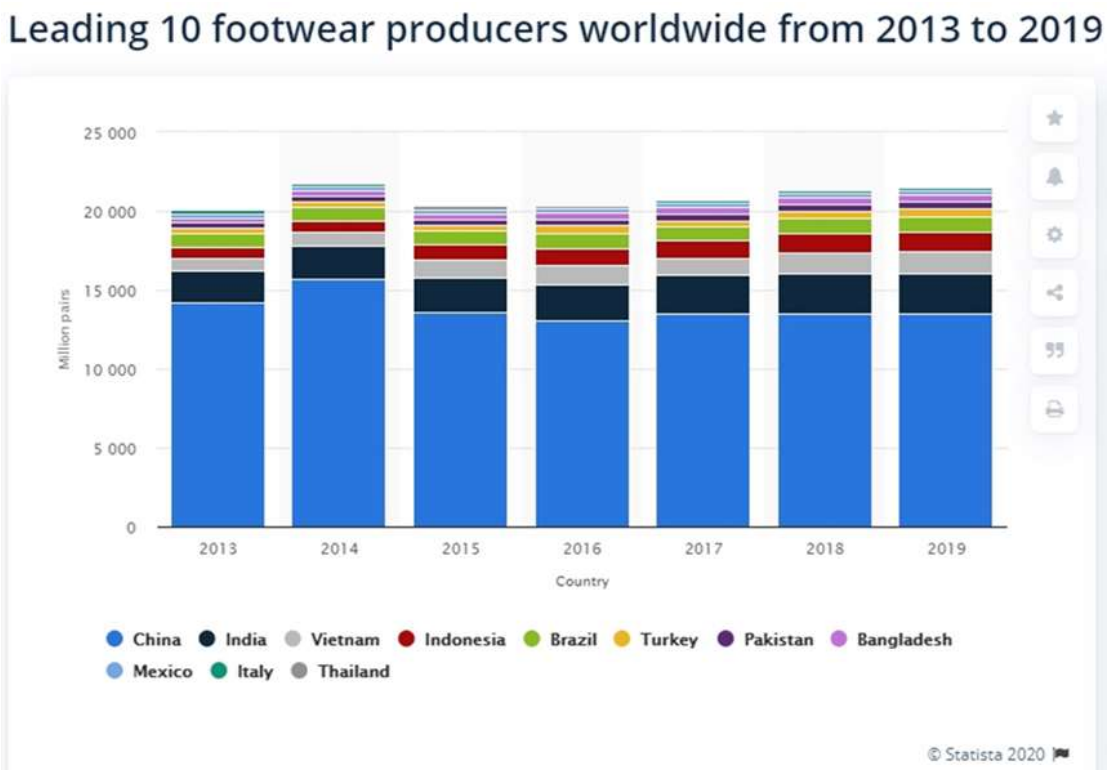
Sudah banyak sekali kasus yang terjadi dan berdampak pada kerugian besar bagi makhluk hidup khususnya manusia. Dalam Undang-Undang (UU) Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup menyatakan bahwa pencemaran lingkungan hidup adalah masuknya atau dimasukkannya makhluk hidup, zat, energi, dan atau komponen lain ke dalam lingkungan hidup oleh kegiatan manusia atau proses alam, sehingga kualitasnya turun sampai ke tingkat tertentu, yang menyebabkan lingkungan hidup tidak dapat berfungsi sesuai dengan peruntukannya (Welianto, 2020).

Pada penelitian yang ditemukan, dapat digambarkan bahwa limbah industri akan memberikan efek contohnya seperti bahan yang toksik kepada lingkungannya dan juga berdampak negatif terhadap manusia maupun komponen lingkungan lainnya. Limbah yang menimbulkan masalah terbanyak pada lingkungan adalah limbah cair industri dan efek yang diberikan yaitu seperti kematian pada ikan, keracunan pada manusia maupun hewan ternak. Kandungan zat beracun yang terdapat pada limbah cair yaitu seperti As, CN, Cr. Cd, Cu, F, Hg, Pb atau Zn (Supraptini, 2002).

