

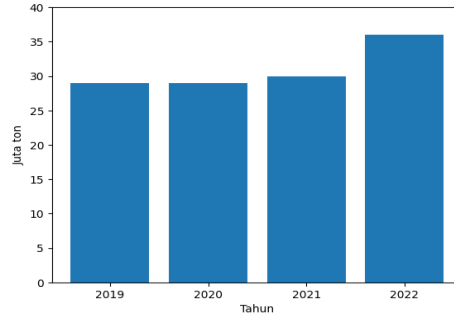
BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam kurun waktu lima tahun terakhir, jumlah penduduk di Indonesia menunjukkan tren peningkatan yang berkelanjutan. Kondisi ini menandakan bahwa populasi penduduk Indonesia terus bertambah setiap tahunnya. Data menunjukkan bahwa pada tahun 2021 jumlah penduduk Indonesia tercatat sebesar 272,68 juta jiwa, kemudian meningkat menjadi 275,77 juta jiwa pada tahun 2022 (GoodStats, 2023). Bertambahnya jumlah penduduk tersebut berimplikasi pada meningkatnya volume sampah yang dihasilkan. Laju pertumbuhan penduduk yang tinggi, proses urbanisasi, serta perubahan pola konsumsi masyarakat turut berkontribusi terhadap meningkatnya jumlah sampah, khususnya limbah rumah tangga.

Apabila pengelolaan sampah tidak dilakukan secara optimal, kondisi ini berpotensi menimbulkan berbagai permasalahan lingkungan, seperti banjir, pencemaran tanah, air, dan udara (Nur Annisa et al., 2023). Kondisi ini semakin diperparah oleh keterbatasan kapasitas pengelolaan sampah di tingkat daerah, baik dari sisi infrastruktur maupun kesadaran masyarakat, sehingga sebagian besar sampah masih berakhir di lingkungan terbuka tanpa proses pengolahan yang memadai. Situasi ini menunjukkan bahwa permasalahan sampah tidak hanya bersumber dari peningkatan jumlah limbah, tetapi juga dari belum optimalnya sistem pengelolaan yang diterapkan secara berkelanjutan.



Sumber: databoks (2023)

Gambar 1.1 Volume Timbulan Sampah Nasional 2019-2022

Berdasarkan informasi yang dihimpun melalui Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) serta Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK), total timbulan sampah di Indonesia pada tahun 2022 mencapai 35,83 juta ton. Angka tersebut menunjukkan peningkatan sebesar 21,7 persen dibandingkan dengan tahun sebelumnya dan menjadi jumlah tertinggi yang tercatat dalam kurun waktu empat tahun terakhir (Databoks, 2023). Dari total tersebut, hanya 62,63% yang berhasil dikelola, sementara 37,37% sisanya belum tertangani dengan baik. KLHK juga memproyeksikan produksi sampah rata-rata sebesar 0,07 kg/kapita per hari, seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan aktivitas konsumsi masyarakat (Bagastyo et al., 2023; Balasundaram et al., 2024).

Sebagai negara beriklim tropis yang memiliki kekayaan sumber daya alam melimpah, Indonesia menghasilkan beragam jenis limbah organik, salah satunya berasal dari sisa hasil pengolahan kelapa berupa batok kelapa. Hampir 90% desa pesisir di Indonesia memiliki pohon kelapa sebagai vegetasi dominan (Kementerian Pertanian, 2023). Data Kementerian Perindustrian (2023) menunjukkan bahwa meningkatnya industri rumah tangga berbasis kelapa, seperti pengolahan santan, minyak kelapa, dan kuliner tradisional, turut meningkatkan volume limbah batok kelapa secara signifikan, terutama di wilayah Sumatera dan pesisir barat Indonesia.

Meskipun demikian, pengelolaan limbah batok kelapa hingga saat ini masih belum dilakukan secara maksimal. Sekitar 72% limbah batok kelapa di wilayah pedesaan Jawa dan Sumatera dibuang ke sungai, pantai, atau dibiarkan menumpuk di lingkungan sekitar (World Bank, 2020). Rendahnya kepedulian masyarakat terhadap

limbah batok kelapa disebabkan oleh anggapan bahwa limbah tersebut bersifat alami dan dapat terurai dengan sendirinya, keterbatasan pengetahuan tentang potensi ekonominya, serta belum adanya sistem pengelolaan dan insentif yang mendorong pemanfaatan limbah secara berkelanjutan (Putri & Ramadhan, 2023).

