BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan

Seiring dengan perkembangan jaman yang semakin maju dan sering dengan kemudahan masyarakat dalam mencari informasi, masyarakat luas semakin menyadari pentingnya kesehatan dan kelangsungan hidup di lingkungan sekitar. Di Indonesia banyak masyarakat yang meyadari buruknya dampak dari kerusakan lingkungan yang di timbulkan oleh bahan-bahan kimia maupun bahan yang sangat berbahaya untuk tubuh maupun kelangsungan hidup lingkungan. Salah satu usaha untuk kembali hidup sehat juga telah dilakukan termasuk dengan memperkenalkan makanan organik. Secara umum makanan organik merupakan makanan yang mempunyai standar kesehatan yang direkomendasikan (Ririn, 2008: dalam Thio, 2008).

Perbaikan mutu kehidupan dan gaya hidup sehat telah mendorong masyarakat di berbagai Negara dan mendorong gerakan gaya hidup sehat dengan tema global kembali ke alam atau *back to nature*. Gerakan ini didasari bahwa segala sesuatu yang berasal dari alam adalah baik dan berguna serta menjamin adanya keseimbangan dan kelestarian lingkungan.

Dalam hubungannya dengan pertumbuhan permintaan yang potensial, beberapa penelitian telah mengidentifikasi motivasi konsumen dalam membeli makanan organik dan secara umum telah memperlihatkan gambaran yang positif terhadap kuatnya permintaan. Pasar produk makanan organik selalu tumbuh seiring dengan peningkatan jumlah orang yang bersedia untuk makan makanan organik.

Menurut Mervin (2013) Konsumen harus lebih berhati-hati tentang dampak mengkonsumsi makanan konvensional. Makanan konvensional dapat mengakibatkan menumpuknya penyakit-penyakit baru, yang tidak dapat disembuhkan. Sebagian konsumen tidak menyadari kerugian dari makanan konvensional dan sebagian juga tidak memilih makan makanan organik, meskipun mereka sadar tentang kerugian makan makanan konvensional, karena biaya untuk mengkonsumsi makanan organik lebih tinggi. Oleh karena itu pemerintah dan

lingkungan sosial harus mengambil langkah untuk menciptakan kesadaran di tengah-tengah konsumen pada manfaat menggunakan makanan organik dan memberikan bantuan yang diperlukan dalam budidaya makanan organik.

Pemerintah Indonesia telah mencanangkan program Go Organic 2010 untuk mempercepat terwujudnya pembangunan agribisnis berwawasan lingkungan (*ecoagribusiness*). Program ini berorientasi pada pasar yakni berusaha memenuhi keinginan pasar, dimulai dari bawah ke atas. Salah satu kegiatannya adalah memasyarakatkan pertanian organik kepada konsumen, petani, pelaku pasar serta masyarakat luas (Widiastuti, 2004: dalam Thio, 2008).

Penelitian yang dilakukan oleh Aman, Harun & Hussein (2012) menemukan bahwa terdapat pengaruh langsung yang signifikan antara pengetahuan lingkungan dan kepedulian terhadap lingkungan terhadap niat beli hijau di kalangan konsumen Sabah. Dalam melakukan pemasaran dapat menerapkan 4P (*product, price, place, and promotion*) seperti dalam pemasaran produk konvensional. Misalnya dalam pengembangan produk, pemasar dapat memberikan informasi tentang tren saat ini dalam mengkonsumsi *green product* dan juga ciri-cirinya seperti organik, bio-kimia, hemat energi, dan lain-lain dalam *green product*.

Selain itu dalam penelitian yang dilakukan oleh Aman et al. (2012) juga menemukan bahwa kepedulian terhadap lingkungan juga memiliki hubungan dengan niat beli hijau melalui sikap sebagai mediatornya. Sehingga penelitian ini menyimpulkan bahwa konsumen Sabah yang lebih peduli terhadap lingkungan, maka akan semakin mempengaruhi sikap mereka, dan sikap ini dapat mengakibatkan niat untuk membeli *green product*. Sedangkan pengetahuan lingkungan tidak mempengaruhi sikap, sehingga sikap tidak mempengaruhi hubungan antara pengetahuan lingkungan dengan niat beli hijau. Penelitian ini menunjukan bahwa meskipun konsumen Sabah memiliki pengetahuan tentang lingkungan, pengetahuan ini tidak akan mempengaruhi sikap mereka. Jadi sikap tidak mempengaruhi niat mereka untuk membeli *green product.*

