

TUGAS AKHIR
ANALISIS RESPON DAN PERILAKU MASYARAKAT INDONESIA
TERHADAP PENGGUNAAN KANTONG BELANJA *BIO-DEGRADABLE*
SEBAGAI PENGGANTI KANTONG PLASTIK SEKALI PAKAI

**Diajukan Kepada Universitas Islam Indonesia untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Derajat Sarjana (S1) Teknik Lingkungan**



AULIA RIZQI YERIANINDA

17513004

PROGRAM STUDI TEKNIK LINGKUNGAN
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA

2021

TUGAS AKHIR

ANALISIS RESPON DAN PERILAKU MASYARAKAT INDONESIA TERHADAP PENGGUNAAN KANTONG BELANJA *BIO-DEGRADABLE* SEBAGAI PENGGANTI KANTONG PLASTIK SEKALI PAKAI

Diajukan Kepada Universitas Islam Indonesia untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Derajat Sarjana (S1) Teknik Lingkungan



AULIA RIZQI YERIANINDA

17513004

Disetujui,

Dosen Pembimbing:

Dr. Hijrah Purnama Putra, S.T., M.Eng
095130404

Tanggal: 11 Oktober 2021

Dr. Suphia Rahmawati, S.T., M.T
155131313

Tanggal: 11 Oktober 2021

Mengetahui,*

Ketua Prodi Teknik Lingkungan FTSP UII



Eko Siswyo, S.T., M.Sc.ES., Ph.D.
025100406

Tanggal: 25 Oktober 2021

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS RESPON DAN PERILAKU MASYARAKAT
INDONESIA TERHADAP PENGGUNAAN KANTONG
BELANJA *BIODEGRADABLE* SEBAGAI PENGGANTI
KANTONG PLASTIK SEKALI PAKAI**

Telah diterima dan disahkan oleh Tim Penguji

Hari: Senin

Tanggal: 25 Oktober 2021

Disusun Oleh:

Aulia Rizqi Yerianinda

17513004

Tim Penguji:

Dr. Hijrah Purnama Putra, S.T., M.Eng

()

Dr. Suphia Rahmawati, S.T., M.T

()

Dewi Wulandari, Ph.D.

()

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis laporan tugas akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk menyelesaikan studi akademik apapun, termasuk di Universitas Islam Indonesia dan di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis laporan tugas akhir ini merupakan penelitian saya sendiri, buah pikiran dari gagasan, rumusan saya sendiri, tanpa melibatkan pihak manapun kecuali masukan dan arahan dari dosen pembimbing.
3. Dalam karya tulis laporan tugas akhir ini tidak tercantum karya dan/atau pendapat dan gagasan yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali tertulis dengan jelas sebagai acuan dalam pembuatan karya tulis laporan tugas akhir dengan menuliskan nama pengarang dan dituliskan ke dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat secara sadar dengan sungguh-sungguh, apabila di hari kemudian didapatkan kesalahan dan penyimpangan dalam pernyataan ini, maka saya siap mendapatkan sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta hukuman sanksi lainnya sesuai dengan ketentuan peraturan yang berlaku di perguruan tinggi.

Yogyakarta, 9 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan,



Aulia Rizqi Yerianinda

17513004

PRAKATA

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT yang senantiasa selalu memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga dapat terselesaikannya Tugas Akhir dengan judul **Analisis Respon dan Perilaku Masyarakat Indonesia Terhadap Kantong Belanja Bio-degradable sebagai Pengganti Kantong Plastik Sekali Pakai**. Pembuatan laporan tugas akhir ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan program pendidikan Strata Satu (S1) pada Program Studi Teknik Lingkungan Universitas Islam Indonesia.

