

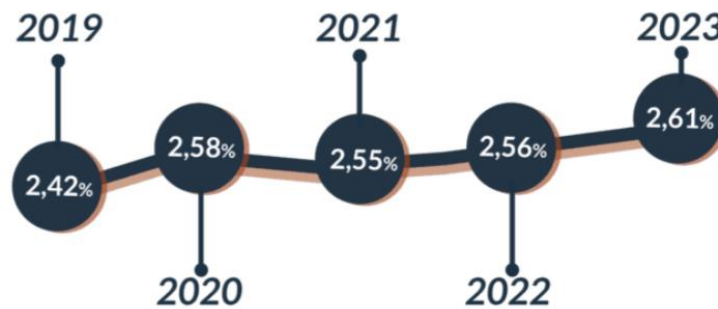
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Permasalahan lingkungan global di era modern ini telah mencapai titik yang mengkhawatirkan, salah satunya dipicu oleh pesatnya pertumbuhan industri tekstil. Diah (2025) menyebutkan bahwa industri tekstil terus berkembang pesat seiring dengan perkembangan teknologi dan juga inovasi dalam proses manufaktur. Disisi lain, Azzahra (2022) mengungkapkan bahwa fashion merupakan industri paling berpolusi kedua didunia setelah industri perminyakan. Sebagai polutan terbesar kedua didunia, industri fashion menghasilkan limbah padat dalam jumlah masif yang seringkali tidak terkelola dengan baik. Fenomena ini menjadi tantangan serius bagi dunia internasional, yang kemudian direspon melalui kesepakatan global *Sustainable Development Goals* (SDGs). Penelitian ini secara spesifik berupaya mendukung pencapaian SDG's poin ke-12, yaitu konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab, dengan fokus pada target pengurangan produksi limbah melalui aktivitas daur ulang (*recycle*), serta mendukung SDGs poin ke-13 (penanganan perubahan iklim) melalui pengurangan emisi karbon dari limbah yang berakhir di tempat pembuangan akhir.

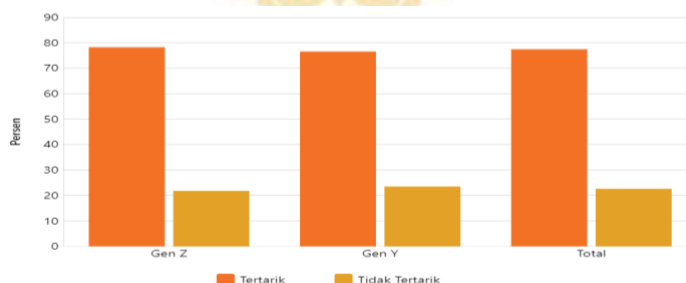
Indonesia sebagai salah satu pasar tekstil terbesar di Asia Tenggara juga menghadapi permasalahan serupa, dimana jutaan ton limbah kain dihasilkan setiap tahunnya dari sisa industri konveksi maupun penjahit rumahan. Mengutip dari artikel yang ditulis oleh Michelle dan Liauw (2023), pada tahun 2020 hingga 2023 terjadi kenaikan persentase peningkatan limbah kain diangka 0,3-0,5% setiap tahunnya. Di Indonesia, sampah kain atau tekstil menyumbang sekitar 2,5% dari total sampah nasional. Meskipun angka persentasenya terlihat kecil, namun sifatnya yang sulit terurai secara alami menjadikannya sebagai salah satu ancaman jangka panjang bagi ekosistem.



Gambar 1.1 Data SIPSN, Peningkatan Limbah Kain di Indonesia Setiap Tahun

Sumber: Michelle dan Liauw, 2023

Pada kondisi krisis lingkungan tersebut, produk daur ulang menjadi harapan untuk mengurangi beban limbah. Hal ini sejalan dengan tulisan Izzah (2023) yang mengatakan bahwa berdasarkan Green Match, daur ulang dipandang sebagai salah satu tren utama yang akan terlihat pada 2023. Seakan membuktikan hal tersebut, ditahun 2023 sendiri nilai pasar untuk produk daur ulang mencapai angka 55,1 miliar dollar Amerika atau setara dengan 836 triliun rupiah dan diperkirakan akan meningkat menjadi 90 miliar dollar Amerika (atau 1.366 triliun rupiah) dengan CAGR (*Compound Annual Growth Rate*) 4,8 persen pada tahun 2023 hingga 2030 (Alexander, 2023). Artinya saat ini masyarakat di berbagai negara sudah mulai menyadari pentingnya mengurangi dampak negatif limbah terhadap lingkungan melalui penggunaan produk daur ulang. Hal ini menunjukkan adanya tren peningkatan minat konsumen terhadap produk daur ulang di seluruh dunia, termasuk di Indonesia.



