



COTTON USA™
THE COTTON THE WORLD TRUSTS

STUDI PENELITIAN ISU KEBERLANJUTAN

HASIL GLOBAL



UNTUK MEMPELAJARI LEBIH LANJUT, SILAHKAN KONTAK DENGAN PERWAKILAN CCI LOKAL ANDA. KLIK DISINI UNTUK MELIHAT DAFTAR PERWAKILAN PER WILAYAH.

STUDI PENELITIAN ISU KEBERLANJUTAN: HASIL GLOBAL

Perhatian dunia pada perubahan iklim membuat konsumen dengan informasi yang lebih baik mencari pangan organik dan diproduksi secara berkelanjutan, sumber energi terbarukan untuk rumah mereka, dan transportasi hemat bahan bakar. Namun apakah konsumen memiliki keinginan yang sama yaitu produk yang dihasilkan secara berkelanjutan untuk pakaian mereka? Dan bagaimana hal ini berdampak pada keputusan pembelian mereka? Pertanyaan-pertanyaan ini penting sejalan dengan dengan berbagai merek dan penjual ritel pakaian mulai memperhatikan dampak keberlanjutan pada suatu pasar dengan rantai pasokan yang rumit. Konsumen dengan mudah dapat menemukan apel organik di toko pangan atau mobil hibrida di penjual mobil, namun mampukah mereka mengetahui apakah pakaian yang mereka beli berasal dari sumber yang berkelanjutan? Dan lebih penting lagi, apakah mereka peduli?

Keberlanjutan didefinisikan oleh Gro Harlem Brundtland, Ketua Komite Lingkungan dan Pembangunan Dunia, sebagai “kemampuan untuk memenuhi kebutuhan masa sekarang tanpa mengkompromikan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka.” Merek dan penjual ritel di berbagai belahan dunia semakin mengambil peran aktif dalam gerakan keberlanjutan dengan menyediakan informasi bagi konsumen tentang sumber produk mereka. Namun, sejalan dengan merek dan penjual ritel melayani pelanggan yang lebih paham, penting untuk mengerti apa yang dipikirkan oleh konsumen menyangkut keberlanjutan, pentingnya inisiatif keberlanjutan dalam keputusan pembelian konsumen, dan tipe-tipe usaha keberlanjutan yang dicari konsumen.