Dalam penyusunan laporan tugas akhir ini tentunya penulis mendapatkan banyak dukungan berupa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak baik dukungan moral maupun spiritual, sehingga hambatan serta rintangan yang penulis hadapi pada akhirnya dapat dilalui. Oleh sebab itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan ilmu pengetahuan, kesehatan, kelancaran, dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi tugas akhir ini.
2. Bapak Hijrah Purnama Putra, S.T., M.Eng selaku Dosen Pembimbing I Tugas Akhir
3. Ibu Dr. Suphia Rahmawati S.T., M.T., selaku Dosen Pembimbing II Tugas Akhir.
4. Kedua orangtua dan keluarga penulis, yang tiada henti memberikan dukungan berupa doa, kepercayaan, kasih sayang secara penuh terhadap semua keputusan yang telah penulis putuskan selama proses penyelesaian penulisan laporan ini.
5. Seluruh dosen, staff, dan Keluarga Besar Program Studi Teknik Lingkungan, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan, UII. Terima kasih atas bantuan, pengajaran, dan pengalaman yang telah diberikan.

6. Khoirul Wiwit Adi Djaya dan Novika Arthyasantidewi yang selalu memberi semangat dan bantuan selama penelitian berlangsung.
7. Teman dalam proses pengerjaan laporan tugas akhir Venny, Fani, dan Ridhoka.
8. Teman – teman Angkatan 2017 Program Studi Teknik Lingkungan
9. Seluruh pihak yang bersedia sebagai responden pada penelitian ini.
10. Semua pihak yang telah ikut memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis untuk menyelesaikan laporan tugas akhir skripsi ini.

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan di dalam laporan tugas akhir skripsi ini. Hal tersebut terjadi sebab luputnya penulis dari kesalahan dan keterbatasan ilmu dan pengetahuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis berharap adanya masukan kritik maupun saran yang dapat membantu demi kemajuan penulis dan kelayakan laporan ini. Semoga laporan tugas akhir skripsi ini dapat digunakan sebaik mungkin penulis dan semua pihak.

Yogyakarta, 9 Agustus 2021

Penulis,



(Aulia Rizqi Yerianinda)

ABSTRAK

Aulia Rizqi Yerianinda. Analisis Respon dan Perilaku Masyarakat Indonesia Terhadap Kantong Belanja Bio-degradable sebagai Pengganti Kantong Plastik Sekali Pakai. Dibimbing Oleh Hijrah Purnama Putra, S.T., M.Eng dan Dr. Suphia Rahmawati, S.T., M.T.

Keberadaan sampah plastik saat ini menjadi permasalahan utama di dunia. Jumlah produksi plastik di dunia terus mengalami peningkatan. Pada tahun 2015, jumlah tersebut meningkat hingga mencapai 6,3 miliar metric ton per tahunnya. Pemerintah berupaya mengatur tentang kebijakan kantong plastik sebagaimana yang diatur dalam PerMenLHK No.P75 tahun 2019 tentang Peta Jalan Pengurangan Sampah oleh Produsen. Solusi yang dapat dilakukan adalah dengan mengganti kantong plastik sekali pakai dengan kantong belanja *biodegradable*. Masyarakat membutuhkan sosialisasi sebagai upaya peralihan kantong plastik sekali pakai menjadi kantong belanja *biodegradable*. Sosialisasi dapat berpengaruh pada keyakinan individu, sehingga dapat menentukan sikap dan perilaku masyarakat yang diukur melalui aspek *kognitif*, *afektif*, dan *behavioral*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui respon, perilaku, dan tingkat penggunaan kantong belanja *biodegradable* sebagai pengganti kantong plastik sekali pakai. Metode analisis data yaitu dengan analisis deskriptif, analisis korelasi, dan analisis komparatif. Nilai persentase pada tingkat respon pemilik usaha dan konsumen terlihat signifikan pada tingkat respon “sedang”. Hal ini dapat disimpulkan bahwa masyarakat hanya mengetahui tetapi belum memiliki pengalaman yang cukup terhadap penggunaan kantong *biodegradable*. Pemilik usaha masih memiliki perilaku pada tingkat kurang baik. Hal ini dapat disebabkan oleh adanya kendala dari aspek ekonomi ataupun individu. Konsumen memiliki tingkat perilaku “baik” yang menandakan bahwa konsumen apabila sudah mulai memiliki kesadaran akan kebijakan penggunaan kantong plastik. Hal ini dapat disimpulkan konsumen lebih mudah untuk menerima dengan perilaku positif penggantian kantong *biodegradable* dibandingkan pemilik usaha.

Dapat disimpulkan bahwa pemilik usaha dan konsumen sudah memiliki upaya untuk beralih ke kantong *biodegradable*, akan tetapi memungkinkan adanya kendala yang sedikit menghambat untuk melakukan penggantian kantong *biodegradable*.

