

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pandemi COVID-19 yang melanda Indonesia sejak awal tahun 2020 membuat mobilitas masyarakat terbatas dengan segala peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah untuk mencegah penyebaran virus COVID-19 yang cepat, seperti peraturan *social distancing* dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat atau PPKM. Peraturan-peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah membuat masyarakat mau tidak mau harus tinggal dan melakukan seluruh kegiatannya di dalam rumah. Pandemi yang melanda secara tiba-tiba dengan penyebarannya yang cepat membuat orang-orang merasa kesehatan bahkan nyawanya terancam (Chen dkk dalam Yang dkk, 2022). Selain itu, pandemic COVID-19 merubah cara hidup orang-orang dan memengaruhi kesehatan fisik dan mental mereka (Yang dkk, 2022). Perubahan-perubahan ini, termasuk Sebuah studi menemukan bahwa selama pandemic COVID-19, tindakan pencegahan serta ancaman terinfeksi virus COVID-19 dapat menyebabkan orang mengalami depresi, perubahan suasana hati, mudah tersinggung, insomnia, gangguan hiperaktif deficit perhatian, juga kemarahan (Brooks dkk; Zhou dkk dalam Yang, 2022). Dibandingkan dengan stress yang ditimbulkan dari kehidupan sehari-hari, pandemic COVID-19 menyebabkan kekacauan besar dalam kehidupan normal dalam waktu yang sangat singkat (Yang, 2022) sehingga berpotensi menyebabkan seseorang mengalami *stress*.

Lilin aromaterapi merupakan salah satu metode yang dapat digunakan untuk meredakan *stress* dan menciptakan suasana yang menenangkan (Alsayyad dalam Singh dkk, 2020). Akhir-akhir ini, lilin aromaterapi sedang banyak digemari. Tidak hanya untuk menghilangkan aroma yang kurang enak dan dekorasi, lilin aromaterapi juga dimanfaatkan sebagai penunjang kesehatan dari pilihan-pilihan aroma beragam yang dihasilkan dari *essential oil* yang tercampur di lilin aromaterapi. Telah dibuktikan secara ilmiah bahwa lilin beraroma memiliki peran yang cukup penting dalam efek fisiologis, seperti *mood*,

stress, kapasitas kerja, dan kesehatan mental secara keseluruhan (Chalkia dalam Cornish, 2020). Dengan angka *stress* masyarakat Indonesia yang mencapai angka 75 persen pada tahun 2021 (Ginanjar, 2021), Ngelilin melihat hal ini sebagai peluang untuk membangun usaha berbasis *online* dengan produk lilin aromatik dan lilin aromaterapi yang menyediakan aroma yang bervariasi dan terbuat bahan-bahan alami. Dalam praktek penjualannya, penjualan produk lilin aromaterapi tidak cukup hanya memberikan informasi terkait produk (entah aromanya, kandungan di dalamnya, maupun hanya logo merek saja), tetapi juga bentuk dan bahan dari kemasannya.

Kemasan merupakan salah satu bagian penting dari sebuah produk. Selain untuk membuat produk terlihat menarik, kemasan juga berguna memberikan perlindungan pada produk. Di masa pandemi ini gaya hidup masyarakat berubah dan melakukan segala sesuatunya secara *online*, termasuk berbelanja. Namun tanpa disadari, 96 persen paket-paket yang dibeli secara *online* dibungkus dengan plastik tebal juga *bubble wrap* yang membuat masyarakat secara tidak langsung berkontribusi cukup besar dalam peningkatan sampah plastik (Nurhati, 2020). Pada 2019, Asosiasi Industri Plastik Indonesia dan Badan Pusat Statistik menyatakan bahwa sampah plastic di Indonesia mencapai angka 64 juta ton per tahun dan sebanyak 3,2 juta ton sampah plastik dibuang ke laut (Wahyuni dan Winardi, 2022). Melihat kondisi peningkatan sampah di Indonesia, Ngelilin turut berkontribusi untuk mengurangi penumpukan sampah plastik dengan meminimalisir kemasan yang terbuat dari bahan plastic dan beralih menggunakan kemasan yang ramah lingkungan.