Salah satu dari sektor manufaktur yang menjadi adalah industri alas kaki dan mendapatkan prioritas pngembangan dari pemerintah. Industri alas kaki termasuk pada

industri yang padat karya dan juga memiliki orientasi ekspor yang tinggi sehingga eksistensinya dapat memberikan konstribusi yang besar pada perkenomian Indonesia. Hasil nyata dari pada industri alas kaki tersebut yakni seperti banyaknya ekspor dari alas kaki yang meningkat hingga 4,13%, dari tahun 2017 yang sebesar USD 5,11miliar di 2018. Tidak hanya itu dari sisi penyerapan tenaga kerja yang juga ikut meningkat sebanyak 795 ribu orasng menjadi 819 ribu orang dari tahun 2017 hingga ke tahun 2018 (Kemenperin, 2019).

Peningkatan dari pada produk sepatu yang signifikan tersebut hingga mencapai 9,42% dari pada tahun sebelumnya yang hanya sekitar 2,22%. Efek yang ditemukan terjadi pada perekonomian local yang pertumbuhannya yakni sebesar 5,17%. Tidak hanya itu produk sepatu yang juga ikut mengalami kenaikan dan memberikan hasil yang besar pada kegiatan ekspor yang terhitung dari tahun 2017 hingga pada 2018 tersebut secara historis, setiap delapan tahun seklai angka ekspor dari industri sepatu naik 2 digit (Kinsai, 2021).



Gambar 1.3 Grafik Produsen Sepatu Terbesar di Dunia

Sumber: Goodnews, 2021

Terlihat pada gambar 1.3 bahwa Industri alas kaki lokal semakin menunjukkan kehadirannya hingga dapat menembus pasar global. Indonesia berada di posisi 4 besar sebagai produsen sepatu terbesar di dunia setelah Vietnam, India, dan China. Industri alas kaki di Indonesia memberikan konstribusi sebesar 4,6% dari total produksi alas kaki di dunia dan mampu memproduksi pasang sepatu sebanyak 1,2 miliar di tahun 2019. Indonesia diketahui mampu untuk memproduksi sebanyak 1 miliar pasang sepatu disetiap tahunnya. Pada tahun 2019 terdapat 18.687 unit usaha industri sepatu di Indonesia. Diantaranya terdapat unit usaha yang memiliki jumlah 18.091 unit pada skala yang kecil, unit usaha dengan jumlah 441 pada skala menengah, dan 155 unit usaha pada skala besar (Kinsai, 2021) .

Unit usaha tersebut dapat menampung 795.000 orang tenaga kerja. Keberadaan produk lokal cenderung lebih mahal dikarenakan bahan bakunya. Diketahui mahalnya

bahan baku dikarenakan 60% dari bahan baku tersebut memeliki proses yang harus di impor contohnya seperti kulit sintetis, karet, dan plastik. Kementerian Perindustrian mengatakan bahwa bahan baku sepatu yang berasal dari kulit memiliki harga yang cukup mahal. Indonesia juga menempati posisi 5 besar dunia, daintara berbagai negara pengekspor sepatu. Hal ini terjadi dikarenakan sepatu-sepatu yang berasal dari hasil pabrik di Indonesia terbukti memiliki *export quality*, sehingga investor-investor asing mempercayai Indonesia sebagai produsen brand sepatu mereka (Kinsai, 2021).

Gambar 1.4 Grafik Perkembangan Nilai Impor Sepatu Indonesia

Sumber: WITS World Bank, 2021.

Banyaknya produksi industri alas kaki nasional terus menerus bertumbuh dan menyesuaikan dengan aliran investasi yang terus mengalir dari dalam maupun luar negeri. Tingkat penyerapan kerja dan devisa ekspor Indonesia juga ikut mendapatkan dampak yang signifikan. Kementrian perindustrian menunjukan bahwa terdapat

konsistensi pada proses penghiliran industri dalam meningkatkan nilai tambah bahan baku dalam negeri, terutama pada industry alas kaki (Arief, 2019).

