BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini bisa dikatakan bahwa dunia dilanda musibah dikarenakan hampir semua negara dilanda cuaca ekstrem bahkan beberapa ahli mengatakan hal tersebut merupakan dampak dari pemanasan global (Ahdiat, 2024). Pemanasan global bisa terjadi ada beberapa faktor yang menyebabkannya, salah satunya karna menumpuknya sampah baik bahan sisa yang terbuang atau bahkan terbuang dari aktivitas manusia maupun alam yang belum memiliki nilai ekonomis. Salah satunya sampah plastik yang dapat menyebabkan perubahan iklim. Khoiruman & Purba (2020) menyatakan permasalahan lingkungan ini terjadi karena sampah dan limbah serta pengelolannya yang belum maksimal hingga menyebabkan bencana banjir, pencemaran air dan kerusakan tanah. Dari beberapa kasus tersebut menimbulkan kesadaran Masyarakat akan pentingnya menjaga lingkungan sekaligus Kesehatan dengan mengurangi efek pemanasan global dengan beralih menggunakan produk berbasis lingkungan. Apabila Masyarakat mengabaikan Kesehatan lingkungan maka akan berdampak langsung pada kelangsungan hidup Masyarakat tersebut.

Tabel 1

Komposisi Sampah Di Indonesia

No	Nama Data	Nilai
1	Sisa Makanan	40,64%
2	Plastik	18,08%
3	Kayu/ranting	12,96%
4	Kertas/karton	11,28%
5	Logam	3,03%
6	Kain	2,58%
7	Kaca	2,21%
8	Karet/kulit	2,13%
9	Lainnya	7,09%

Sumber: Databoks (2024)

Berdasarkan data dari databoks sampah plastik di Indonesia berada di urutan ke-2 dengan persentase sebesar 18,6%. Sampah plastik membutuhkan waktu yang cukup lama untuk dapat terurai dengan baik. Gulton (2020) menyatakan bahwa sampah plastik merupakan jenis sampah yang paling sulit terurai yang dimana membutuhkan waktu 20-500 tahun untuk dapat terurai dengan sempurna. Padahal di Indonesia pemerintah telah memperhatikan kondisi lingkungan melalui Undang-undang nomor 32 tahun 2009 yang menjelaskan bahwa lingkungan hidup yang baik dan sehat merupakan hak asasi setiap warga negara Indonesia.

Han et al (2019) menyatakan bercermin pada kesadaran akan isu-isu ekologi yang terus meningkat selama dua dekade terakhir, Masyarakat umum kini telah memahami dampak isu-isu tersebut terhadap kehidupan mereka. Karena konsumen telah menyedari pentingnya lingkungan hijau yang berkelanjutan, perlindungan lingkungan semestinya menjadi perhatian bagi perusahaan. Chen et al (2022) menyatakan secara bertahap keramahan lingkungan ditekankan sebagai komponen penting dari suatu strategi branding inti banyak perusahaan yang mengejar kelestarian lingkungan. Pelanggan yang memiliki kepedulian terhadap lingkungan lebih memilih untuk membeli atau menggunakan barang dan jasa yang ramah lingkungan, meskipun barang dan jasa tersebut kurang nyaman dibanding alternatif lainnya (Han et al, 2019). Oleh karena itu, perlu untuk memahami kebutuhan konsumen ramah lingkungan serta mengupayakan pengelolaan pasar konsumen yang pro lingkungan, misalnya dengan menerapkan teknologi ramah lingkungan, memulai beragam memodifikasi proses operasi dan mengembangkan kebijakan dan pedoman lingkungan (Bhuian & Sharma, 2017).

Songsore (2017) studi hubungan antara pengelolaan sampah yang tidak memadai dan Kesehatan menemukan kontaminasi akibat pengumpulan sampah yang tidak tepat dapat memengaruhi tanah dan air, memperburuk penyebaran agen mikroba, kolera dan malaria serta penyakit yang ditularkan melalui vektor lainnya. Mattiello (2013) hal ini dikaitkan dengan bukti terbatas mengenai anomaly kogenital, berat badan lahir rendah, penyakit pernapasan dan peningkatan resiko kanker.

Tabel 2

Sampah Yang Dihasilkan Coffee Shop

No	Nama Barang	Kategori
1	Ampas Kopi	Ampas kopi termasuk kategori sampah yang dapat di Recycle dengan cara membuat pupuk.
2	Botol Plastik	Botol plastik kategori sampah yang dapat di Reuse dengan cara menggunakan kembali botol plastik sebagai tempat penyimpanan seperti minyak goreng dan botol plastik termasuk kategori sampah Recycle dengan cara membuat kerajinan tangan seperti vas tanaman gantung.
3	Sedotan Plastik	Sedotan plastik menjadi kategori recycle dengan cara menjadikan kerajinan tangan seperti kotak penyimpanan alat tulis.
4	Karton Susu	Karton susu menjadi kategori recycle dengan cara menjadikan kerajinan tangan.