Selain mengurangi limbah yang ditimbulkan dari penggunaan kemasan yang tidak ramah lingkungan atau tidak bisa didaur ulang, penggunaan kemasan yang ramah lingkungan juga dapat menarik calon konsumen yang *aware* dengan kerusakan lingkungan. 33% konsumen lebih sadar akan kerusakan lingkungan dan 74% konsumen rela membayar lebih banyak untuk mendapatkan kemasan yang ramah lingkungan. (Percetakan Dimensi, 2020)

Green packaging atau yang biasa disebut sebagai kemasan ramah lingkungan adalah kemasan yang terbuat dari bahan-bahan yang ramah lingkungan dan diharapkan dapat mengurangi permasalahan lingkungan yang disebabkan oleh sampah dari kemasan (Auliandri dkk, 2018).

Pergeseran ke penggunaan kemasan yang ramah lingkungan bukanlah hal yang mudah ketika masyarakat sudah terbiasa menggunakan plastik dan sejenisnya sebagai kemasan. Perlu adanya kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga lingkungan untuk masa depan. Penggunaan *Theory of Planned Behavior* yang menyatakan bahwa sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), dan kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) dapat memprediksi niat konsumen untuk melakukan gerakan penggunaan kemasan ramah lingkungan (Ajzen dalam Valentin, 2021).

Pada penelitian ini, peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh dari *attitude toward green packaging*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* terhadap *purchase intention* produk *green packaging* dari Ngelilin dengan produk Ngelilin sebagai objek dari penelitian ini. Penelitian ini diharapkan dapat menunjukkan pengaruh dari *attitude toward green packaging*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* terhadap *purchase intention* produk *green packaging* Ngelilin.

Ngelilin merupakan sebuah perusahaan berbasis *online* yang didirikan pada tahun 2021 oleh 4 orang mahasiswa Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Ngelilin menyediakan produk lilin aromatic dan aromaterapi yang terbuat dari bahan-bahan alami dan berkualitas serta menggunakan kemasan ramah lingkungan yang mudah di daur ulang. Saat ini, Ngelilin memiliki 3 variasi bentuk dan 10 variasi aroma yang dijual melalui *E-Commerce* Indonesia.

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah *attitude toward green packaging* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* produk *green packaging* Ngelilin?
2. Apakah *subjective norm* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* produk *green packaging* Ngelilin?
3. Apakah *perceived behavioral control* berpengaruh positif terhadap *purchase intention* produk *green packaging* Ngelilin?

1.3. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Penelitian ini akan fokus membahas 4 (empat) hal yaitu; *attitude toward green packaging*, *subjective norm*, *perceived behavioral control*, dan *purchase intention* konsumen. Penelitian ini akan dilakukan dengan responden yang

dituju berusia 13 sampai 50 tahun, berdomisili di Kota Surabaya dan memahami mengenai *green packaging*.

1.4. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *attitude toward green packaging* terhadap *purchase intention* produk *green packaging* Ngelilin.
2. Untuk mengetahui pengaruh *subjective norm* terhadap *purchase intention* produk *green packaging* Ngelilin.
3. Untuk mengetahui pengaruh *perceived behavioral control* terhadap *purchase intention* produk *green packaging* Ngelilin.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan kontribusi berupa pengembangan teori mengenai pengaruh *attitude toward green packaging*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* terhadap *purchase intention* konsumen yang dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa masukan untuk pengembangan strategi pemasaran Ngelilin selanjutnya.

1.6. Sistematika Penulisan

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang, perumusan masalah, ruang lingkup, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pada bab ini menjelaskan mengenai landasan teori, penelitian yang telah dilakukan sebelumnya atau penelitian terdahulu, hubungan antar variabel, kerangka atau model konseptual, dan pengembangan hipotesis.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisikan tentang desain penelitian, obyek penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, variabel penelitian dan definisi operasional, statistik deskriptif, pengujian data.

BAB 4 ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan membahas tentang penyebaran dan pengambilan kuesioner, gambaran umum responden, hasil pengujian kualitas data dan pembahasan hasil penelitian.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab terakhir ini berisi tentang kesimpulan, saran dan keterbatasan penelitian