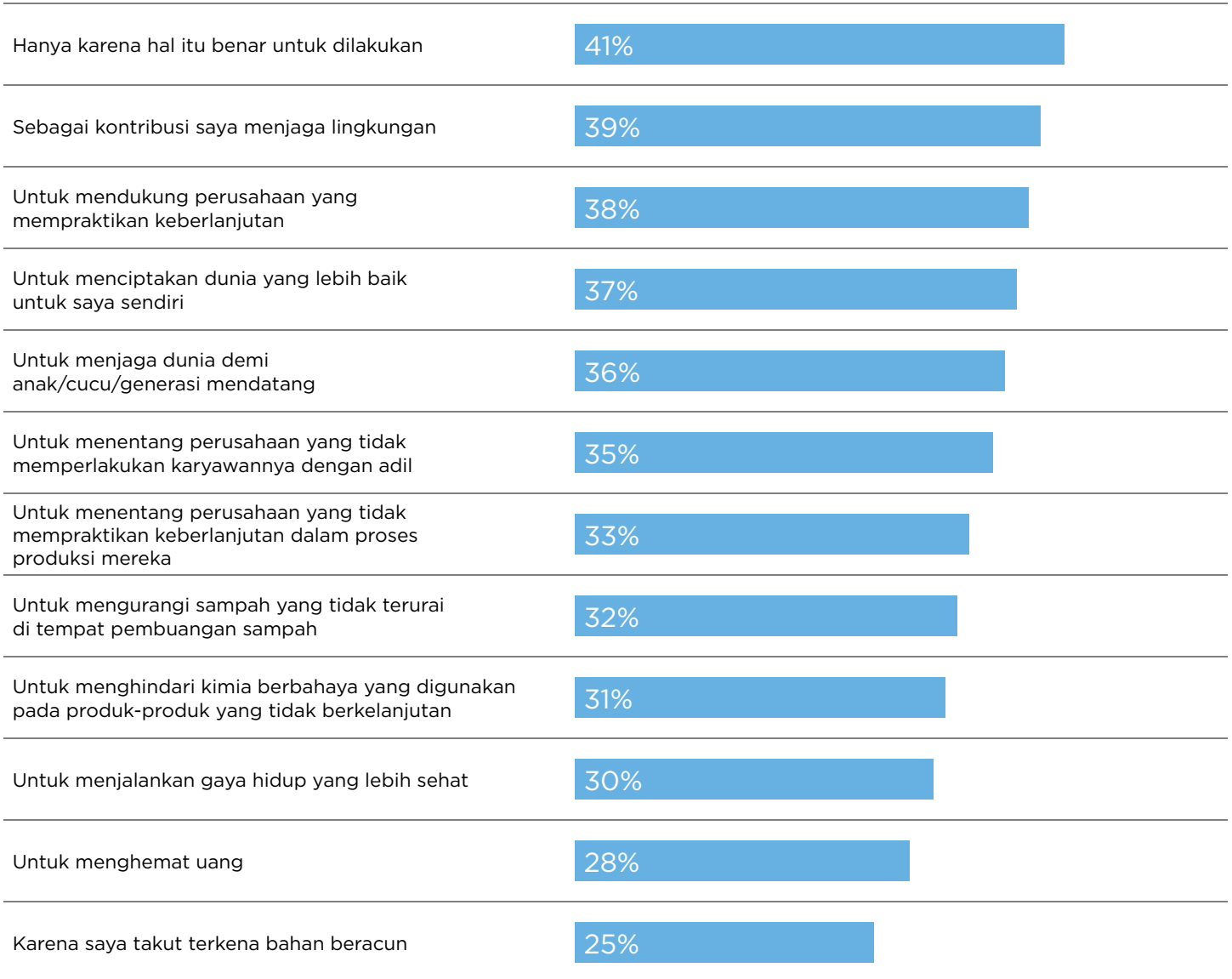
STUDI PENELITIAN ISU KEBERLANJUTAN: HASIL GLOBAL

Pada bulan Mei 2017, Harris Insights & Analytics melakukan sebuah survei konsumen global untuk lebih memahami pentingnya keberlanjutan bagi konsumen dan akibatnya pada keputusan pembelian mereka. Sejumlah 7.365 wawancara dilakukan di AS, Inggris, India, Jerman, Itali, Meksiko dan Cina (sedikitnya 1.000 wawancara di setiap negara). Hasilnya menyatakan bahwa 86% konsumen global peduli dengan keberlanjutan. Angka ini meningkat dari 57% responden yang menyatakan bahwa mereka menjadi lebih peduli dibandingkan tahun lalu.

Ketika konsumen paling peduli keberlanjutan pada pembelian pangan, peralatan dan kendaraan, sebanyak 61% peduli pada keberlanjutan ketika melakukan pembelian pakaian, dan dua-pertiga mengindikasikan bahwa mereka akan berusaha keras untuk mencari pakaian yang ramah-lingkungan. Konsumen melaporkan bahwa mereka peduli karena ingin mendukung perusahaan yang melakukan hal secara benar (38%) dan menentang perusahaan yang memperlakukan karyawannya secara tidak adil (35%) atau tidak menjalankan prinsip keberlanjutan pada proses produksinya (33%). Oleh karena itu, berbagai merk dan penjual ritel harus memiliki dan menjaga citra keberlanjutan yang kuat.