Gambar 1.2 Data Ketertarikan Anak Muda Terhadap Isu Lingkungan Setiap Tahun

Sumber: databoks.katadata.co.id (2021)

Sejalan dengan data di dunia tersebut, hasil survey yang dimuat dalam databoks.katadata.co.id (2021), disebutkan bahwa sebanyak 77,4% dari 1.200 responden dengan rentang usia 14-21 tahun pada tahun 2021 tertarik dengan isu lingkungan hidup. Angka ini menunjukkan tingginya tingkat kesadaran dan kepedulian mayoritas anak muda di Indonesia terhadap lingkungan hidup. Isu-isu seperti perubahan iklim, polusi, krisis sumber daya alam, bahkan banyaknya terjadi bencana yang disebabkan oleh masalah limbah mendorong masyarakat untuk mencari solusi yang lebih ramah lingkungan. Namun, antusiasme ini belum sepenuhnya sejalan dengan aksi nyata, mengingat masih saja terjadi peningkatan timbulan sampah setiap tahunnya.

Berdasarkan data Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN), sampah kain atau limbah tekstil ini menyumbang sebanyak 2,13% dari total timbulan limbah di Sumatra Barat. Hal ini mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya yang hanya diangka 1,47% ditahun 2024. Kenaikan persentase ini menjadi sinyal darurat lingkungan, mengingat limbah tekstil bersifat sulit terurai secara alami di TPA.

Maharani (2024) menyebutkan bahwa Sumatra Barat atau yang lebih dikenal dengan tanah Minangkabau merupakan daerah yang kaya akan budaya dan tradisi serta menyimpan kekayaan lain yang tak ternilai terutama dalam hal kerajinan. Beberapa kerajinan yang terkenal dari Sumatera Barat adalah bordir, songket, dan tenun. Selain itu, di Sumatra Barat sendiri juga banyak kita temui penjahit, mulai dari penjahit kecil hingga penjahit profesional. Karena beberapa kegiatan tersebut melibatkan kain sebagai bahan baku, penulis berasumsi bahwa mereka mungkin menghasilkan limbah kain perca (potongan kain kecil sisa dari jahitan) yang jika tidak dikelola dengan baik dapat berubah menjadi limbah yang berdampak buruk bagi lingkungan. Salah satu cara untuk mengelola limbah kain perca ini adalah dengan mengubahnya menjadi produk kerajinan baru seperti selimut, sarung bantal, taplak meja, dan sebagainya.

Berikut disajikan beberapa contoh kerajinan daur ulang dari kain perca:



Gambar 1.3 Contoh Produk Kerajinan Daur Ulang dari Kain Perca

Sumber: Zalora.co.id (2023) dan Orami.co.id (2024)

Dari uraian di atas, dapat diperkirakan akan adanya peningkatan kesadaran masyarakat di Indonesia terhadap pentingnya penggunaan produk daur ulang serta adanya potensi produk kerajinan dari kain perca, termasuk di Sumatera Barat. Salah satu contoh UMKM di Sumatera Barat yang sudah mendalami usaha kerajinan ini adalah Wisaa Aqil Craft yang berlokasi di Payakumbuh. Akan tetapi, tantangan dalam mempengaruhi niat konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk daur ulang itu sendiri masih ada. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keinginan pelanggan dalam membeli produk kerajinan daur ulang.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana berbagai komponen psikologis dan sosial memengaruhi keinginan pembeli untuk membeli produk kerajinan daur ulang, khususnya di Sumatera Barat. Daerah yang kaya akan budaya tenun dan kerajinan tradisional ini memiliki karakteristik sosial dan budaya yang unik, di mana tradisi dan norma sosial cenderung memiliki pengaruh yang signifikan. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana faktor-faktor ini dapat memengaruhi keinginan orang-orang di sana untuk membeli barang daur ulang.