Sumber: Rimbakita.com

Isu kelestarian lingkungan sering dibahas di media yang dimana arus utama adalah mengenai sampah plastik sekali pakai. Indonesia sendiri akan melarang penggunaan plastik sekali pakai pada tahun 2029, hal ini sebagai usaha mengatasi sampah dari kemasan yang sulit dikumpulkan, tidak bernilai ekonomis, sulit didaur ulang dan menghindari potensi pencemaran terhadap lingkungan (Rayda, 2023). Oleh karena itu, seiring dengan Upaya kedai kopi untuk menjadi ramah lingkungan untuk menanggapi peningkatan kesadaran konsumen semakin banyak kedai kopi yang secara proaktif mengubah operasi mereka dengan berfokus pada praktik ramah lingkungan. Misalnya dengan menggunakan cangkir daur ulang, makanan organik dan mug atau gelas yang dapat digunakan kembali.

Penerapan *green practices* bukan sebuah elemen fungsional inti sebuah perusahaan, meskipun demikian *green practices* dapat menawarkan manfaat emosional kepada konsumen yang menghargai *green practices* yang ramah lingkungan (Kang et al, 2012). Dengan demikian, *green practices* dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan atas keunggulan kompetitif sehingga dapat meningkatkan hubungan jangka Panjang dengan konsumen. Selain itu penerapan *green practices* ini juga salah satu usaha dari perusahaan untuk mengurangi sampah. Berikut coffee shop yang menerapkan *green practices*:

1. Kopi Paripurna

Gambar 1 Produk Kopi Paripurna

Sumber: https://www.instagram.com/kopi.paripurna/

Kopi Paripurna termasuk coffee shop yang menerapkan *green practices* dalam penyajian produk mereka. Penerapan itu dilakukan dengan cara menyajikan menggunakan gelas kaca/mug pada saat konsumen dine in dan menggunakan wadah yang dapat didaur ulang apabila takeaway. Dengan melakukan penyajian seperti tersebut merupakan usaha untuk mengurangi jumlah sampah. Meskipun demikian masih terdapat praktek yang tidak ramah lingkungan yang terjadi di Kopi Paripurna. Praktek tersebut seperti penggunaan botol plastik yang terjadi apabila konsumen melakukan takeaway pemesanan kopi susu yang 1 liter, masih menggunakan tissue yang belum ramah lingkungan dan penggunaan sedotan plastik yang terjadi.

2. Viercoffee.eatery

Gambar 2 Produk Viercoffee.eatery

Sumber: https://www.instagram.com/viercoffee.eatery/

Viercoffee.eatery termasuk coffee shop yang menerapkan *green practices* dalam penyajian produk mereka. Penyajian yang mereka lakukan dengan cara menyajikan kepada konsumen yang dine in menggunakan gelas kaca/mug dan menggunakan wadah yang dapat di daur ulang ketika konsumen melakukan pembelian takeaway. Meskipun viercofee.eatery telah menerapkan *green practices* dalam usaha mereka akan tetapi masih terdapat praktik yang tidak ramah lingkungan yang mereka lakukan. Praktek tersebut seperti masih terdapat minuman yang telah siap santap yang mereka masukan ke dalam botol plastik atau botol kaca serta penggunaan sedotan

plastik. Walaupun apabila konsumen minuman di tempat mereka akan memberikan gelas kaca kepada konsumen apabila ingin memindahkannya ke dalam gelas.

3. Salejourn

Gambar 3 Produk Salejourn

Sumber: https://www.instagram.com/salejourn/

Salejourn juga melakukan penerapan *green practices* dalam penyajian produk mereka kepada konsumen. Ketika konsumen dine in maka minuman akan disajikan menggunakan gelas kaca/mug dan ketika konsumen takeaway maka menggunakan wadah yang dapat di daur ulang. Akan tetapi masih terdapat praktek tidak ramah lingkungan seperti penggunaan cup kertas dan masih menggunakan sedotan plastik, belum menggunakan sedotan stainless stell yang dasarnya lebih ramah lingkungan yang dikarenakan bisa digunakan berkali-kali.

4. Casa.de.alter

Gambar 4 Produk Casa.de.alter

Sumber: https://www.instagram.com/casa.de.alter/

Casa.de.alter salah satu coffee shop yang juga menerapkan *green practices* dalam penyajian produk mereka. Penyajian tersebut dengan menggunakan gelas kaca/mug ketika konsumen dine in dan menggunakan wadah yang dapat di daur ulang ketika konsumen takeaway. Dalam penyajian yang telah menerapkan *green practices* juga terdapat praktek yang tidak ramah lingkungan yang terjadi di coffee shop casa de alter seperti halnya ketika konsumen melakukan pembelian kopi susu yang berukuran 1 liter maupun 500 ml yang dimana penyajiannya menggunakan botol, masih menggunakan sedotan plastik dan tissue yang belum ramah lingkungan.

5. Luminos

Gambar 5 Produk Luminos

Sumber: https://www.instagram.com/luminos_coffee/

Luminos juga menerapkan praktik *green practices* dalam menjalankan bisnisnya. Hal itu bisa dilihat ketika konsumen dine in maka penyajian yang dilakukan dengan menggunakan gelas kaca/mug sedangkan ketika konsumen memesan untuk takeaway maka disajikan menggunakan wadah yang dapat didaur ulang. Akan tetapi masih terdapat praktik kurang ramah lingkungan seperti penggunaan sedotan plastik.

