

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) adalah sebuah provinsi yang terletak di bagian selatan Pulau Jawa, berbatasan dengan Provinsi Jawa Tengah dan Samudera Hindia. DIY memiliki sebuah kotamadya, yaitu Kota Yogyakarta. Menurut Direktorat Jendral Cipta Karya, wilayah Kota Yogyakarta terdiri dari 14 kecamatan, 45 kelurahan, 617 RW, dan 2532 RT dengan wilayah seluas 32,5 km² atau kurang lebih 1,02% dari luas Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Berdasarkan hasil Sensus Penduduk pada tahun 2010 jumlah penduduk tercatat 388.627 jiwa, dengan luas wilayah 32,50 km², kepadatan penduduk Kota Yogyakarta tahun 2017 sebesar 13.007 jiwa per km². (Badan Pusat Statistik Kota Yogyakarta, 2018).

Yogyakarta dikenal sebagai kota pariwisata dan juga kota budaya serta pendidikan. Yogyakarta memiliki sangat banyak potensi wisata dalam berbagai bidang seperti wisata budaya, wisata kuliner dan wisata belanja. Wisatawan yang mengunjungi Yogyakarta pada tahun 2017 tercatat sebanyak 3,89 juta wisatawan yang terdiri dari wisatawan asing sebanyak 11,12% dan wisatawan lokal atau domestic sebanyak 88,88%. Dengan potensi wisata yang besar,

diharapkan hal tersebut dapat meningkatkan pendapatan daerah. (Badan Pusat Statistik Kota Yogyakarta, 2018).

Banyaknya orang yang datang ke Kota Yogyakarta membuat masyarakat Kota Yogyakarta memanfaatkannya untuk memperoleh keuntungan dalam hal ekonomi. Diantaranya adalah berjualan jajanan-jajanan murah dengan target orang-orang pendatang yang berwisata dan berlibur di Kota Yogyakarta. Contoh jajanan tersebut diantaranya adalah bakso, cilok, batagor, dan cireng. Selain harganya yang murah, jajanan-jajanan tersebut banyak dijual karena rasanya yang enak sehingga disukai oleh banyak orang. Selain itu cara pembuatannya yang mudah dan sederhana membuat banyak orang di Kota Yogyakarta menjual makanan tersebut.

Usaha Mikro menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (selanjutnya akan disebut dengan UU UMKM), dijelaskan dalam Pasal 1 angka 1 bahwa yang dimaksud dengan Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang atau perseorangan dan/atau badan usaha perseorangan sebagaimana diatur dalam UU UMKM. Dijelaskan lebih lanjut dalam Pasal 6 ayat (1) UU UMKM, kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:

- a. memiliki kekayaan paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

- b. memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Berdasarkan studi yang telah dilakukan oleh Mitzerg dan Musselman serta Hughes dapat disimpulkan ciri-ciri umum usaha kecil, yaitu:

1. Kegiatannya cenderung tidak formal dan jarang yang memiliki rencana usaha.
2. Struktur organisasi bersifat sederhana.
3. Jumlah tenaga kerja terbatas dengan pembagian kerja yang longgar.
4. Kebanyakan tidak melakukan pemisahan antara kekayaan pribadi dengan kekayaan perusahaan.
5. Sistem akuntansi kurang baik, bahkan sukar menekan biaya.
6. Kemampuan pemasaran serta diversifikasi pasar cenderung terbatas.
7. Margin keuntungan sangat tipis.

Berdasarkan pada beberapa ciri tersebut di atas, maka dapat diketahui bahwa kelemahan dari usaha kecil selain dipengaruhi oleh faktor keterbatasan modal juga tampak pada kelemahan manajerialnya. Hal ini terungkap baik pada kelemahan pengorganisasian, perencanaan, pemasaran, maupun pada kelemahan akuntansinya.

Menurut data pada *website* UMKM Kota Yogyakarta (*umkm.jogjakota.go.id*), jumlah UMKM yang terdaftar pada website tersebut

berjumlah 1822 UMKM yang terdapat diberbagai kecamatan di Kota Yogyakarta, diantaranya yaitu Kecamatan terdapat di Kota Yogyakarta yang terdiri dari Kecamatan Kotagede, Kraton, Mantrijeron, Mergangsan, Tegalrejo, Umbulharjo, dan Wirobrajan. UMKM tersebut terdiri dari berbagai penjual makanan seperti bakso, susu, roti dan jajanan lain.