Menurut penelitian Amalia & Darmawan (2023), sikap adalah salah satu komponen yang sangat penting dalam mempengaruhi niat membeli konsumen terhadap suatu produk. Namun peneliti menemukan adanya gap penelitian dari beberapa literatur terkait pengaruh *attitude* terhadap *purchase intention* ini. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Amalia & Darmawan (2023) ditemukan bahwa sikap memiliki pengaruh secara langsung terhadap niat membeli. Namun, dalam penelitian yang dilakukan oleh Aslan (2023) ditemukan bahwa sikap tidak memiliki pengaruh langsung terhadap niat membeli. Oleh karena itulah, peneliti merasa perlu untuk melakukan penelitian ulang agar dapat memeriksa kembali pengaruh dari *attitude* terhadap *purchase intention* yang akan dikaitkan dengan produk daur ulang.

Selain *attitude*, tentu saja ada faktor lain yang dapat mempengaruhi niat beli konsumen terhadap produk daur ulang. Farida et al., (2024) mengatakan bahwa teman, keluarga, dan hubungan sosial dapat menciptakan tekanan disekitar seseorang. Sementara itu, Aslan (2023) menyebutkan bahwa *subjective norms* adalah tekanan sosial yang dirasakan terhadap perilaku tertentu yang memotivasi orang-orang untuk melakukan perilaku tersebut dan membentuk perilaku pembelian mereka. Dalam studinya, Amalia & Darmawan (2023) menyebutkan bahwa norma subjektif (*subjective norms*) memiliki relevansi statistik yang signifikan terhadap niat beli konsumen. Untuk itu, penulis juga merasa penting untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh dari *subjective norms* ini terhadap niat beli konsumen, yang dalam hal ini akan dikaitkan dengan pembelian pada produk kerajinan daur ulang (*recycle product*) dari kain perca.

Tak hanya itu, faktor yang penulis rasa perlu diteliti adalah *perceived behavioral control* (kontrol perilaku yang dirasakan). Chang et al., (2024) menyatakan *perceived behavioral control* merupakan keyakinan individu terhadap kemampuan mereka untuk melaksanakan suatu perilaku. Mereka mengatakan bahwa pelanggan cenderung memiliki niat pembelian yang positif ketika mereka yakin bahwa mereka memiliki sumber daya, keterampilan, dan peluang yang diperlukan untuk melakukan pembelian.

Selain ketiga faktor tersebut, *environmental knowledge* (pengetahuan lingkungan) juga merupakan salah satu faktor yang diasumsikan akan dapat berpengaruh terhadap niat pembelian konsumen terhadap produk daur ulang. Kemampuan untuk memahami masalah lingkungan termasuk penyebab dan konsekuensi dari masalah tersebut disebut pengetahuan lingkungan. Menurut Hamdiah (2022), semakin banyak konsumen yang mengetahui manfaat lingkungan dari produksi dan konsumsi produk ramah lingkungan, semakin besar keinginan mereka untuk membeli produk ramah lingkungan. Untuk itu, penulis juga merasa perlu untuk meneliti aspek ini untuk mengetahui sejauh mana pengaruhnya pada niat pembelian konsumen terhadap produk kerajinan daur ulang dari kain perca.

Untuk memvalidasi hasil penelitian terdahulu setiap variabel tersebut, penulis sudah melakukan pra survey terhadap 10 orang responden yang ada di Sumatra Barat. Berikut penulis lampirkan hasil dari pra survey tersebut:

Tabel 1.1 Profil Demografi Responden Pra Survey

Profil	Kategori	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	2 Orang	2%
	Perempuan	8 Orang	8%
Usia	17-25 Tahun	7 Orang	7%
	26-35 Tahun	1 Orang	1%
	36-45 Tahun	1 Orang	1%
	46-55 Tahun	1 Orang	1%
Pekerjaan	Mahasiswa/Pelajar	5 Orang	5%
	Karyawan	1 Orang	1%
	Ibu Rumah Tangga	1 Orang	1%
	Perawat	1 Orang	1%
	Petani	1 Orang	1%
	Wirausaha	1 Orang	1%

Keterangan: Data diolah, 2025

Hasil jawaban dari pra survey terhadap 10 responden tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.2 Ringkasan Jawaban Pra Survey