Permasalahan limbah batok kelapa yang terjadi di Provinsi Sumatera Barat memberikan dampak langsung terhadap sektor pariwisata. Tumpukan limbah di kawasan pesisir dan destinasi wisata menurunkan kualitas visual dan kenyamanan pengunjung. Berdasarkan laporan Dinas Lingkungan Hidup Provinsi Sumatera Barat (DLH Sumbar, 2022), penurunan kebersihan lingkungan akibat limbah organik, termasuk batok kelapa, berkontribusi terhadap penurunan indeks daya tarik wisata pantai hingga 40%. Penurunan ini disebabkan oleh menurunnya kepuasan wisatawan, meningkatnya keluhan pengunjung, serta berkurangnya kunjungan ulang wisatawan domestik dan mancanegara.

Penurunan nilai wisata ini menjadi isu yang mendesak karena sektor pariwisata merupakan salah satu penggerak utama perekonomian Sumatera Barat. Data BPS Sumatera Barat (2023) menunjukkan bahwa sektor pariwisata berkontribusi cukup besar dalam meningkatkan pendapatan daerah serta menyerap tenaga kerja di tingkat lokal, sehingga degradasi lingkungan secara langsung berdampak pada kesejahteraan masyarakat.



Sumber: TribunPadang (2022)

Gambar 1.2 Limbah Batok Kelapa

Selain menurunkan nilai estetika dan ekonomi wilayah wisata, penumpukan limbah batok kelapa juga menimbulkan risiko kesehatan masyarakat. Batok kelapa yang menumpuk tanpa pengelolaan yang tepat berpotensi menjadi media penyebaran

berbagai penyakit seperti nyamuk, lalat, dan kecoa yang berpotensi menularkan diare, disentri, dan demam berdarah (Magh'firoh, 2023). Masalah ini diperparah oleh rendahnya kesadaran masyarakat mengenai dampak jangka panjang pembuangan limbah sembarangan.

Kurangnya pemahaman masyarakat menyebabkan limbah batok kelapa dianggap tidak bernilai, padahal limbah ini memiliki potensi besar untuk diolah menjadi produk bernilai ekonomi melalui proses daur ulang dan produksi berkelanjutan. Laporan *United Nations Environment Programme* (UNEP, 2023) menekankan bahwa pemanfaatan limbah organik menjadi produk kreatif merupakan salah satu strategi efektif dalam mendukung ekonomi sirkular dan pengurangan limbah global.

Upaya pengelolaan limbah batok kelapa memiliki keterkaitan dengan pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs), terutama pada tujuan ke-12 yang menekankan pentingnya pola konsumsi dan produksi yang berkelanjutan dan bertanggung jawab (Aminah & Muliawati, 2021). Limbah batok kelapa memiliki potensi untuk dimanfaatkan menjadi berbagai produk, seperti arang, perlengkapan rumah tangga, serta aneka kerajinan yang memiliki nilai estetika dan seni yang tinggi. Permintaan terhadap produk berbasis bahan alami terus meningkat seiring berkembangnya gaya hidup ramah lingkungan dan “*back to nature*” (Magh'firoh, 2023).

Sumatera Barat merupakan salah satu daerah penghasil kelapa yang cukup besar, terutama di wilayah pesisir seperti Padang Pariaman, Agam, dan Pesisir Selatan. Berdasarkan data dari Tribun Padang (2025), produksi kelapa di Sumatera Barat mencapai sekitar 80.046 ton per tahun, dengan kontribusi terbesar berasal dari Padang Pariaman sekitar 39.233 ton per tahun. Tingginya produksi tersebut menunjukkan potensi limbah batok kelapa yang juga besar, yang dihasilkan dari aktivitas perkebunan dan industri rumah tangga berbasis kelapa. Oleh sebab itu, para pengrajin umumnya memperoleh bahan baku limbah batok kelapa dari daerah-daerah penghasil tersebut. Namun, distribusi limbah ini belum merata hingga ke wilayah perkotaan. Kota Padang

sendiri lebih berperan sebagai wilayah konsumsi dan distribusi, bukan sebagai sentra produksi, sehingga ketersediaan batok kelapa di kota ini relatif terbatas dan bergantung pada pasokan dari daerah penghasil tersebut. Kondisi ini menjelaskan mengapa batok kelapa di Padang cenderung sulit ditemukan, meskipun secara regional Sumatera Barat memiliki potensi limbah batok kelapa yang cukup besar.