Kata kunci : Biodegradable, Kantong Plastik, Perilaku, Tingkat Penggunaan, Respon.



ABSTRACT

Aulia Rizqi Yerianinda. Response and Behavior Analysis of Indonesian People to Bio-degradable Shopping Bag as a Substitute to Single Use Plastic Bag . Supervised by Hijrah Purnama Putra, S.T., M.Eng and Dr. Suphia Rahmawati, S.T., M.T.

The existence of plastic waste is currently a major problem in the world. The amount of plastic production in the world continues to increase. In 2015, this number increased to reach 6.3 billion metric tons per year. The government is trying to regulate the plastic bag policy as regulated in PerMenLHK No.P75 of 2019 concerning the Roadmap for Reducing Waste by Producers. The solution that can be done is to replace single-use plastic bags with biodegradable shopping bags. The community needs socialization as an effort to change single-use plastic bags into biodegradable shopping bags. Socialization can affect individual beliefs, so that it can determine people's attitudes and behavior as measured through cognitive, affective, and behavioral aspects. The purpose of this study was to determine the response, behavior, and level of use of biodegradable shopping bags as a substitute for single-use plastic bags. Methods of data analysis are descriptive analysis, correlation analysis, and comparative analysis. The percentage value on the response level of business owners and consumers looks significant at the "medium" response level. It can be concluded that the community only knows but does not have sufficient experience with the use of biodegradable bags. Business owners still have behavior at a less than good level. This can be caused by constraints from the economic or individual aspects. Consumers have a "good" level of behavior which indicates that consumers have started to have awareness of the policy of using plastic bags. It can be concluded that it is easier for consumers to accept the positive behavior of replacing biodegradable bags than business owners. It can be concluded that business owners and consumers have made efforts to switch to biodegradable bags, but there may be obstacles that slightly hinder the replacement of biodegradable bags.

Keywords: *Biodegradable, Plastic Bags, Behaviour, Usage Rate, Response.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	i
PRAKATA	ii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	i
DAFTAR GAMBAR	i
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian	3
1.5. Ruang Lingkup Penelitian	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1. Kantong plastik	4
2.2. Kantong Plastik Biodegradable	5
2.3. Respon dan Perilaku	6
2.3.1. Respon	6
2.3.2. Perilaku	7
2.4. Penelitian terdahulu	8
BAB III METODE PENELITIAN	11
3.1. Tahap Penelitian	11
3.2. Waktu dan Lokasi	12
3.3. Jenis dan Variabel Penelitian	12
3.4. Metode Pengumpulan Data	12
3.4.1. Data primer	13
3.4.2. Data Sekunder	20
3.5. Metode Analisis Data	20
3.5.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	22
3.5.2. Uji Normalitas	23
3.5.3. Analisis data deskriptif	24

3.5.4. Uji Korelasi	25
3.5.5. Uji komparatif/uji beda	26
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	28
4.1. Populasi dan Sampel	28
4.2. Deskripsi Data Subjek	29
4.1.1. Kategorisasi Responden.....	29
4.1.2. Identitas Responden.....	30
4.3. Analisis Deskriptif.....	34
4.2.1. Pengetahuan Lingkungan.....	34
4.2.2. Pengetahuan produk.....	38
4.2.3. Tingkat Respon Masyarakat	41
4.2.4. Kebiasaan menggunakan produk (<i>habitual behavior</i>).....	43
4.2.5. Sikap terhadap kantong plastik	47
4.2.6. Tingkat Perilaku Masyarakat	52
4.2.7. Faktor Penggunaan Kantong <i>Biodegradable</i>	54
4.2.8. Kesiapan Penggunaan Kantong Biodegradable	57
4.2.9. Upaya yang dapat dilakukan.....	60
4.2.10. Tingkat Penggunaan Kantong <i>Biodegradable</i>	62
4.3. Uji Korelasi	64
4.3.1. Hubungan antara Indikator pengetahuan lingkungan dengan pengetahuan produk.....	64
4.3.2. Hubungan Indikator kebiasaan dan sikap masyarakat	65
4.3.3. Hubungan indikator pengetahuan lingkungan dengan variabel perilaku	66
4.3.4. Hubungan Variabel Respon dengan Variabel Perilaku	67
4.3.5. Hubungan Variabel Respon dengan Variabel Penggunaan	67
4.3.6. Hubungan Variabel Perilaku dan Variabel Penggunaan.....	68
4.4. Uji Komparatif	68
4.4.1. Perbedaan Berdasarkan Kategori Responden	68
4.4.2. Perbedaan Respon,Perilaku, dan Penggunaan Kantong <i>Biodegradable</i>	70
4.4.3. Perbedaan Respon,Perilaku, dan Penggunaan Kantong <i>Biodegradable</i> antara Pemilik Usaha dan Konsumen Berdasarkan Usia.....	72