Pertanyaan	Hasil Dominan	Persentase
Apakah anda mengetahui produk kerajinan daur ulang dari kain perca?	Ya (10 Responden)	100%
Apakah Anda merasa membeli kerajinan daur ulang dari kain perca adalah pilihan yang baik dan menyenangkan bagi anda?	Ya (8 Responden)	80%
Apakah Anda merasa terdorong untuk membeli kerajinan daur ulang dari kain perca karena ingin memenuhi harapan orang-orang di sekitar anda dan merasa bersalah jika tidak melakukannya?	Tidak (9 Responden)	90%
Apakah Anda merasa bahwa Anda memiliki sumber daya untuk membeli produk kerajinan daur ulang dari kain perca jika Anda menginginkannya?	Ya (8 Responden)	80%
Apakah Anda memahami bahwa produk kerajinan daur ulang dari kain perca dapat membantu mengurangi permasalahan lingkungan?	Ya (10 Responden)	100%
Apakah Anda berniat untuk membeli produk kerajinan daur ulang dari kain perca di masa mendatang?	Ya (9 Responden)	90%

Keterangan: Data diolah, 2025

Berdasarkan pra survey tersebut, ditemukan bahwa 80 persen diantaranya memiliki sikap yang positif terhadap pembelian produk kerajinan daur ulang dari kain perca. Sementara itu, peneliti juga menemukan bahwa 90 persen dari responden tidak merasa bahwa keinginan mereka untuk membeli produk kerajinan dari kain perca dipengaruhi oleh pandangan orang lain terhadap mereka. Hal ini berbeda dengan hasil temuan penelitian terdahulu, sehingga penulis merasa perlu untuk dilakukan kajian kembali terkait faktor *subjective norms* ini. Disisi lain, 80 persen dari total responden merasa bahwa mereka memiliki sumber daya untuk membeli produk kerajinan daur ulang dari kain perca jika mereka menginginkannya. Selain itu, hasil survey awal ini juga membuktikan bahwa seluruh responden yang terlibat memahami bahwa dengan menggunakan produk kerajinan daur ulang dari kain perca dapat memberikan kontribusi yang positif terhadap permasalahan lingkungan. Berdasarkan hasil survey tersebut, penulis merasa perlu untuk melakukan penelitian mendalam terkait faktor-faktor yang sudah dijelaskan sebelumnya untuk melihat apakah hasil tersebut masih relevan untuk skala yang lebih luas, yaitu di Sumatra Barat.

Pemahaman yang mendalam mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi niat beli konsumen menjadi sangat krusial dalam merumuskan strategi pemasaran yang efektif bagi produsen produk-produk kerajinan daur ulang di wilayah Sumatera Barat ini. Berdasarkan fenomena tersebut, maka perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh *attitude*, *subjective norms*, *perceived behavioral control*, dan *environmental knowledge*, terhadap *purchase intention* konsumen pada produk kerajinan daur ulang dari kain perca di Sumatra Barat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *attitude* terhadap *purchase intention* konsumen pada produk kerajinan daur ulang dari kain perca di Sumatra Barat ?
2. Bagaimana pengaruh *subjective norms* terhadap *purchase intention* konsumen pada produk kerajinan daur ulang dari kain perca di Sumatra Barat ?
3. Bagaimana pengaruh *perceived behavioral control* terhadap *purchase intention* konsumen pada produk kerajinan daur ulang dari kain perca di Sumatra Barat ?
4. Bagaimana pengaruh *environmental knowledge* terhadap *purchase intention* konsumen pada produk kerajinan daur ulang dari kain perca di Sumatra Barat ?