Batok kelapa menawarkan keunikan visual dengan tekstur alaminya yang khas, sekaligus memiliki daya tahan tinggi yang membuatnya ideal sebagai hiasan rumah bernilai jangka panjang. Material ramah lingkungan ini semakin berharga karena proses pengerjaannya yang manual, menghadirkan sentuhan estetika handmade yang autentik dan bernilai seni tinggi. Melalui kreativitas serta ketekunan para perajin, batok kelapa dapat diolah menjadi berbagai produk kerajinan yang tidak hanya memiliki fungsi praktis, tetapi juga mengandung nilai estetika dan nilai ekonomi yang tinggi. Produk yang dihasilkan mencakup beragam barang fungsional, seperti tas, lampu, teko, asbak, celengan, kancing baju, kalung, serta berbagai jenis aksesoris lainnya. Selain itu, batok kelapa juga dapat dikembangkan menjadi produk cendera mata, antara lain gantungan kunci, miniatur kendaraan, hiasan dinding, dan hiasan meja.



Sumber: Selasar.com (2023)

Gambar 1.3 Kerajinan dari Batok Kelapa

Ketertarikan peneliti terhadap topik ini didasarkan pada fenomena nyata di lapangan, khususnya di Sumatera Barat, di mana limbah batok kelapa masih dipandang sebagai masalah lingkungan, bukan sebagai sumber daya ekonomi. Di sisi lain, meningkatnya minat konsumen terhadap produk daur ulang membuka peluang besar

bagi pengembangan kerajinan batok kelapa sebagai solusi lingkungan sekaligus penggerak ekonomi kreatif daerah.

Seiring meningkatnya permintaan produk ramah lingkungan di pasar global, kerajinan batok kelapa dari Indonesia mulai menarik perhatian internasional. Beberapa pengrajin lokal di Sumatera Barat telah berhasil menembus pasar ekspor dan mengubah limbah menjadi komoditas bernilai tinggi (Bisnis Sumatra, 2023). Diantaranya ada pelaku usaha kerajinan seperti *Garisa Craft* di Pasaman Barat, *NBF Craft* di Padang, dan juga di Agam serta Payakumbuh. Fenomena ini menunjukkan bahwa pengelolaan limbah berbasis kreativitas memiliki potensi besar dalam mendukung pembangunan berkelanjutan. Di tengah meningkatnya kepedulian terhadap isu lingkungan, konsumen saat ini tidak lagi menilai produk daur ulang semata-mata berdasarkan aspek fungsional, melainkan juga mempertimbangkan nilai emosional, nilai sosial, serta dampak lingkungan yang melekat pada produk tersebut.

Perceived consumer value menggambarkan bagaimana konsumen memandang manfaat sebuah produk secara menyeluruh mulai dari segi praktis, perasaan, nilai sosial, hingga dampak lingkungannya. Penelitian Jin et al. (2024) menegaskan bahwa produk daur ulang yang sukses mampu memenuhi kebutuhan praktis sekaligus memberikan kepuasan psikologis, seperti kebanggaan berkontribusi pada lingkungan. Dengan demikian, nilai suatu produk tidak semata-mata ditentukan oleh karakteristik fisik yang dimilikinya, melainkan juga oleh makna serta perasaan yang dirasakan konsumen ketika melakukan pembelian.

Dalam konteks pembelian produk daur ulang, terdapat empat komponen dari *perceived consumer value* yang mempengaruhi *attitude* konsumen. Pertama, nilai emosional atau *perceived emotional value* mencakup perasaan positif seperti kebanggaan dan kepuasan atas pilihan yang ramah lingkungan. Kedua, nilai sosial atau *perceived social value* berkaitan dengan peningkatan citra sosial dan penerimaan di kalangan teman dan komunitas. Ketiga, kualitas atau *perceived quality value* merujuk pada persepsi konsumen terhadap daya tahan dan keandalan produk daur ulang. Terakhir, nilai harga atau *perceived price value* mencerminkan evaluasi konsumen

terhadap biaya produk dibandingkan dengan manfaat yang diperoleh, yang semuanya berkontribusi pada sikap positif terhadap produk daur ulang (Jin et al., 2024).

Attitude konsumen terhadap produk daur ulang memiliki peran yang signifikan terhadap *purchase intention* mereka. *Attitude* konsumen terhadap produk daur ulang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *purchase intention* mereka. Ketika konsumen memiliki sikap positif terhadap produk daur ulang, mereka lebih cenderung untuk mempertimbangkan dan akhirnya membeli produk tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa sikap yang baik dapat berfungsi sebagai pendorong utama dalam keputusan pembelian, karena konsumen melihat produk daur ulang sebagai pilihan yang bermanfaat dan bertanggung jawab. Penelitian oleh Jalil dan Shahuuddin (2019) juga mendukung temuan ini, yang menunjukkan bahwa *attitude* konsumen yang positif berhubungan langsung dengan niat mereka untuk membeli produk daur ulang. Dengan demikian, memahami dan membentuk sikap positif terhadap produk daur ulang menjadi kunci dalam meningkatkan *purchase intention* di kalangan konsumen (Jin et al., 2024).