STUDI PENELITIAN ISU KEBERLANJUTAN: HASIL GLOBAL

Mengapa Keberlanjutan Mempengaruhi Pembelian Pakaian

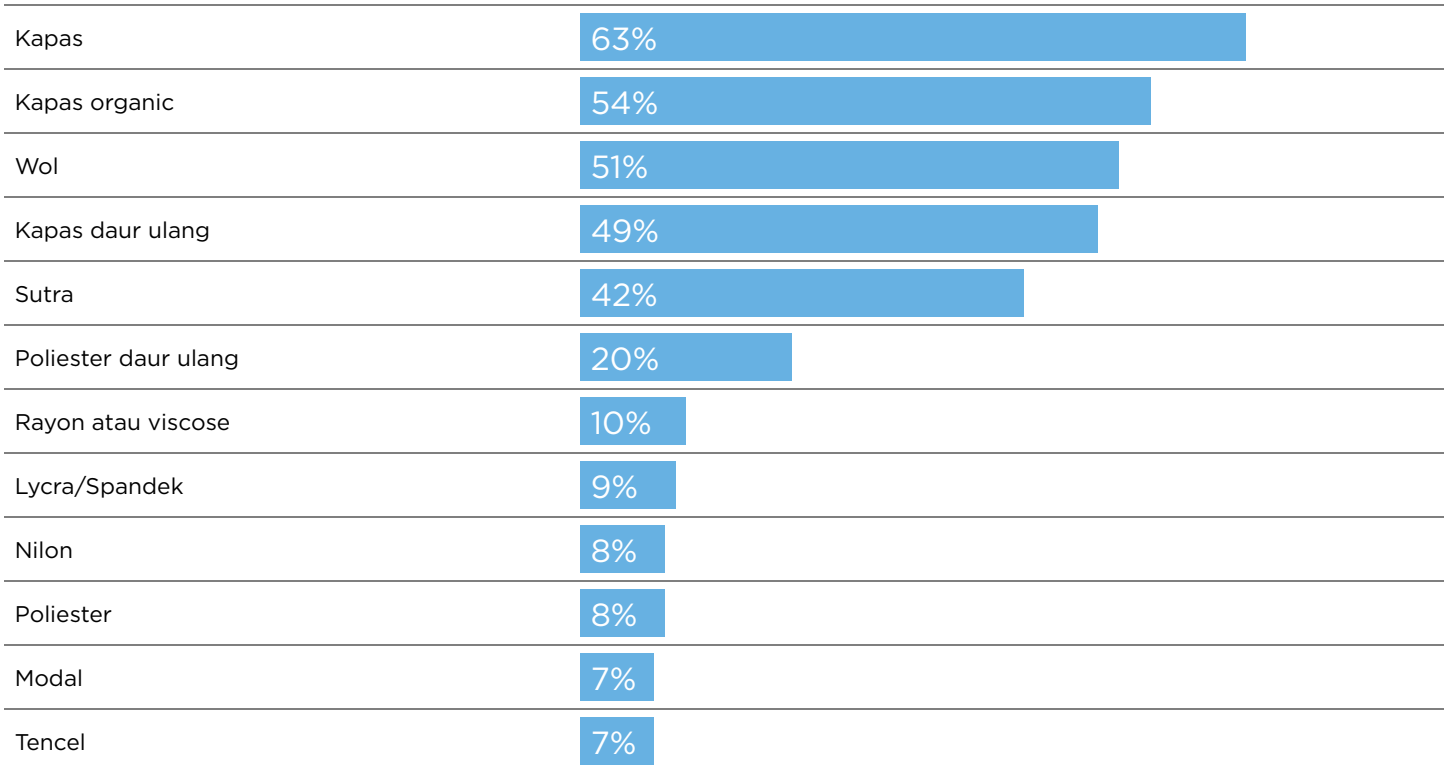


STUDI PENELITIAN ISU KEBERLANJUTAN: HASIL GLOBAL

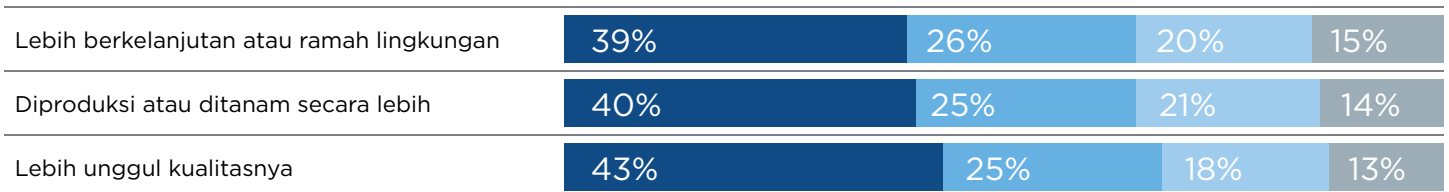
Satu cara untuk merek global dan penjual ritel terhubung dengan konsumen untuk isu keberlanjutan adalah dengan mempromosikan penggunaan kapas. Konsumen telah menghubungkan 100% kapas dengan keberlanjutan, lebih dari bahan lain, seperti wol, sutra, polyester, rayon atau spandek. Konsumen dengan pengetahuan yang baik menyebutkan isu terbesar adalah serat buatan karena sampah serat mikro sintetis di lautan. Namun, 83% konsumen percaya bahwa kapas aman untuk lingkungan, dimana kapas AS diperingkat tertinggi ramah lingkungan (69%), lebih sering dari kapas Australia (65%), India (64%), BCI (61%), Afrika (69%), China (56%) atau Uzbekistan (53%). Kapas AS dipandang lebih berkelanjutan (39%), diproduksi secara bertanggung jawab (40%), dan lebih tinggi kualitasnya (43%) dibandingkan dengan kapas yang dihasilkan di belahan dunia lainnya.

STUDI PENELITIAN ISU KEBERLANJUTAN: HASIL GLOBAL

Bahan yang Dianggap Diproduksi secara Berkelanjutan



“Kapas yang ditanam di AS _____ dibandingkan dengan kapas dari negara lain.”



Sangat/agak setuju
 Netral
 Tidak tahu
 Sangat/agak tidak setuju

KESIMPULAN

Secara menyeluruh, keberlanjutan semakin penting bagi konsumen. Penting bagi merk global dan penjual ritel untuk membedakan diri mereka sebagai perusahaan yang peduli pada keberlanjutan dan praktek tenaga kerja yang adil. Namun pertanyaannya adalah bagaimana melakukannya? Satu jawaban, berdasarkan penelitian ini, adalah aliansi yang lebih kuat dengan kapas, yang dianggap sebagai lebih berkelanjutan dibandingkan serat lain, dan khususnya kapas AS, yang dipandang secara global lebih positif ketimbang kapas dari wilayah lain di dunia.

UNTUK MEMPELAJARI LEBIH LANJUT, SILAHKAN KONTAK DENGAN PERWAKILAN CCI LOKAL ANDA. KLIK DISINI UNTUK MELIHAT DAFTAR PERWAKILAN PER WILAYAH.

CCI is an EEO employer and provider.