1.3 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui pengaruh *attitude* terhadap *purchase intention* konsumen pada produk kerajinan daur ulang dari kain perca di Sumatra Barat.
2. Untuk mengetahui pengaruh *subjective norms* terhadap *purchase intention* konsumen pada produk kerajinan daur ulang dari kain perca di Sumatra Barat.
3. Untuk mengetahui pengaruh *perceived behavioral control* terhadap *purchase intention* konsumen pada produk kerajinan daur ulang dari kain perca di Sumatra Barat.
4. Untuk mengetahui pengaruh *environmental knowledge* terhadap *purchase intention* konsumen pada produk kerajinan daur ulang dari kain perca di Sumatra Barat.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari adanya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penulis berharap penelitian ini dapat menghasilkan kemajuan besar dalam bidang manajemen pemasaran, terutama dengan memperluas pengetahuan kami tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keinginan konsumen untuk membeli produk-produk kerajinan daur ulang dari kain perca. Selain itu, penulis juga berharap agar penelitian ini dapat dijadikan sebagai dasar dan acuan untuk studi penelitian mendalam dimasa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi bisnis atau kelompok yang menjual atau menghasilkan produk kerajinan daur ulang dari kain perca, khususnya di Sumatra Barat. Hasil penelitian juga dapat digunakan sebagai panduan saat membangun strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan minat beli pelanggan.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini ialah produk daur ulang berupa kerajinan dari limbah tekstil (kain perca), dimana pada penelitian ini akan dianalisis bagaimana variabel *Attitude*, *Subjective Norms*, *Perceived Behavioral Control*, dan *Environmental knowledge* dapat mempengaruhi minat beli konsumen (*Purchase Intention*) pada produk kerajinan daur ulang tersebut.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berfokus pada konsumen yang berada di wilayah Sumatra Barat. Wilayah ini dipilih untuk melihat perilaku konsumen terhadap produk daur ulang dalam konteks sosial dan budaya lokal yang mungkin memengaruhi sikap dan niat beli mereka. Selain itu, penulis

melihat adanya peluang untuk kerajinan daur ulang dari kain perca didaerah ini karena terdapat banyak produsen pakaian khas seperti tenun, songket, dan juga penjahit-penjahit konvensional.

3. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah konsumen yang berdomisili di Sumatra Barat dan telah memiliki pengalaman atau pengetahuan tentang produk daur ulang. Responden akan diambil dari berbagai latar belakang sosial, ekonomi, usia yang relevan, dengan fokus pada konsumen yang memiliki kesadaran lingkungan.

4. Variabel Penelitian

Penelitian ini melibatkan 4 variabel, yaitu :

- a. *Attitude*: Mencerminkan sejauh mana konsumen memiliki pandangan yang baik atau buruk terhadap suatu produk.
- b. *Subjective Norms*: Menggambarkan bagaimana seseorang melihat tekanan sosial atau pendapat orang lain tentang apakah mereka seharusnya melakukan suatu hal tertentu. Dalam hal ini, ini dapat berupa pengaruh orang lain terhadap keinginan mereka untuk membeli barang tertentu.
- c. *Perceived Behavioral Control*: Merupakan keyakinan atau persepsi individu tentang sejauh mana mereka memiliki kemampuan, sumber daya, dan kendali atas faktor-faktor internal maupun eksternal untuk melakukan suatu tindakan tertentu.
- d. *Environmental knowledge*: Merupakan pengetahuan konsumen mengenai dampak lingkungan yang mempengaruhi sikap mereka terhadap pembelian produk daur ulang.
- e. *Purchase Intention*: Merupakan niat atau kecenderungan seseorang untuk membeli produk atau layanan di masa mendatang.

5. Metode Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui angket yang didistribusikan kepada konsumen yang mengetahui produk kerajinan daur ulang dari kain

perca di Sumatra Barat. Data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan metode statistik untuk melihat pengaruh antar variabel.

6. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya dilakukan di wilayah Sumatera Barat sehingga hasil dari penelitian ini mungkin tidak dapat digeneralisasikan pada wilayah lain dengan karakteristik budaya, ekonomi, dan perilaku konsumen yang berbeda. Selain itu, penelitian ini hanya berfokus pada *attitude*, *subjective norms*, *perceived behavioral control*, dan *environmental knowledge*, sedangkan faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen tidak hanya seputar itu saja.

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian yang dilakukan ini terdiri dari bab-bab yang bergabung dalam sebuah sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Merupakan bab yang berisi tentang latar belakang pemilihan judul, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN LITERATUR

Merupakan bab yang berisi tentang literatur yang terdiri dari berbagai teori yang berhubungan dengan penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Merupakan bab penulis menjelaskan mengenai desain penelitian, populasi dan sampel, definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Merupakan bab penulis menguraikan mengenai hasil dan pembahasan terkait penelitian yang telah dilakukan.

BAB V PENUTUP

Merupakan bab penulis akan memberikan beberapa kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang dilakukan.