Menurut penelitian terdahulu (Mei, Ling dan Piew, 2012*)* yang berjudul "*The Antacedents of Green Purchase Intention among Malaysian Consumers"* terdapat empat variabel yang sangat berpengaruh terhadap *green purchase* pada

konsumen di Malaysia diantaranya adalah inisiatif pemerintah, pengetahuan lingkungan, tekanan sesama dan sikap terhadap lingkungan. Terdapat penelitian lain yang di lakukan oleh Ali dan Ahmad pada tahun 2012 yang berjudul "*Environment Freindly Product: Factors that Influence the Green Purchase Intentions of Pakistan Consumers*" dalam penelitian ini terdapat empat variabel yang mempengaruhi niat beli hijau yaitu *organization's green image,* kepedulian terhadap lingkungan, pengetahuan lingkungan, dan harga dan kualitas produk yang dirasakan. Harga dan kualitas produk yang dirasakan juga dapat menjadi moderator bagi tiga variabel sebelumnya yaitu *organization's green image,* kepedulian terhadap lingkungan, pengetahuan lingkungan.

Setelah melihat fenomena yang terjadi saat ini dan semakin banyaknya masyarakat yang memahami pentingnya kesadaran akan lingkungan sekitar dan kesehatan, serta didukung oleh hasil penelitian-penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mei et al. pada tahun 2012 dengan judul "*The Antacedents of Green Purchase Intention among Malaysian Consumers"* dan penelitian yang dilakukan oleh Ali dan Ahmad pada 2012 dengan judul "*Environment Freindly Product: Factors that Influence the Green Purchase Intentions of Pakistan Consumers*", maka peneliti akan melakukan penelitian berjudul "Pengaruh Pengetahuan lingkungan, Sikap terhadap lingkungan, Kepedulian terhadap lingkungan, Tekanan sesama, dan Harga dan kualitas produk yang dirasakan terhadap Niat beli hijau Makanan Organik di Surabaya".

Dalam penelitian ini memilih makanan organik karena banyak masyarakat yang sadar dengan kesehatan dengan mengkonsumsi makanan organik. Selain menyehatkan bagi masyarakat dengan mengkonsumsi makanan organik, masyarakat juga peduli akan lingkungan sekitarnya. Seperti yang diungkapkan oleh Ririn (2008: dalam Thio, 2008) bahwa di Indonesia banyak masyarakat yang meyadari buruknya dampak dari kerusakan lingkungan yang di timbulkan oleh bahan-bahan kimia maupun bahan yang sangat berbahaya untuk tubuh maupun kelangsungan hidup lingkungan. Salah satu usaha untuk kembali hidup sehat juga telah dilakukan termasuk dengan memperkenalkan makanan organik. Secara umum makanan organik merupakan makanan yang mempunyai standar kesehatan yang direkomendasikan. Makanan organik yang akan diteliti dalam penelitian ini

adalah bahan dasar atau bahan yang perlu dilakukan pengolahan lagi untuk dikonsumsi.

Penelitian ini bertujuan untuk memperbaiki penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mei et al. (2012) dan juga menambahkan beberapa variabel dari penelitian Ali dan Ahmad (2012). Sehingga penelitian ini menggabungkan kedua penelitian karena peneliti ingin meneliti lebih lanjut dengan obyek dan populasi yang berbeda dengan peneliti sebelumnya. Pada penelitian ini memfokuskan pada lima variabel yaitu tekanan sesama, pengetahuan lingkungan, sikap terhadap lingkungan, kepedulian terhadap lingkungan, dan harga dan kualitas produk yang dirasakan. Hal tersebut dikarenakan 5 variabel ini pada penelitian terdahulu memiliki pengaruh yang cukup kuat dan mempunyai nilai signifikansi yang cukup tinggi. Lima variabel ini juga dapat di adopsi pada obyek dan populasi konsumen makanan organik di Surabaya.

Tekanan sesama mengacu pada tekanan psikologis yang dialami setiap orang ketika membandingkan tindakannya dengan orang lain (Cohan, 2009: dalam Mei et al., 2012). Pengetahuan lingkungan didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana pengetahuan seseorang tentang suatu dampak masalah secara signifikan pada dalam proses pembuatan keputusan (Rashid, 2009: dalam Mei et al., *2012*). Sikap terhadap lingkungan didefinisikan sebagai nilai pertimbangan individu-individu terhadap perlindungan lingkungan yang menekankan pada penilaian kognitif tiap individu terhadap nilai perlindungan lingkungan (Lee, 2008: dalam Mei et al., *2012*). Kepedulian terhadap lingkungan didefinisikan sebagai ukuran sejauh mana orang menyadari masalah lingkungan dan membantu perjuangan untuk menyelesaikan atau menunjukan kesediaan untuk berkontribusi secara pribadi untuk penyelesaiannya (Dunlap dan Jones, 2002: dalam Ali dan Ahmad, 2012). Harga dan kualitas produk yang dirasakan, Gan et al., (2008) berpendapat bahwa kepedulian lingkungan bukanlah satu-satunya alasan bagi konsumen untuk membeli produk ramah lingkungan, dan mereka juga tidak setuju untuk menukarkan atribut produk lain untuk lingkungan yang lebih baik. Hal ini menunjukan bahwa karakteristik produk tradisional seperti nama merek, harga dan kualitas masih yang paling penting yang dipertimbangkan oleh konsumen saat membuat keputusan pembelian.