Walau pun jajanan tersebut sangat diminati dan disukai masyarakat, tidak berarti semua jajanan diproses dan dibuat dengan baik. Banyak penjual yang menggunakan proses pembuatan yang tidak higienis dan tidak ramah lingkungan. Selain dapat membahayakan orang yang mengkonsumsi jajanan tersebut, proses pembuatan dan pengolahan yang tidak sehat dan tidak higienis serta tidak ramah lingkungan dapat merugikan lingkungan sekitar pembuatan makanan tersebut baik dalam jangka waktu lama maupun jangka waktu singkat. Dilansir dari *Detiknews.com* mengabarkan pada Rabu, 19 September 2018 dengan judul “Diduga Keracunan Usai Makan Soto, 32 Orang di Yogya Dilarikan ke RS”(<https://news.detik.com/berita-jawa-tengah/d-4219275/diduga-keracunan-usai-makan-soto-32-orang-di-yogya-dilarikan-ke-rs>) menjadi suatu peristiwa yang membuktikan bahwa tidak semua penjual jajanan memperhatikan proses produksi makanan yang dijual. Dalam berita lain yang dikabarkan oleh *Antaranews.com* pada Selasa, 7 Mei 2013, berita berjudul “20 Persen Jajanan Anak di Yogyakarta Kandung Zat Berbahaya” mengemukakan bahwa Balai Besar Pengawasan Obat dan Makanan Yogyakarta (BPPOM)

menemukan sekitar 20 persen makanan yang diujikan di sekolah-sekolah dasar di daerah itu mengandung zat yang membahayakan kesehatan. Berdasarkan pemeriksaan terhadap jajanan di 31 sekolah dasar di DIY, BPPOM menemukan jajanan-jajanan yang mengandung boraks, formalin, dan rodamin. Hal itu juga menjadi bukti kurangnya niat produsen jajanan untuk membuat makanan dengan cara yang baik dan aman untuk kesehatan serta ramah lingkungan. (<https://www.antarane.ws.com/berita/373532/20-persen-jajanan-anak-di-yogyakarta-kandung-zat-berbahaya>).

Meski pun tidak semua produsen jajanan membuat produk makanannya dengan sembarangan, tetapi fenomena yang ada membuat peneliti mencoba mengangkat permasalahan tersebut untuk mengetahui apakah pengusaha jajanan menerapkan proses produksi yang sehat, bersih, dan ramah lingkungan serta untuk mengetahui motivasi atau alasan yang membuat pengusaha jajanan tidak menerapkan proses produksi yang ramah lingkungan dalam proses produksinya. Acuan peneliti untuk menentukan ramah lingkungan atau tidak adalah istilah *Green Production* dan *Green Manufacturing*.

Green Production (Produksi atau Produktivitas Hijau) merupakan strategi yang digunakan dengan fungsi meningkatkan produktivitas bisnis serta kinerja lingkungan secara bersama-sama dalam pengembangan sosial ekonomi secara keseluruhan. Metode ini mengaplikasikan teknik, teknologi serta system

manajemen dengan tujuan untuk membuat suatu barang dan jasa yang ramah lingkungan (APO, 2003).

Green Manufacturing merupakan suatu gerakan baru dalam dunia industri untuk meminimalisir sampah atau gas buang yang dihasilkan dari proses produksi atau sering disebut “*zero emission strategy*”, yang memiliki konsep dasar “*we borrow the earth from our descendants*”. *Green Manufacturing* memiliki hubungan yang cukup erat dengan apa yang disebut Manufaktur Berkelanjutan atau biasa disebut *Sustainable Manufacturing* (SM). Sedangkan keberlanjutan tersebut diperoleh dengan menerapkan konsep *green* itu sendiri (Dornfeld, 2014).

Menurut Amaranti, et. al (2017), penyebab perusahaan kurang serius untuk menerapkan *Green Manufacturing* itu sendiri adalah karena adanya anggapan bahwa *Green Manufacturing* memiliki manfaat yang kurang signifikan serta membutuhkan biaya yang mahal dalam pengimplementasiannya.

Untuk mengetahui motivasi atau alasan bagi pemilik usaha mikro kuliner menerapkan atau tidak menerapkan *Green Production* atau proses produksi yang ramah lingkungan, peneliti menggunakan pendekatan *Theory of Planned Behaviour*.

Sebuah teori bernama *Theory of Reasoned Action* (TRA) menjelaskan tentang perilaku yang berubah berdasarkan hasil dari niat perilaku, dan niat perilaku dipengaruhi oleh norma sosial dan sikap individu terhadap perilaku (Eagle, et. al 2013,). Sehingga perilaku produsen jajanan yang tidak menerapkan proses produksi yang ramah lingkungan disebabkan oleh niat yang kurang untuk menerapkan proses produksi yang ramah lingkungan.

Menurut Ajzen (2002) "*Theory of Planned Behavior* (TPB)" menjelaskan bahwa perilaku yang ditentukan oleh individu timbul karena ada niat untuk berperilaku. Pada awalnya teori ini disebut *Theory of Reasoned Action* (TRA), yang muncul dan berkembang pada tahun 1967, hingga selanjutnya Icejk Ajzen dan Martin Fishbein merevisi dan memperluas teori tersebut.