Dari penjelasan dan temuan diatas bahwa *perceived emotional value*, *perceived social value*, *perceived quality value* dan *perceived price value* semuanya meningkatkan *attitude* positif dan *purchase intention* produk daur ulang. Ini sejalan dengan survei awal yang peneliti lakukan kepada 10 responden bahwa 4 komponen *perceived consumer value* tersebut pada umumnya akan mempengaruhi *attitude* dan *purchase intention* produk daur ulang dan berakhir sebagai pertimbangan mereka untuk membeli produk daur ulang tersebut. Berikut hasil rekap survei awal yang telah dilakukan peneliti.

Tabel 1.1 Hasil Survei Awal

Pertanyaan	Hasil Temuan	Persentase
Apakah Anda mengetahui produk kerajinan daur ulang dari batok kelapa?	10/10 respoden mengetahui produk kerajinan daur ulang dari batok kelapa?	100%
Apakah anda percaya dengan adanya kerajinan daur ulang batok kelapa memberikan dampak positif	9/10 responden percaya dengan adanya kerajinan daur ulang batok kelapa memberikan	90%

pada lingkungan dan mengurangi sampah ?	dampak positif pada lingkungan dan mengurangi sampah.	
Menurut anda jika berniat membeli produk kerajinan dari batok kelapa apakah anda akan mempertimbangkan <i>perceived emotional value</i> ? berikan alasan	8/10 responden akan mempertimbangkan <i>perceived emotional value</i> jika ingin membeli produk kerajinan dari batok kelapa karena responden mayoritas memperhatikan rasa senang dan nyaman saat membelinya.	80%
Menurut anda jika berniat membeli produk kerajinan dari batok kelapa apakah anda akan mempertimbangkan <i>perceived social value</i> ? berikan alasan	8/10 jika responden jika ingin membeli produk kerajinan dari batok kelapa akan mempertimbangkan <i>perceived social value</i> karena akan meningkatkan <i>value</i> , citra dan status sosial sedangkan sisanya mengatakan bahwa PSV tidak berkaitan dengan niat pembelian produk kerajinan daur ulang dari batok kelapa.	80%
Menurut Anda jika berniat membeli produk kerajinan dari batok kelapa apakah anda akan mempertimbangkan <i>perceived quality value</i> ? berikan alasan	10/10 responden akan mempertimbangkan <i>perceived quality value</i> saat akan membeli produk kerajinan daur ulang dari batok kelapa, karena kualitas akan menentukan daya tahan dan karena pertimbangan penggunaan jangka panjang.	100%
Menurut Anda jika berniat membeli produk kerajinan dari batok kelapa apakah anda akan mempertimbangkan <i>perceived price value</i> tersebut ? berikan alasan	10/10 responden yang berniat membeli produk kerajinan dari batok kelapa apakah anda akan mempertimbangkan <i>perceived price value</i> dengan alasan harga menentukan kualitas dan produk harus sebanding dengan harga.	100%
Apakah produk kerajinan daur ulang dari batok kelapa memunculkan pandangan positif, memberikan manfaat bagi diri Anda?	9/10 responden setuju bahwa produk kerajinan daur ulang dari batok kelapa memunculkan pandangan positif, memberikan manfaat bagi dirinya.	90%
Apakah dalam jangka pendek ataupun panjang Anda memiliki niat untuk membeli produk kerajinan daur ulang dari batok kelapa dan kemungkinan akan merekomendasikan pada orang lain?	8/10 responden memiliki niat untuk membeli produk kerajinan daur ulang dari batok kelapa dan kemungkinan akan merekomendasikan pada orang lain.	80%