Terdapat beberapa variabel yang ada dipenelitian terdahulu dan tidak digunakan dalam penelitian ini, diantaranya adalah *eco label, organization's green image*, dan inisiatif pemerintah. *Eco label* tidak digunakan dalam penelitian ini karena menurut Mei et al. (2012) *eco label* tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap niat beli hijau. *Organization's green image* memiliki pengaruh terhadap niat beli hijau menurut Ali dan Ahmad (2012) tetapi dalam penelitian ini variabel ini tidak digunakan karena di Indonesia khususnya di Surabaya belum banyak organisasi yang melakukan hal ini. Sedangkan inisiatif pemerintah tidak digunakan dalam penelitian ini karena menurut peneliti inisiatif pemerintah Indonesia kurang memiliki dampak bagi masyarakat khususnya di Surabaya, walaupun pemerintah Indonesia telah mencanangkan program Go Organic pada tahun 2010.

1.2 Perumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang permasalahan tersebut maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah pengetahuan lingkungan berpengaruh terhadap niat beli hijau pada makanan organik di Surabaya?
2. Apakah sikap terhadap lingkungan berpengaruh terhadap niat beli hijau pada makanan organik di Surabaya?
3. Apakah kepedulian terhadap lingkungan berpengaruh terhadap niat beli hijau pada makanan organik di Surabaya?
4. Apakah tekanan sesama berpengaruh terhadap niat beli hijau pada makanan organik di Surabaya?
5. Apakah harga dan kualitas produk yang dirasakan berpengaruh terhadap niat beli hijau pada makanan organik di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah di rumuskan, tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah untuk menguji dan menganalisis:

1. Pengaruh pengetahuan lingkungan terhadap niat beli hijau pada makanan organik di Surabaya.

2. Pengaruh sikap terhadap lingkungan terhadap niat beli hijau pada makanan organik di Surabaya.
3. Pengaruh kepedulian terhadap lingkungan terhadap niat beli hijau pada makanan organik di Surabaya.
4. Pengaruh tekanan sesama terhadap niat beli hijau pada makanan organik di Surabaya.
5. Pengaruh harga dan kualitas produk yang dirasakan terhadap niat beli hijau pada makanan organik di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh adalah:

1. Manfaat akademis

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi bagi pembaca yang ingin menambah pengetahuan, melakukan penelitian sejenis atau penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan pengaruh pengetahuan lingkungan, sikap terhadap lingkungan, kepedulian terhadap lingkungan, tekanan sesama dan harga dan kualitas produk yang dirasakan terhadap niat beli hijau makanan organik di Surabaya.
2. Manfaat Praktis

   Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan serta tambahan informasi bagi para produsen, distributor, dan retailer produk makanan organik dalam menjalankan strategi pemasarannya. Motif yang telah diketahui ini, terutama dalam lingkup Surabaya dapat dijadikan pertimbangan para pemasar untuk merancang program-program pemasaran.

1.5 Sistematika Tesis

Tesis ini terbagi dalam lima bab yang tersusun dalam bentuk sistematika sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini memberikan gambaran dan uraian mengenai kondisi dan fenomena yang ada mengenai variabel independen, sekilas teori tentang variabel, riset terdahulu

yang mendasari dan alasan kenapa peneliti memilih topik ini. Bab ini meliputi latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika tesis.

BAB 2 : TINJAUAN KEPUSTAKAAN

Bab ini berisikan penelitan terdahulu. Selain itu pada bab 2 ini dikemukakan teori-teori mengenai variabel eksogen, endogen, dan pengaruh antar variabel.

BAB 3 : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan mengenai kerangka konseptual, hipotesis, metode penelitian yang digunakan yang terdiri dari desain penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, pengukuran variabel, alat dan metode pengumpulan data, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, uji validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data.

BAB 4 : HASIL DAN ANALISIS DATA PENELITIAN

Bab ini memuat deskripsi data, deskripsi variabel-variabel penelitian, uji kualitas yang meliputi uji validitas dan reliabilitas, analisis data serta pembahasan hasil penelitian.

BAB 5 :PEMBAHASAN

Bab ini memuat pembahasan hasil penelitian dan pengaruhnya di setiap variabel penelitian.

BAB 6: SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bagian terakhir, yang berisi simpulan hasil analisis dan saran yang diharapkan dapat berguna sebagai bahan pertimbangan bagi para produsen, distributor, dan retailer produk makanan organik dalam menjalankan strategi pemasarannya di masa yang akan datang serta saran bagi penelitian selanjutnya.