4.4.4. Perbedaan Respon, Perilaku, dan Penggunaan Kantong <i>Biodegradable</i> antara Pemilik Usaha dan Konsumen Berdasarkan Asal Wilayah	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1. Kesimpulan.....	75
5.2. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	83



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1. Penilaian skala likert	16
Tabel 3. 2. Distribusi item pertanyaan multiple choice.....	16
Tabel 3. 3. Penilaian Skala Guttman	17
Tabel 3. 4. Instrumen Penelitian.....	18
Tabel 3. 5. Uji Normalitas Data.....	24
Tabel 3. 6. Tingkat kategorisasi	25
Tabel 4. 1. Uji Komparatif Berdasarkan Kategori Responden.....	69
Tabel 4. 2. Uji Komparatif Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
Tabel 4. 3. Uji Komparatif berdasarkan Usia.....	72
Tabel 4. 4. Uji Komparatif berdasarkan Asal Wilayah	73



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1. Diagram alir penelitian	11
Gambar 3. 2. Diagram Alir Analisis Data	21
Gambar 4. 1. Diagram kategori responden.....	29
Gambar 4. 2. Grafik Jenis kelamin	30
Gambar 4. 3. Grafik Usia.....	31
Gambar 4. 4. Grafik Asal Wilayah	33
Gambar 4. 5. Diagram Pengetahuan Dampak Negatif	35
Gambar 4. 6. Diagram Pengetahuan Prinsip 3R.....	37
Gambar 4. 7. Pengetahuan Produk Alternatif.....	39
Gambar 4. 8. Diagram Pengetahuan Sumber Informasi	40
Gambar 4. 9. Diagram persentase tingkat respon pemilik usaha dan konsumen	42
Gambar 4. 10. Diagram Jenis Kantong yang Digunakan	44
Gambar 4. 11. Diagram Persentase Alasan Pemilik Usaha Menggunakan Kantong Plastik Sekali Pakai	45
Gambar 4. 12. Diagram Persentase Alasan Konsumen Menggunakan Kantong Plastik Sekali Pakai	46
Gambar 4. 13. Diagram Sikap Masyarakat terhadap Kantong Plastik	48
Gambar 4. 14. Diagram Cara Pemilik Usaha Menggunakan	49
Gambar 4. 15. Diagram Cara Konsumen Menggunakan Kantong Plastik.....	50
Gambar 4. 16. Diagram Jumlah Kantong yang digunakan Pemilik Usaha	51
Gambar 4. 17. Diagram Jumlah Kantong yang digunakan Konsumen	52
Gambar 4. 18. Diagram Tingkat Perilaku Masyarakat terhadap Penggunaan Kantong Belanja Biodegradable	53
Gambar 4. 19. Diagram Kendala Pemilik Usaha dalam Penggunaan Kantong Belanja Biodegradable	55
Gambar 4. 20. Diagram Kendala Konsumen dalam Menggunakan Kantong Belanja Biodegradable	55
Gambar 4. 21. Diagram Biaya Kantong Belanja yang diharapkan Pemilik Usaha	56
Gambar 4. 22. Diagram Biaya Kantong Belanja yang diharapkan Konsumen ...	57
Gambar 4. 23. Grafik Kebijakan yang Pemilik Usaha dan Konsumen ketahui ..	59
Gambar 4. 24. Diagram Upaya Pemilik Usaha	60
Gambar 4. 25. Diagram Upaya Konsumen.....	61
Gambar 4. 26. Grafik tingkat penggunaan	62

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Keberadaan sampah plastik saat ini menjadi permasalahan utama di dunia. Jumlah produksi plastik di dunia terus mengalami peningkatan. Pada tahun 2012, jumlah produksi plastik di dunia mencapai 288 juta metric ton per tahun (Jambeck et al,2015). Pada tahun 2015, jumlah tersebut meningkat hingga mencapai 6,3 miliar metric ton per tahunnya. Sampah plastik yang akan mengalami proses daur ulang hanya sebesar 9% dan 80% lainnya akan terakumulasi dan menumpuk di darat maupun lautan (Geyer et al,2017).