Dalam perkembangan industri sepatu ini, timbul permasalahan terkait dengan pengolahan bahan baku yang memiliki efek tidak baik kepada lingkungan. Persoalan lingkungan ini menjadi persoalan yang sangatlah penting karena berpengaruh terhadap kualitas kehidupan di masa mendatang nantinya (Sindo, 2018). Kelestarian lingkungan bergantung pada tindakan yang dilakukan oleh para pelaku industri. Namun pada fakta yang ada bahwa sebagian besar pabrik sepatu tersebut mengangkut limbahnya untuk dibuang ke tempat yang tidak seharusnya. Walaupun pabrik mengetahui bahwa limbah tidak boleh dibuang sembarangan namun hanya karena penghematan uang cara yang dilukakukan yaitu dengan membuang limbah seperti pewarna, lem, dan bahan kimia lainnya langsung ke saluran pembuangan tanpa melakukan penindakan khusus dahulu yang bertujuan agar tidak menimbulkan polusi bagi lingkungan (Hesperian, 2020).

Ada banyak pembicaraan mengenai inisiatif keberlanjutan di dunia *fashion* khususnya pada produk sepatu. Sepatu bertanggung jawab atas seperlima dari dampak yang dibuat oleh industri *fashion* secara keseluruhan. Dengan lebih dari 700 juta metrik ton karbondioksida yang dihasilkan produk manufaktur dan ekstraksi bahan baku setiap tahun. Data NPD menunjukan bahwa 36% anak berusia 18-34 tahun telah melakukan pembelian pada tahun 2018, ini menunjukan ketika sudah menjadi tren di masyarakat sekitar maka hal tersebut dapat mempengaruhi orang lain untuk membeli sepatu dengan bahan yang ramah lingkungan. Dengan melakukan inovatif, sosial, dan kesadaran lingkungan ini akan menjadikan tren yang positif di kemudian harinya (Moore, 2019).

Penggunaan bahan kulit pada sepatu memiliki kandungan yaitu kromium dan dengan komposisi yang cukup besar, yang di mana *Hexavalent Chromium* merupakan

alergen yang dapat mengakibatlan permasalah kulit seperti *eczema* atau eksim (Nuramdani, 2017). Bagi pengguna sepatu kulit disarankan agar dapat menggunakan kaos kaki sehingga nantinya tidak berdampak pada permasalahan kulit. Kemudian penggunaan produk kulit juga perlu diperhatikan dampak yang kemungkinan terjadi, khususya terhadap mahluk hidup lain yaitu binatang. Investigasi dari PETA menemukan bahwa mayoritas industri penyamakan memperlakukan binatang secara tidak wajar dan tidak sesuai dengan etika yang ada. Beberapa penyamakan bahkan diketahui menggunakan cara seperti dengan menguliti sapi hidup - hidup dan jelas hal tersebut berlawanan dengan standar dan metode penyembelihan hewan kurban. Kepada individu yang peduli terhadap binatang, maka tentunya disarankan untuk menjauhi produk kulit. Namun masalah pilihan gaya hidup yang berbeda untuk setiap orang memungkinkan untuk terus menggunakan produk yang berbahan dasar kulit. Berdasarkan fakta tersebut bahwa kulit tidak ramah lingkungan (Gunawan, 2019). Begitu juga dengan bahan karet yang teradapat pada sol sepatu karet yang diambil dari getah pohon berwarna putih seperti susu (lateks). Walaupun asalanya yang dari bahan alami, bukan berarti karet tersebut dapat diuraikan dengan proses yang singkat. Faktanya, sol sepatu bot berbahan karet dan jenis sepatu lainnya membutuhkan waktu hingga 80 tahun agar dapat terurai (Anggraini, 2019).