Hasil survei awal peneliti mendukung penelitian yang akan dilakukan namun peneliti juga menemukan kesenjangan pada penelitian sebelumnya. Temuan tersebut berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sener et al. (2023). Studi yang dilaksanakan di Turki tersebut menemukan bahwa *perceived social value* dan *perceived emotional value* tidak mempengaruhi *attitude* dan *purchase intention* produk daur ulang. Dari uraian permasalahan di atas dan berdasarkan kesenjangan hasil

penelitian yang disajikan, maka peneliti terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh *Perceived Emotional Value, Perceived Social Value, Perceived Quality* dan *Perceived Price Value* Terhadap *Attitude* dan *Purchase Intention* Pada Produk Kerajinan Daur Ulang Dari Batok Kelapa di Sumatra Barat**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka dirumuskan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *perceived emotional value* terhadap *attitude* pada produk kerajinan daur ulang dari batok kelapa di Sumatra Barat?
2. Bagaimana pengaruh *perceived social value* terhadap *attitude* pada produk kerajinan daur ulang dari batok kelapa di Sumatra Barat?
3. Bagaimana pengaruh *perceived quality value* terhadap *attitude* pada produk kerajinan daur ulang dari batok kelapa di Sumatra Barat?
4. Bagaimana pengaruh *perceived price value* terhadap *attitude* pada produk kerajinan daur ulang dari batok kelapa di Sumatra Barat?
5. Bagaimana pengaruh *attitude* terhadap *purchase intention* pada produk kerajinan daur ulang dari batok kelapa di Sumatra Barat?

1.3 Tujuan Penelitian

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

1. Menganalisis pengaruh *perceived emotional value* terhadap *attitude* pada produk kerajinan daur ulang dari batok kelapa di Sumatra Barat
2. Menganalisis pengaruh *perceived social value* terhadap *attitude* pada produk kerajinan daur ulang dari batok kelapa di Sumatra Barat
3. Menganalisis pengaruh *perceived quality value* terhadap *attitude* pada produk kerajinan daur ulang dari batok kelapa di Sumatra Barat
4. Menganalisis pengaruh *perceived price value* terhadap *attitude* pada produk kerajinan daur ulang dari batok kelapa di Sumatra Barat

5. Menganalisis pengaruh *attitude* terhadap *purchase intention* pada produk kerajinan daur ulang dari batok kelapa di Sumatra Barat

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dengan adanya penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, studi ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur mengenai nilai yang dirasakan dengan memberikan wawasan tentang bagaimana yang dirasakan konsumen terhadap produk daur ulang mempengaruhi *purchase intention*. Hal ini penting untuk memahami dinamika perilaku konsumen dalam konteks keberlanjutan. Selain itu, penelitian ini juga menjelaskan hubungan antara *attitude* dan *purchase intention*, dengan menekankan bahwa sikap positif terhadap produk kerajinan daur ulang batok kelapa dapat meningkatkan niat beli.

2. Manfaat Praktis

Dari sisi praktis, temuan penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha maupun industri kerajinan berbasis daur ulang serta pihak pemasar sebagai dasar dalam menyusun strategi dan kampanye pemasaran yang lebih efektif dengan menonjolkan nilai-nilai yang dirasakan konsumen dari produk daur ulang, sehingga meningkatkan persepsi positif konsumen. Produsen juga dapat memanfaatkan temuan ini untuk mengembangkan produk kerajinan daur ulang batok kelapa yang tidak hanya memenuhi kebutuhan fungsional tetapi juga memberikan nilai emosional dan sosial bagi konsumen, sehingga meningkatkan daya tarik produk di pasar. Selain itu, penelitian ini dapat berfungsi sebagai dasar untuk program edukasi konsumen mengenai manfaat

lingkungan dari produk daur ulang, yang pada gilirannya dapat meningkatkan sikap positif mereka dan mendorong pembelian produk tersebut

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Studi ini difokuskan untuk mengkaji pengaruh *perceived emotional value*, *perceived social value*, *perceived quality value* dan *perceived price value* terhadap *attitude* dan pengaruh *attitude* terhadap *purchase intention* pada produk kerajinan daur ulang dari batok kelapa di Sumatera Barat. Penelitian ini dilakukan dalam lingkup geografi Provinsi Sumatera Barat karena unit analisis dan peneliti berada di area ini.

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian yang disusun oleh penulis dibagi ke dalam beberapa bab yang saling berkaitan dan disajikan berdasarkan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab ini memuat uraian mengenai latar belakang penentuan judul penelitian, perumusan masalah, tujuan serta manfaat penelitian, batasan atau ruang lingkup penelitian, hingga 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

Pada bab ini penulis menguraikan metode penelitian yang digunakan, meliputi desain penelitian, penentuan populasi dan sampel, definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, serta metode analisis data.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini memaparkan karakteristik responden, hasil pengolahan data penelitian, temuan dari pengujian hipotesis, serta pembahasan terhadap hasil yang diperoleh.

BAB V Penutup

Bab ini berisi penyajian kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian serta rekomendasi atau saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penelitian selanjutnya.

