

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Produk deterjen banyak digunakan dikalangan masyarakat luas yang dimana berfungsi sebagai pembersih noda pada suatu benda. Berbagai jenis deterjen yang terdapat dikalangan masyarakat pada saat ini dengan menggunakan bahan kimia dan bahan alami. Produsen deterjen selalu mengembangkan dan memberikan inovasi untuk mengembangkan produknya dengan memberikan terobosan baru dalam membuat produk yang dapat mengurangi masalah lingkungan. Produk yang dapat memberikan manfaat bagi masyarakat luas dan tidak memberikan dampak buruk bagi lingkungan itu adalah inovasi yang terbaru saat ini. Produk deterjen konvensional banyak dijumpai di berbagai toko yang dimana produk tersebut memberikan dampak bagi lingkungan karena tidak dapat terurainya zat kimia yang dapat menimbulkan pencemaran lingkungan.

Pencemaran lingkungan kerap terjadi di berbagai daerah baik didalam negeri dan di luar negeri. Dalam lingkup daerah pencemaran banyak terjadi di berbagai desa dan perkotaan yang memiliki kepadatan penduduk. Dari pencemaran lingkungan yang terjadi, terdapat beberapa limbah kimia yang bersumber dari kegiatan industri dan limbah domestik seperti rumah tangga dan pasar yang tidak dilakukan pengolahan (Dewata & Danhas, 2018).

Badan Statistik Indonesia 2021 menjelaskan bahwa Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta termasuk daerah yang mengalami kenaikan penduduk setiap tahunnya. Beberapa kabupaten di DI Yogyakarta yaitu Kabupaten Gunungkidul dan Kabupaten Kulon Progo merupakan daerah yang berkembang karena destinasi wisatanya sehingga banyak pendatang baru yang menetap atau bahkan sekadar berwisata sehingga mengalami peningkatan pencemaran limbah rumah tangga salah satunya limbah deterjen. Perkembangan jumlah penduduk yang terjadi memberikan dampak dalam meningkatnya penggunaan produk-produk deterjen konvensional yang dimana bisa memberikan dampak bagi lingkungan seperti pencemaran sumber air, pencemaran pantai dan pencemaran lingkungan.

Bentuk kepedulian terhadap meningkatnya limbah deterjen yang membahayakan lingkungan adalah dengan adanya produk hijau atau ramah lingkungan. Karakteristik produk ramah lingkungan diantaranya tidak mengandung bahan beracun, dapat didaur ulang dan diproduksi dari bahan daur ulang, produk dengan bahan alami, isi produk di bawah bahan kimia yang disetujui, produk yang tidak membahayakan atau mencemari lingkungan dan sebagainya (Wahab, 2018).

Saat ini telah banyak beredar produk yang sudah ramah lingkungan contohnya kosmetik seperti *oriflame, the body shop* (Wulandari & Ekawati, 2015), tempat minum dan makan seperti *tupperware* (Hanifah et al., 2019), pembalut (Zamani et al., 2012), sabun mandi hingga pencuci pakaian atau deterjen dari lerak, daun kelor, pepaya serta minyak jelantah yang diproduksi di Yogyakarta bernama Sabun Langis kemudian label SMM di daerah Bantul dan sebagainya. Meningkatnya kesadaran konsumen mengenai

isu-isu lingkungan yang terjadi memberikan dampak pada perubahan gaya hidup, pola konsumsi hingga niat dalam pembelian kebutuhan sehari-hari (Tandiarrang, 2014).

Namun di DI Yogyakarta produk ramah lingkungan tersebut masih di produksi dari kalangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang jumlahnya terbilang masih sedikit sehingga masih banyak konsumen yang belum mengetahui produk-produk ramah lingkungan khususnya deterjen tersebut. Dalam hal ini, untuk mewujudkan produk ramah lingkungan yang dapat diterima oleh konsumen dan pangsa pasar saat ini maka harus mengetahui niat atau minat konsumen dalam membeli produk ramah lingkungan khususnya deterjen ramah lingkungan serta pengembangan produk ramah lingkungan yang terus dilakukan.