Merespon isu lingkungan tersebut, salah satu perusahaan yaitu Pijakbumi turut serta dalam mendukung gerakan ramah lingkungan, caranya dengan memproduksi sepatu yang ramah terhadap lingkungan. Pijakbumi sendiri didirikan pada tahun 2016. Pijakbumi juga lahir sebagai merek *fashion* berkelanjutan atau *sustainable footwear* yang berfokus pada sepatu dan juga barang-barang kulit dengan visinya yaitu untuk mendefinisikan kembali *fashion* yang berkelanjutan dan juga bertanggung jawab untuk masa depan yang lebih baik lagi. Pijakbumi lebih dikenal karena penggunaannya yang

memanfaatkan kulit samak nabati sebagai pilihan untuk membuat sepatu. Kulit samak nabati itu sendiri merupakan satu-satunya kulit yang diproses secara alami tanpa limbah yang akan membahayakan lingkungan. Kulit samak nabati memiliki warna Tan alami yang unik dan juga memiliki teksturnya yang halus, karakteristik yang tidak akan mudah ditemukan dalam kulit samak yaitu bahan kimia. Sepatu Pijakbumi memiliki rentang harga produk yang dibandrol pada harga Rp375 ribu sampai dengan Rp1.799 juta (Pijakbumi, 2020).

Meskipun produk usaha tersebut merupakan bentuk usaha yang bagus, namun bila hanya segelintir orang yang mengetahuinya, maka omset penjualan takkan menunjukkan peningkatan. Oleh karena itu, kegiatan pengenalan produk (*advertising*) memiliki peran yang penting dalam bisnis marketing. Pemilik bisnis bisa memilih berbagai media promosi (periklanan) yang umum dilakukan oleh para pengusaha, seperti televisi, surat kabar, brosur, spanduk, pamflet, atau lewat media online. Hal lainnya yang juga dapat menjadi penyebab kurang tingginya penjualan produk usaha, yang dikarenakan tidak dapat mampu untuk bersaing dengan produk sejenis dari para kompetitor lain (Islamiyati, 2019).

Manager Consumer Insight Nielsen 11 Indonesia yaitu Stella Alberta mengatakan, bahwa terdapat sebesar 73% faktor harga yang masih mempengaruhi konsumen dalam membeli produk, serta pendapat masyarakat terhadap produk ramah lingkungan tersebut hanyalah *gimmick* semata karena secara fungsi sama, sedangkan harga yang ditawarkan lebih tinggi dibandingkan dengan produk yang menggunakan bahan tidak ramah lingkungan. Menurut Stella banyak konsumen yang lebih memilih produk dengan harga yang lebih murah. Kesadaran konsumen terhadap dampak lingkungan hanya sebesar 10% dan 64% konsumen hanya melihat pada fungsi dari produk itu sendiri tanpa memikirkan dampak terhadap lingkungan, karena itu produk sepatu yang ramah lingkungan seperti

Pijakbumi akan menejadi kendala dalam memasarkan produknya yang ramah lingkungan (Paramitha & Aria, 2019).

Terdapat adanya suatu fenomena dimana ternyata minat beli (*purchase intention*) masyarakat Indonesia terhadap produk *sustainable fashion* sampai saat ini masih rendah, hal ini dinyatakan oleh Wakil Ketua Umum Kadin Bidang Hubungan Internasional, Shinta Kamdani, (CNN Indonesia, 2019). Selain itu, *sustainable fashion* belum menjadi tren di Indonesia (Awaliyah, 2019). Sehingga, sulit bagi produk *fashion* ramah lingkungan untuk bertahan di Indonesia. Masalah tersebut juga diperkuat oleh data riset Kementerian Kesehatan dimana diketahui dari total 262 juta jiwa penduduk Indonesia hanya 20% yang peduli terhadap lingkungan dan kesehatan (CNN Indonesia, 2018).