ALVAboard (2023) *polypropylene* (PP 5) dapat didaur ulang, sehingga bahan ini dianggap sebagai pilihan yang ramah lingkungan, hal itu ditunjukkan dari kemampuan untuk mendaur ulang *polypropylene* membantu mengurangi limbah plastik dan meminimalisir dampak negatif terhadap lingkungan. Widiyatmoko (2015) *polypropylene* adalah pilihan bahan plastik terbaik, terutama untuk tempat makanan dan minuman, tutup botol obat, sedotan, tali pakaian dan berbagai macam botol lainnya. PP dapat diolah kembali menjadi garpu, sapu, nampan dan lain-lain. BBP

(2023) produk dari *polypropylene* lebih ringan dan tidak menyebabkan kanker, sehingga cocok digunakan untuk industry kemasan produk pangan dan plastik PP bisa didaur ulang kembali menjadi produk plastik lainnya selain itu jenis plastik ini tidak menghasilkan gas beracun saat proses pembakaran oleh karena itu aman untuk diolah kembali.

Baloglu et al (2022) mengatakan bahwa restoran yang menerapkan praktik ramah lingkungan tidak hanya berkontribusi terhadap pelestarian lingkungan tetapi juga memberikan manfaat dalam membantu mereka memperoleh keunggulan kompetitif. Disini dalam konteks coffee shop menjadi sebuah acuan bagi mereka ketika menggunakan praktik ramah lingkungan di dalam usaha mereka yang ingin menghasilkan manfaat ekonomi dan lingkungan agar memperoleh keunggulan kompetitif sekaligus memengaruhi loyalitas pelanggan.

Rizqiningsih et al (2021) menyatakan loyalitas pelanggan merupakan bentuk motivasi perilaku untuk melakukan pembelian berulang. Menciptakan pelanggan setia adalah dengan mengubah mereka menjadi asset melalui ketertarikan merek. Konsumen dengan ketertarikan emosional yang tinggi terlibat dalam aktivitas seperti mempromosikan merek, berpartisipasi dalam komunitas merek dan menyebarkan berita positif dari mulut ke mulut (Ko et al, 2024). Ahmadi et al (2024) menyatakan konsumen dengan ketertarikan emosional yang kuat menjadi pendukung merek mempertahankan dan melestarikan merek tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik membahas mengenai "**PENGARUH *GREEN PRACTICES* TERHADAP *EMOTIONAL ATTACHMENT* DAN *GREEN LOYALTY KONSUMEN COFFEE SHOP (Survei Pada Konsumen Coffee Shop di Kota Padang)*".**

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh *green practices* terhadap *emotional attachment* pada konsumen coffee shop di Kota Padang.
2. Bagaimana pengaruh *emotional attachment* terhadap *loyalty toward green product* pada konsumen coffee shop di Kota Padang.
3. Bagaimana pengaruh *emotional attachment* terhadap *loyalty toward green store* pada konsumen coffee shop di Kota Padang.
4. Bagaimana pengaruh *loyalty toward green store* terhadap *loyalty toward green product* pada konsumen coffee shop di Kota Padang.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *green practices* terhadap *emotional attachment* pada konsumen coffee shop di Kota Padang.
2. Untuk mengetahui pengaruh *emotional attachment* terhadap *loyalty toward green product* pada konsumen coffee shop di Kota Padang.
3. Untuk mengetahui pengaruh *emotional attachment* terhadap *loyalty toward green store* pada konsumen coffee shop di Kota Padang.

4. Untuk mengetahui pengaruh *loyalty toward green store* terhadap *loyalty toward green product.*

1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak terkait, yaitu:

1. Manfaat akademis

   Penelitian ini diharapkan mampu serta menambah wawasan dan pengetahuan yang berhubungan dengan tiga variabel, yaitu *green practices*, *green loyalty* dan *emotional attachment*. Penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan menambah informasi untuk peneliti selanjutnya dengan topik yang sama.

2. Manfaat Praktisi

   Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk referensi serta bahan masukan kepada coffee shop di Kota Padang mengenai bagaimana pengaruh dari *green practices* terhadap *green loyalty* dan *emotional attachment*.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini mengkaji pengaruh *green practices* terhadap *emotional attachment* dan *green loyalty* konsumen coffee shop.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat peneltian dan ruang lingkup penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN LITERATUR

Bab ini membahas tentang landasan teori mengenai variabel-variabel penelitian, hipotesis dan kerangka konseptual.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai desain penelitian, operasional variabel, populasi dan sampel, tekhnik pengumpulan data dan juga metode menganalisis yang digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan hasil analisis yang meliputi karakteristik responden, deskripsi variabel penelitian, pengujian data serta pembahasan dan hasil penelitian dan diharapkan hal ini dapat menjawab permasalahan yang diangkat.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan, implikasi, saran untuk peneliti selanjutnya, serta hal-hal penting yang diperlukan untuk pengembangan penelitian nantinya.