**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang**

Kerusakan lingkungan merupakan masalah yang saat ini mendapat perhatian masyarakat luas khususnya masyarakat Indonesia, mulai dari masalah pencemaran udara, pencemaran air serta yang paling fenomenal adalah masalah sampah. Kerusakan lingkungan menjadi masalah besar ketika jumlah sampah terus meningkat dan dan sulit untuk didaur ulang. Meningkatnya jumlah sampah dikarenakan”banyaknya sampah yang dihasilkan”industri rumah tangga per harinya. Di Indonesia menurut data Kementrian Lingkungan Hidup dan Kehutanan menyebutkan bahwa jumlah sampah mencapai 17,2 juta ton pertahun.

(<http://www.pikiranrakyat.com/nasional/2017/04/01/total-sampah-di-indonesia-capai-1872-jutatontahun-397726/25/05/2018>).

Hal ini menimbulkan kekhawatiran bagi masyarakat ketika sampah sulit untuk didaur ulang. Akibatnya, masyarakat lebih selektif dalam membeli atau menggunakan produk-produk rumah tangga khususnya yang berbahan dasar plastik. Akibat permasalahan tersebut, produsen dituntut untuk dapat menghasilkan suatu produk yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomis tapi juga ikut mempertimbangkan tentang masalah lingkungan sebagaimana yang dikhawatirkan masyarakat luas. Selain itu konsumen sekarang merupakan konsumen yang pintar, dimana dalam menentukan pilihan pembeliannya selalu dengan pertimbangan jangka panjang, dan lebih

11

sadar kesehatan serta sadar lingkungan. Hal ini dapat dijadikan peluang bagi produsen untuk dapat memenuhi keinginan konsumen serta menghasilkan produk yang ramah lingkungan atau istilah lain yaitu *green product*.

*Green product* atau dikenal dengan istilah”*environmental friendly product* atau *ecological product* merupakan”suatu produk yang pemrosesannya dengan suatu cara untuk mengurangi efek-efek”yang dapat mencemari lingkungan, baik dalam produksi, pendistribusian dan pengkonsumsiannya (Handayani, 2012). Menurut Pankaj dan Vishal (2014), *Green product* menawarkan alternatif produk yang diproses menggunakan bahan organik,”menghemat penggunaan energi, menghilangkan produk”beracun dan mengurangi”polusi serta limbah. Salah satu perusahaan yang menerapkan produk ramah lingkungan yaitu Tupperware.

Tupperware merupakan perusahaan terkemuka di bidang wadah plastik untuk penyimpanan maupun”penyajian makanan serta minuman yang berkualitas tinggi. Tupperware berusaha untuk menjadi perusahaan yang peduli”lingkungan dengan fokus pada produk ramah lingkungan”yang mampu mengurangi jutaan wadah atau botol sekali pakai dari tempat pembuangan akhir. Tupperware menjadi produk wadah plastik yang diminati oleh masyarakat sampai saat ini, hal ini dibuktikan dengan diraihnya posisi pertama dalam”*Top Brand Award.*”*Top Brand Award* merupakan sebuah”penghargaan yang diberikan kepada”merek-merek yang meraih”predikat TOP. Berikut data *Top Brand Indeks* tahun 2015 – 2017.

**Tabel 1.1 *Top Brand Indeks* Tupperware melalui *Top Brand Award***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Merek** | **Top Brand Tahun 2015** | **Top Brand Tahun 2016** | **Top Brand Tahun 2017** |
| Tupperware | 50,5 % | 44,6 % | 43,3 % |
| Lion Star | 31,6 % | 36,9 % | 38,7 % |
| Lock and Lock | 2,6 % | 1,1 % | 1,0 % |

*Sumber : Top Brand Award.htm(25/05/2018)*

Dalam *Top Brand Award* tahun 2015 Tupperware mendapatkan nilai tertinggi sebesar 50,5 %, namun pada tahun 2016 sampai 2017 Tupperware mengalami penurunan nilai Indeks sebesar 5,9 %. Berbeda dengan”Lion Star yang terus mengalami”meningkatan dari tahun 2015 sampai 2017. Meskipun Tupperware mengalami penurunan nilai Indeks namun Tupperware dapat mempertahankan posisi pertamanya. Hal ini karena Tupperware merupakan produk”wadah plastik yang dalam proses produksi”menggunakan”bahan kimia yang tidak beracun, selain itu Tupperware memberikan garansi”seumur hidup”bagi pelanggannya, artinya Tupperware akan mengganti”produk yang”rusak dalam pemakaian normal, semua kerusakan akan diganti kecuali meleleh akibat terkena api atau benda yang sangat panas seperti wajan atau penggorengan yang menimbulkan kerusakan. Hal ini membuat Tupperware mampu”bersaing dengan produk plastik lainnya serta masih diminati sampai saat ini.