Mayoritas penduduk yang ada di Indonesia tidaklah peduli akan kebersihan dan juga lingkungan. Hal tersebut memberikan dampak terhadap lingkungan sekitar terutama pada kesehatan. Data riset yang diberikan oleh Kementerian Kesehatan dikatakan bahwa hanya terdapat 20% dari total masyarakat di Indonesia yang peduli terhadap kebersihan serta kesehatan. Hal tersebut juga ikut menggambarkan bahwa dari 262 juta jiwa di Indonesia, hanya sekitar 52 juta orang yang memiliki kepedulian terhadap kebersihan lingkungan sekitar dan dampaknya terhadap Kesehatan (CNN Indonesia, 2018). Infromasi dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) juga mengumumkan bahwa terdapat 72% banyaknya masyarakat Indonesia yang masih sangat kurang peduli terhadap permasalahan lingkungan seperti sampah (CNN Indonesia, 2019)

Peneliti juga melakukan pra survei yang bertujuan untuk melihat seberapa banyak konsumen yang mengetahui produk Fashion ramah lingkungan khususnya pada produk *fashion* sepatu Pijakbumi. Karena dari hal tersebut dapat diketahui gambaran seberapa perduli masyarakat mengenai produk *fashion* yang ramah lingkungan, Dalam pra survei

berikut yang dilakukan terhadap 24 responden bahwa 24 dari 24 responden belum pernah membeli sepatu ramah lingkungan khususnya pada produk sepatu Pijakbumi. Selain itu 22 dari 24 responden menjawab tidak mengetahui bahwa produk sepatu pijakbumi merupakan Produk fashion yang ramah lingkungan.

Berdasarkan fenomena yang telat ditemukan dan juga dari hasil pra survei dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden tidak pernah membeli sepatu ramah lingkungan dan tidak mengetahui bahwa sepatu pijakbumi merupakan produk *fashion* yang ramah lingkungan. Mulai dari pengetahuan konsumen yang kurang akan produk *fashion* yang ramah lingkungan, dampak pencemaran lingkungan karena adanya limbah sepatu, kesadaran masyarakat Indonesia terhadap lingkungan dan kesehatan yang juga masih tergolong rendah, harga produk ramah lingkungan yang tergolong cukup mahal, minat beli masyarkat Indonesia yang lebih meilhat hanya pada fungsi produk tanpa memperhatikan efeknya terhadap lingkungan, hal ini membuat para pelaku bisnis yang menghasilkan produk *fashion* yang ramah lingkungan seperti sepatu Pijakbumi memiliki tantangan untuk mempertahankan dan mengembangkan bisnisnya dari keterbatasan peminat. Melalui fenomena yang telah dijabarkan, oleh karena itu penelitian ini bertujuan agar dapat mengetahui faktor apa saja yang menentukan seseorang yang belum pernah membeli produk sepatu ramah lingkungan agar bersedia untuk membeli produk sepatu Pijakbumi, sehingga penulis dapat membantu pihak Pijakbumi untuk dapat mengembangkan dan menerapkan strategi pemasaran yang efektif untuk mempromosikan produknya tersebut.

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Setelah melihat permasalahan dari segi industri maupun manufaktur yang sedang berkembang dan permasalahan pada pencemaran lingkungan lainnya yang terjadi akibat

aktifikas dari indutri khususnya *fashion*. Pada penelitian ini, penulis ingin meneliti tentang minat konsumen dalam pembelian produk sepatu Pijakbumi (*sustainable footwear*) dengan mengadopsi penelitian dari (Watts & Chi, 2018). Industri *Fashion* mengahasilkan gas lebih dibandingkan gabungan industri pelayaran dan penerbangan. Limbah produksi baju, celana, hingga sepatu semakin meningkat. Daur ulang baju bekas pun sayangnya tidak bisa menjadi solusi. Pakaian manusia pada saat ini lebih banyak menggunakan material sintetis, bukan benang. Artinya, akan lebih murah memproduksi baju baru dibandingkan mendaur ulang benang dari baju bekas.