Indonesia menjadi negara nomor dua di dunia sebagai kontributor sampah plastik di lautan. Sampah yang dibuang ke laut memiliki laju 0,52 kg sampah/orang/hari atau setara dengan 3,22 MMT/Tahun (Jambeck et al,2015). Indonesia mengalami peningkatan jumlah sampah sebesar 38 juta ton/tahun. Sebanyak 30% sampah tersebut merupakan jenis sampah plastik. Data tersebut menunjukkan bahwa tingkat konsumsi plastik di Indonesia masih tinggi. Hal ini dapat menjadi koreksi dan evaluasi bagi masyarakat Indonesia. sebab Situasi tersebut akan menuntut masyarakat Indonesia untuk ikut berpartisipasi dalam upaya pengelolaan sampah plastik. Saat ini Pemerintah berkomitmen akan mengurangi sampah dengan mengadakan program 3R (*Reduce, Reuse, dan Recycle*) sebanyak 30% dan khusus sampah plastik akan ditetapkan target penurunan hingga 70% pada tahun 2025 mendatang (Hendiarti,2018).

Pemerintah berupaya mengatur tentang kebijakan kantong plastik sebagaimana yang diatur dalam PerMenLHK No.P75 tahun 2019 tentang Peta Jalan Pengurangan Sampah oleh Produsen. Kebijakan ini bermaksud untuk meminimalisir dampak buruk yang berkelanjutan. Peraturan tersebut mengatur bahwa per tanggal 1 Januari 2030, setiap ritel atau jasa makanan dan minuman yang menjadi sumber terbesar penghasil kantong plastik secara efektif diberlakukan kebijakan pelarangan penggunaan kantong

sekali pakai. Pembuatan kebijakan ini dilakukan agar dapat memudahkan pemerintah dalam mengontrol setiap kegiatan yang menggunakan kantong plastik sekali pakai.

Peraturan yang dibuat perlu diimbangi dengan solusi alternatif. Solusi yang dapat dilakukan adalah dengan mengganti kantong plastik sekali pakai dengan kantong belanja *biodegradable*. Pada tahun 2010, kebutuhan kantong *biodegradable* mengalami peningkatan mencapai 1,2 juta ton. Perbedaan kantong *biodegradable* dengan kantong sekali pakai yaitu dapat terdegradasi lebih cepat menjadi air dan gas karbondioksida dengan bantuan mikroorganisme sehingga layak dibuang ke lingkungan (Pranamuda,2001).

Masyarakat membutuhkan sosialisasi sebagai upaya peralihan kantong plastik sekali pakai menjadi kantong belanja *biodegradable*. Sosialisasi dapat berpengaruh pada keyakinan individu, sehingga dapat menentukan sikap dan perilaku masyarakat (Waskito dan Harsono,2012). Oleh karena itu, studi ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis respon dan perilaku masyarakat Indonesia terhadap penggunaan kantong belanja *biodegradable* sebagai pengganti kantong plastik sekali pakai dengan metode penelitian yang dilakukan.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana respon masyarakat Indonesia terhadap penggunaan kantong belanja *biodegradable* sebagai pengganti kantong plastik sekali pakai?
2. Bagaimana perilaku masyarakat Indonesia terhadap penggunaan kantong belanja *biodegradable* sebagai pengganti kantong plastik sekali pakai ?
3. Bagaimana penggunaan kantong belanja *biodegradable* sebagai pengganti kantong plastik sekali pakai?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui respon dari masyarakat Indonesia terhadap penggunaan kantong belanja *biodegradable* sebagai pengganti kantong plastik sekali pakai
2. Mengetahui perilaku dari masyarakat Indonesia terhadap penggunaan kantong belanja *biodegradable* sebagai pengganti kantong plastik sekali pakai
3. Mengetahui tingkat penggunaan kantong belanja *biodegradable* sebagai pengganti kantong plastik sekali pakai