Menurut Ajzen (1991) munculnya niat berperilaku ditentukan oleh tiga faktor penentu yaitu:

1. Sikap terhadap perilaku (*Attitude toward the behavior*) dimana seseorang melakukan penilaian atas sesuatu yang menguntungkan dan tidak menguntungkan.
2. Norma subyektif (*Subjective Norms*), hal tersebut mengacu pada tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan.

3. Persepsi pengendalian perilaku (*Perceived Behavioral Control*), yang mengacu pada persepsi kemudahan atau kesulitan melakukan perilaku, dan diasumsikan untuk mencerminkan pengalaman masa lalu sebagai antisipasi hambatan dan rintangan.

Menurut Barnet dan Persley (2004), sikap dan persepsi kontrol perilaku memiliki efek terbesar terhadap niat, dan norma subjektif memiliki sedikit efek. Selain itu menurut penelitian yang dilakukan Dharmmesta dan Khasanah (1999), niat dipengaruhi secara signifikan oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Demikian pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Nuary (2010), yang menyimpulkan semua variabel tersebut berpengaruh terhadap perilaku dalam adopsi *e-commerce* oleh UKM. Shaliha dan Widiastri (2013) menyimpulkan dalam penelitiannya bahwa Persepsi kontrol perilaku dan selanjutnya diikuti dengan sikap adalah faktor-faktor yang paling penting untuk memprediksi niat. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Anggraini (2018), yang menyimpulkan semua variabel tersebut berpengaruh positif terhadap niat untuk membeli makanan halal yang diujikan pada masyarakat di Surakarta.

Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis akan mengkaji dan meneliti motivasi serta niat pengusaha mikro kuliner menerapkan atau tidak menerapkan proses produksi yang ramah lingkungan, berdasarkan *Theory of Planned Behaviour* serta faktor-faktor yang mendukung teori tersebut sehingga dapat diketahui motif serta niat produsen tersebut untuk menerapkan atau tidak

menerapkan konsep ramah lingkungan dalam melakukan proses produksinya, maka dalam penelitian ini peneliti mengambil judul:

“Theory of Planned Behaviour : Pengujian Proses Produksi Berbasis Ramah Lingkungan Pada Usaha Mikro Kuliner di Kota Yogyakarta”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis akan mengemukakan pokok permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini, yaitu masih kurangnya niat pengusaha mikro kuliner untuk menerapkan proses produksi ramah lingkungan.

1.3. Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimanakah hubungan sikap terhadap niat pengusaha mikro kuliner untuk menerapkan proses produksi ramah lingkungan?
2. Bagaimanakah hubungan norma subjektif terhadap niat pengusaha mikro kuliner untuk menerapkan proses produksi ramah lingkungan?
3. Bagaimanakah hubungan persepsi kontrol perilaku terhadap niat pengusaha mikro kuliner untuk menerapkan proses produksi ramah lingkungan?
4. Bagaimanakah hubungan sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku secara bersama-sama terhadap niat pengusaha mikro kuliner untuk menerapkan proses produksi ramah lingkungan?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis bagaimana hubungan sikap terhadap niat pengusaha mikro kuliner untuk menerapkan proses produksi ramah lingkungan.
2. Untuk menganalisis bagaimana hubungan norma subjektif terhadap niat pengusaha mikro kuliner untuk menerapkan proses produksi ramah lingkungan.
3. Untuk menganalisis bagaimana hubungan persepsi kontrol perilaku terhadap niat pengusaha mikro kuliner untuk menerapkan proses produksi ramah lingkungan.

1.5. Batasan Penelitian

Penelitian ini lebih mengarah pada meneliti proses produksi dari setiap kegiatan yang dilakukan pengusaha mikro kuliner, sehingga hal yang diteliti tidak termasuk limbah atau residu serta *output* dari proses yang telah dilakukan.

1.6. Manfaat Penelitian

1. Bagi pedagang dan produsen mikro kuliner, penelitian ini dapat menjadi referensi dan pedoman untuk menerapkan proses produksi yang ramah lingkungan, sehingga dapat meningkatkan kualitas produk serta menghindari hal-hal yang tidak diinginkan bagi konsumen.

2. Bagi peneliti, penelitian ini melatih kemampuan peneliti dalam mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang telah didapat pada perkuliahan.
3. Bagi peneliti lain, penelitian ini dapat menjadi bahan informasi dan referensi bagi penelitian-penelitian sejenis di masa yang akan datang.
4. Bagi masyarakat, penelitian ini dapat meningkatkan kualitas kegiatan perekonomian yang ramah lingkungan, sehingga mengurangi adanya kasus-kasus yang merugikan.
5. Penelitian ini juga meningkatkan pengembangan ilmu yang ada, sehingga dapat membantu penelitian-penelitian selanjutnya serta pengembangan ilmu kedepannya.
6. Memberikan manfaat teoritis dengan memberikan sumbangan pemikiran dalam dunia pendidikan.