Maka dari itu produk sepatu Pijakbumi membuat produk yang ramah dalam memproduksi sepatunya tersebut. Permasalahan tidak selesai sampai disitu karena Pijakbumi menjual produk sepatu ramah lingkungannya pada rentang harga Rp375 ribu sampai dengan Rp1.799 juta. Namun, dengan terbatasnya daya beli masyarakat Indonesia dengan jumlah konsumen menengah yang lebih banyak membuat PijakBumi tertantang untuk dapat memasarkan produknya yang dapat dikatakan bahwa produknya ini memiliki harga yang cukup mahal. Hal tersebut juga didukung oleh hasil pra survei yang menyimpulkan bahwa mayoritas responden tidak pernah membeli sepatu ramah lingkungan dan tidak mengetahui bahwa produk sepatu Pijakbumi merupakan produk sepatu yang ramah lingkungan.

Pada penelitian ini, penulis ingin meneliti tentang minat konsumen dalam pembelian produk sepatu Pijakbumi dengan mengadopsi penelitian dari Watts & Chi (2018) yang mengatakan bahwa minat pembelian produk (*purchase intention*) ramah lingkungan dipengaruhi oleh *Key Factors* seperti *attitude, subjective norm, perceived behavioral control, past purchase behavior,* dan *consumer lifestyle orientation*. Dengan diketahuinya faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku masyarakat dalam pembelian produk seoatu Pijakbumi han ini akan dapat mendukung perusahan dan pemerintah dalam mengurangi permasalahan lingkungan yang ada di Indonesia. Selain itu juga dapat memberikan nilai yang

positif bagi para perusahaan dengan produknya yang ramah lingkungan.

Attitude menurut (Ajzen, 1991) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang memiliki evaluasi ataupun penilaian terhadap perilaku yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dalam pertanyaan tersebut. Dapat disimpulkan bahwa setiap individu dapat membentuk persepsi yang positif maupun negatif berdasarkan hasil evaluasi.

Subjective Norm menurut (Ajzen, 1991) didefinisikan sebagai tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku. Dari penelitian tersebut disimpulkan bahwa seseorang dapat mengikuti orang yang dianggap penting dalam hidupnya dalam melakukan suatu tindakan.

Perceived Behavioral Control menurut (Ajzen, 1991) adalah individu yang dianggap mudah atau sulit atau melakukan perilaku tertentu. Seseorang yang memiliki tingkat kontrol yang lebih tinggi atas diri mereka memiliki niat yang lebih kuat untuk melakukan perilaku tertentu.

Past Purchase Behacior menurut (Nguyen, Lobo, & Greenland, 2016) merupakan perilaku masa lalu yang seringkali memegang peranan penting dalam membentuk perilaku konsumen, baik dari segi pembentukan perilaku niat, serta perilaku masa depan.

Consumer Lifestyle Orientation menurut (Watts & Chi, 2018). Didefinisikan sebagai sebuah model perilaku yang dapat ditingkatkan dengan masuknya konsep gaya hidup dengan mempertimbangkan karakteristik pribadi, masyarakat, kebiasaan, dan juga nilai.

Purchase Intention menurut (Ajzen & Fish Bein, 1975) Didefinisikan sebagai kemungkinan seseorang membeli suatu layanan atau produk tertentu. Kesimpulannya adalah individu telah memiliki niat untuk membeli layanan atau produk tertentu.

Berdasarkan pada fenomena yang telah dijabarkan, penelitian ini dilakukan dengan tujuan yaitu untuk menganalisis niat pembelian yang mempengaruhi masyarakat terhadap niat beli pada produk sepatu Pijakbumi. Maka dari itu peneliti telah menentukan pertanyaan

penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *attitude* berpengaruh terhadap *purchase intention to sustainable footwear*?
2. Apakah *subjective norms* berpengaruh terhadap *purchase intention to sustainable footwear*?
3. Apakah *perceived behavioral control* berpengaruh terhadap attitude *purchase intention to sustainable footwear*?
4. Apakah *past purchase behavior* berpengaruh *terhadap attitude to purchase intention to sustainable footwear?*
5. Apakah *consumer lifestyle orientation* berpengaruh terhadap *attitude to purchase intention* to *sustainable footwear*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan pertanyaan penelitian yang telah disebutkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *attitude* terhadap *purchase intention to sustainable footwear.*
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *subjective norms* terhadap *purchase intention to sustainable footwear.*
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *perceived behavioral control* terhadap *purchase intention to sustainable footwear.*
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *past purchase behavior* terhadap *attitude purchase intention to sustainable footwear.*
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *consumer lifestyle orientation* terhadap *attitude to purchase intention to sustainable footwear.*