Teori yang menguraikan hubungan antara niat dan perilaku yaitu *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang merupakan hasil peningkatan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) (Huda et al., 2018). Teori TPB menurut (Ajzen, 1991), menerangkan bahwa *Purchase Intention* ada tiga faktor, yaitu *Attitude*, *Perceived Behavior Control* dan *Subjective Norm*, Faktor-faktor ini saling berhubungan dalam menciptakan kerangka teoritis lengkap yang bertujuan untuk memperkirakan perilaku masyarakat dalam pembelian produk ramah lingkungan. Penelitian berdasar dari riset (Liu et al., 2020) yang menjelaskan tentang niat beli konsumen terhadap produk ramah lingkungan dengan mendapatkan hasil bahwa setiap faktor berpengaruh secara signifikan terhadap *Purchase Intention* produk ramah lingkungan dengan penambahan faktor *Moral Norm* yang digunakan untuk memperkuat *Attitude* dalam niat beli produk ramah lingkungan.

Berdasarkan beberapa penelitian yang berhubungan dengan niat beli produk ramah lingkungan, dengan menggunakan *Theory of Planned Behavior* dapat mengukur seberapa besar niat yang muncul, dan juga untuk mengetahui pengaruh dari beberapa faktor seperti sikap, norma subjektif, dan kontrol dalam berperilaku (Suparno, 2017). Teori TPB dapat diterapkan dalam penelitian ini, maka akan dilakukan penelitian terhadap niat beli produk deterjen ramah lingkungan yang ada di Kabupaten Gunungkidul dan Kulon Progo. Penelitian ini merupakan penelitian tim yang sedang mengembangkan riset tentang produk ramah lingkungan khususnya deterjen. Oleh karena itu, dilakukan penelitian mengenai faktor - faktor yang mempengaruhi niat beli konsumen terhadap produk deterjen ramah lingkungan dengan penelitian yang berjudul **“Analisis Faktor-Faktor Niat Beli Konsumen Terhadap Produk Deterjen Ramah Lingkungan”**

#### **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang maka dapat diidentifikasi masalah pada penelitian ini:

1. Banyak konsumen yang belum mengetahui produk-produk ramah lingkungan khususnya deterjen.
2. Peneliti ingin mengetahui niat atau minat konsumen dalam membeli produk ramah lingkungan khususnya deterjen.

#### **C. Batasan Masalah**

Dalam membatasi pembahasan yang terlalu luas dari pembahasan inti maka didalam penelitian, penulis membatasi permasalahan:

1. Pengambilan data dengan menyebarkan kuesioner pada ibu-ibu rumah tangga pengambil keputusan dalam pembelian deterjen konvensional dengan umur 18-64 tahun yang berada di wilayah Gunungkidul dan Kulon Progo.
2. Penelitian membahas tentang faktor yang mempengaruhi *Purchase Intention* konsumen dalam pembelian deterjen ramah lingkungan yaitu *Attitude, Subjective Norm, Perceived Behavior Control* kemudian menambahkan variabel *Moral Norm*.
3. Penelitian ini menggunakan Regresi Linier Berganda

#### **D. Rumusan masalah**

Berdasarkan hasil latar belakang permasalahan yang diperoleh maka rumusan masalah yang didapat yaitu “Mengetahui pengaruh antara *Attitude, Subjective Norm, Perceived Behavior Control* dan *Moral Norm* terhadap niat beli (*Purchase Intention*) produk deterjen ramah lingkungan?”

#### **E. Tujuan penelitian**

Dari penjelasan rumusan di atas maka didapatkan tujuan penelitian ini yaitu: “Bagaimana pengaruh *Attitude, Subjective Norm, Perceived Behavior Control* dan *Moral Norm* terhadap niat beli (*Purchase Intention*) produk deterjen ramah lingkungan”.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian yang dilakukan sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pendukung untuk riset yang sedang dikembangkan bersama tim dalam memproduksi produk ramah lingkungan terutama deterjen ramah lingkungan.
2. Sebagai literatur/referensi bagi penelitian selanjutnya terkait dengan produk deterjen ramah lingkungan.