1.4. Manfaat Penelitian

1. Memberikan informasi dan edukasi masyarakat luas mengenai kantong belanja *biodegradable*.
2. Mempersiapkan masyarakat terhadap perubahan kebiasaan penggunaan kantong belanja sekali pakai menjadi kantong belanja *biodegradable*.
3. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan kajian dan referensi studi banding dalam rangka penelitian lebih lanjut.

1.5. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini antara lain,yaitu :

1. Penelitian ini mengkaji tingkat respon, perilaku, dan penggunaan kantong belanja *biodegradable* masyarakat Indonesia.
2. Responden pada penelitian ini merupakan masyarakat Indonesia tanpa batasan wilayah tertentu.
3. Alat ukur penelitian berupa kuesioner (*tools*) dalam bentuk *Google Form* dan disebarakan secara *online* melalui media sosial seperti Whatsapp, Line, Instagram, dan Tiktok.
4. Pengambilan dan pengumpulan data dilakukan selama 1 minggu.
5. Pada penelitian ini tidak dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas pada *tools*.
6. Populasi ditentukan sesuai dengan jumlah responden yang masuk dalam *Google Form*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kantong plastik

Plastik merupakan benda yang didalamnya terkandung beberapa unsur organik seperti karbon (C), Hidrogen (H), Nitrogen (N), Klorin (Cl), dan Sulfur (S). Sifatnya hampir menyerupai kayu, tanduk hewan, dan rosin. Plastik merupakan polimer yang berbentuk seperti rantai panjang yang menyulitkan plastik untuk dapat didegradasi dengan baik oleh mikroorganisme tanah. Setiap rantai polimernya terbentuk dari karbon, hydrogen, oksigen dan silicon. Kantong plastik biasanya terbuat dari hasil samping produksi minyak, gas, dan batu bara yang kemudian membentuk menjadi senyawa etilen. Etilen yang terbentuk kemudian diubah menjadi polimer yang disebut sebagai *polyethylene* atau *polythene* yang kemudian dijadikan sebagai bahan baku pembuatan barang termasuk pembuatan kantong plastik sekali pakai (Gogte,2009).

Kurang bijaknya masyarakat menggunakan kantong plastik sekali pakai akan berdampak pada keadaan lingkungan sekitar. Misalnya, dapat memicu tersumbatnya selokan, sungai, atau badan air lainnya. Selain dapat mencemari ekosistem perairan, plastik yang menumpuk di wilayah perairan juga dapat menyebabkan dampak negatif bagi biotanya. Hal ini sering ditunjukkan dengan adanya ikan yang didalam tubuhnya terdapat sampah plastik. Sifat toksik plastik juga dapat berpengaruh pada penggunaan kantong plastik sekali pakai sebagai bungkus makanan. Tanpa disadari sifat toksik plastik akan berpindah ke makanan yang dikonsumsi oleh manusia. Akibatnya, manusia yang mengkonsumsi makanan melalui plastik tersebut dapat berpotensi mengalami gangguan kesehatan (Schwarz,Boukris & Harmelen,2019).

Keberadaan sampah plastik di Indonesia saat ini sangat mengkhawatirkan. Diperlukan suatu usaha, kepedulian, dan kesadaran yang tinggi dari masyarakat Indonesia akan sampah plastik ini. Kurang bijaknya masyarakat Indonesia akan penggunaan kantong plastik sekali pakai ini akan terus menjadi permasalahan utama terjadinya kerusakan lingkungan yang

ditimbulkan dari menumpuknya sampah plastik di Indonesia. Proses penguraian sampah kantong plastik sekali pakai di lingkungan dapat membutuhkan waktu lama yang diketahui mencapai puluhan hingga ratusan tahun. Dalam konteks masalah banyaknya sampah yang menimbulkan kerusakan lingkungan dan kesehatan, kebanyakan orang menyalahkan orang lain akan masalah tersebut. Tanpa mereka sadari mereka sendirilah pelaku utama masalah yang muncul. Kerusakan lingkungan harus menjadi perhatian utama kita. Telah banyak upaya yang dilakukan masyarakat untuk menyelesaikan masalah ini, namun belum banyak membuahkan hasil (Suryani,2017).