1.4 Batasan Penelitian

Penulis membatasi ruang lingkup penelitian sehingga lebih terfokus pada masalah yang telah dirumuskan. Adapun batasan penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini dibatasi pada variabel *attitude, subjective norms, perceived behavioral control*, *past purchase behavior*, *consumer lifestyle orientation* dan *purchase intention.*
2. Kriteria responden pada penelitian ini yaitu pertama mengetahui adanya produk Pijakbumi, mengetahui bahwa produk sepatu Pijakbumi merupakan produk yang ramah lingkungan, belum pernah membeli produk sepatu Pijakbumi, memiliki rekan yang pernah menggunakan atau membeli produk sepatu Pijakbumi, setidaknya sudah pernah membeli produk *fashion* yang ramah lingkungan.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini mengharapkan agar dapat memberikan manfaat yang dapat berguna baik untuk para akademisi, praktisi, dan penulis yang diantaranya yaitu:

1.5.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini mengharapkan agar dapat memberikan penambahan pada wawasan, pengetahuan, dan referensi dalam ilmu pemasaran yang lebih luas lagi terutama mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen seperti *attitude, subjective norms, perceived behavioral control*, *perceived consumer effectiveness*, *environmental knowledge*, terhadap *purchase intention* untuk objek sepatu ramah lingkungan

1.5.3 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan saran yang berguna bagi para pelaku bisnis di industri *fashion* dalam membuat strategi pemasaran. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para manajer dalam

mengambil keputusan manajerial yang lebih bijaksana, khususnya terkait dengan masalah yang berkaitan dengan konsumen seperti *attitude*, *subjective norms*, *perceived behavioral control*, *past purchase behavior*, dan *consumer lifestyle orientation* agar dapat mendorong *purchase intention* pada suatu produk *fashion* yang ramah lingkungan.

1.5.4 Manfaat Penulis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan dan wawasan penulis, serta mempelajari cara menganalisis mengenai pengaruh *attitude*, *subjective norms*, *perceived behavioral control*, *perceived consumer effectiveness*, dan *environmental knowledge* pada *purchase intention* produk sepatu ramah lingkungan brand Pijakbumi. Selain itu, penulis juga berharap dapat memahami penerapan teori pemasaran dalam menarik minat pembelian pada suatu produk organik di bidang *fashion*.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian skripsi terdiri atas lima bab dan antarbab memiliki hubungan yang erat. Berikut ini penulis uraikan sistematika penulisan pada penelitian:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan latar belakang yang berisi fenomena dari penelitian ini, rumusan masalah dan pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

BAB II: LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan landasan teori yang relevan dengan penelitian seperti *sustainable fashion*, *theory of planned behavior*, *attitude*, *subjective norms*, *perceived*

behavioral control, perceived consumer effectiveness, environmental knowledge dan *purchase intention*. Kemudian terdapat penelitian terdahulu, hipotesis penelitian, dan kerangka penelitian untuk menjawab fenomena pada latar belakang.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan gambaran umum objek penelitian yang diteliti dalam penelitian ini, desain penelitian, ruang lingkup penelitian, variabel operasional dari penelitian beserta penjelasan, dan teknik analisa data dalam mengolah data untuk menjawab rumusan masalah.

BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi pemaparan hasil dari penelitian, analisis, serta hasil pengujian berupa uji statistik yang ditampilkan dalam bentuk gambar, tabel, disertai dengan penjelasan sesuai dengan fakta dan kajian teoritis.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menjelaskan tentang kesimpulan yang dibuat oleh penulis berdasarkan hasil dari analisis dan pembahasan, kemudian penulis memberikan saran untuk penelitian selanjutnya.