Di kelurahan Wringinpitu Tupperware juga mulai diminati oleh sebagian masyarakat, hal ini dilihat dari hasil observasi yang di lakukan oleh peneliti selama melakukan penelitian di kelurahan wringinpitu. Dari hasil penelitian selama bulan April sampai Juli Tupperware mengalami peningkatan pengguna. Berikut data pengguna Tupperware di kelurahan Wringinpitu :

**Tabel 1.2 Data pengguna Tupperware di kelurahan Wringinpitu**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No** | **Bulan** | **Jumlah Pengguna Tupperware** |
| 1 | April | 15 |
| 2 | Mei | 15 |
| 3 | Juni | 20 |
| 4 | Juli | 31 |

Sumber : *Hasil observasi, Data Member Tupperware di Kelurahan wringinpitu*

Dari tabel 1.2 di atas dapat dilihat bahwa Tupperware mengalami peningkatan pengguna. Dari hasil wawancara dengan beberapa pengguna Tupperware yang ada di kelurahan Wringinpitu mengatakan bahwa konsumen menyukai produk Tupperware Karena memiliki kualitas yang bagus serta aman bila digunakan dan dapat digunakan berulang-ulang, meskipun memiliki harga yang lebih mahal dari produk-produk lainnya namun konsumen tidak mempermasalahkan selama harga yang dikeluarkan sebanding dengan kualitas yang didapat.

Harga sendiri merupakan sejumlah uang yang”ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk”memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa”(Kotler dan Amstrong, 2008:345). Harga produk ramah lingkungan (*green product*) cenderung mahal dibanding produk konvensional. Hal ini karena bahan-bahan pembuatannya merupakan bahan berkualitas tinggi, terlebih lagi dengan nilai lingkungan dan kesehatan yang dikandung produk ramah lingkungan (*green product*) yang dapat memberikan perbedaan dan nilai tambah sehingga membuat harga produk ramaha lingkungan”(*green product)* lebih mahal. Harga yang ditawarkan produk Tupperware bermacam-macam mulai dari Rp.26.500 sampai Rp.1.000.000 tergantung jenis produk. Sedangkan harga yang ditawarkan produk Lion Star lebih murah dari harga produk Tupperware yaitu mulai dari Rp.15.900.”Namun meskipun”harga Tupperware lebih mahal dibandingkan dengan”Lion Star tidak menutup kemungkinan Tupperware masih diminati oleh masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan”hasil survei yang dilakukan oleh”*Top Brand Award”*dengan 2500 responden selama 4 tahun terakhir dalam penggunaan produk Tupperware dan”pesaingnya seperti Lion Star dan Lock and Lock”dapat dilihat dari tabel 1.3 dibawah ini :

**Tabel 1.3**

**Hasil survei *Top Brand Award* jenis produk rumah tangga yang dibeli**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nama Merek** | **Tahun 2014** | **Tahun 2015** | **Tahun 2016** | **Tahun 2017** |
| Tupperware | 21,00 % | 53,00 % | 62,00% | 65,00 % |
| Lion Star | 20,00 % | 32,00% | 25,00 % | 25,00 % |
| Lock and Lock | 3,00 % | 4,00 % | 5,00 % | 4,00 % |

*Sumber :* [*www.topbrand.award.com*](http://www.topbrand.award.com)*( 2017)*

Berdasarkan tabel 1.3 diatas dapat diketahui bahwa”pengguna Tupperware mengalami”peningkatan dibanding produk-produk pesaingnya. Dari tabel diatas dapat dilihat juga”bahwa”Tupperware memiliki nilai paling tinggi dibanding produk lainnya meskipun”harganya yang mahal namun tidak”menutup kemungkinan bahwa”Tupperware tetap diminati oleh”masyarakat.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Firliani (2014), yaitu penelitian tentang “pengaruh *green product* dan *green advertising* terhadap keputusan konsumen membeli mobil”Suzuki Karimun Wagon R di kota Jember (studi kasus pada Konsumen yang membeli mobil”Suzuki Karimun Wagon R)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa”*green product* dan *green advertising* berpengaruh signifikan terhadap keputusan”konsumen membeli mobil”Suzuki Karimun”Wagon”R di kota Jember.

Demikian juga hasil penelitian yang dilakukan oleh Savitri (2016), penelitian tentang “pengaruh kualitas produk hijau dan harga premium terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen (survei pada konsumen Tupperware di Distributor Resmi”PT Adicitra Prima Kencana Malang)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa”kualitas produk hijau dan”harga premium berpengaruh langsung dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen”Tupperware di Distributor Resmi”PT Adicitra Prima Kencana Malang.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis menyusun laporan **“PENGARUH PRODUK RAMAH LINGKUNGAN (*GREEN PRODUCT*) DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TUPPERWARE (STUDI KASUS PADA KONSUMEN DI KELURAHAN WRINGINPITU)”.**

**1.2 “Rumusan Masalah”**

“Berdasarkan latar belakang masalah, maka dapat”dirumuskan permasalahan sebagai berikut”:

1. Apakah produk ramah lingkungan (*green product*) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian”?
2. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian”?

**1.3 Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini hanya dibatasi mengenai pengaruh produk ramah lingkungan (*green product*) dan harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen Tupperware, responden dalam penelitian ini adalah konsumen Tupperware yang ada di kelurahan Wringinpitu.

**1.4 “Tujuan Penelitian”**

“Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh produk ramah lingkungan/ (*green product* ) terhadap keputusan pembelian.
2. Untuk /mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.

**1.5 Manfaat Penelitian”**

“Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Hasil”penelitian ini”diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan referensi dan wawasan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan pemasaran khususnya mengenai produk ramah lingkungan *(green product)*, harga premium dan keputusan pembelian.

1. Manfaat Praktis

Sebagai implementasi atas teori yang didapat pada perkuliahan dan menambah wawasan akan kasus nyata dalam dunia bisnis.