2.2. Kantong Plastik *Biodegradable*

Semakin berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi, para peneliti dan ilmuwan terus mencoba menciptakan suatu inovasi baru guna menangani permasalahan sampah di dunia. Hingga akhirnya, ditemukan salah satu solusi alternatif untuk menggantikan keberadaan kantong belanja sekali pakai. Inovasi tersebut berupa kantong belanja *biodegradable*, yang mana kantong belanja tersebut dinilai baik untuk kelestarian lingkungan. Kantong belanja *biodegradable* ini terbuat dari bahan alami yang dapat terurai di lingkungan dalam waktu yang singkat. Polimer alami seperti selulosa, pati, dan lemak merupakan bahan baku pembuatan plastik *biodegradable* ini. Selain itu, *Poly Lactic Acid* juga merupakan bahan utama dalam pembuatan plastik *biodegradable* (Susanti et al,2015).

Biodegradable terdiri dari tiga kata yaitu *bio* yang memiliki arti makhluk hidup, *degra* yang berarti terurai, dan *able* berarti dapat. Sehingga, *biodegradable* dapat diartikan sebagai sesuatu yang terbuat dari makhluk hidup yang dapat terurai dengan mudah di lingkungan dengan bantuan mikroorganisme. Film *biodegradable* dapat dimanfaatkan sebagai kemasan karena film *biodegradable* memiliki salah satu kelebihan yaitu sulit tembusnya uap air yang ada (Sanjaya,2009). Bakteri *pseudomonas* dan *bacillus* dengan mudah mengurai plastik *biodegradable* karena dapat memutus rantai polimer plastik menjadi monomer-monomernya. Hasil degradasi polimer oleh mikroorganisme tersebut kemudian menghasilkan karbon dioksida, air, dan

senyawa organik lain seperti asam organik dan aldehid. Senyawa-senyawa tersebut tentu tidak berbahaya bagi lingkungan karena sifatnya yang alami. Apabila kantong biodegradable dibakar juga tidak menimbulkan senyawa kimia berbahaya, bahkan kualitas tanah dapat meningkat dengan adanya penguraian plastik biodegradable oleh mikroorganisme dikarenakan unsur hara di dalam tanah meningkat pula. Perbandingan signifikan terlihat jelas dari waktu yang dibutuhkan plastik sekali pakai dan kantong biodegradable untuk terurai di lingkungan. Kantong plastik sekali pakai membutuhkan waktu penguraian minimal selama 50 tahun, sedangkan kantong belanja *biodegradable* membutuhkan waktu lebih cepat (Rinaldi dan Gita, 2014). Kantong *biodegradable* merupakan kantong yang terbuat dari bahan yang dapat diperbaharui, sehingga harganya sedikit lebih mahal. Akan tetapi, kantong *biodegradable* memiliki sifat ramah lingkungan (dapat terdegradasi oleh alam dalam waktu yang singkat sekitar 3-6 bulan), selain itu emisi karbon yang dihasilkan lebih rendah daripada plastik konvensional (Elmi, 2017). Kantong *biodegradable* memiliki potensi pengembangan sebagai pengganti kantong plastik konvensional karena tidak memerlukan adanya teknologi pengolahan secara langsung. Apabila kantong *biodegradable* menumpuk di Tempat Pembuangan Akhir (TPA), maka akan dengan mudah terurai dengan sendirinya dilingkungan dengan bantuan mikroorganisme didalamnya.

2.3. Respon dan Perilaku

2.3.1. Respon

Respon atau tanggapan merupakan bentuk nyata yang didapatkan dari hasil pengamatan mengenai subjek atau suatu peristiwa. Respon atau tanggapan juga dapat diartikan sebagai kesimpulan dari suatu informasi atau penafsiran dari pesan-pesan yang ada dan mempengaruhi diri seseorang (Jalaludin, 1999).

Respon dapat berupa reaksi penolakan atau persetujuan yang ada didalam diri seseorang setelah menerima pernyataan mengenai suatu hal. Respon juga merupakan bentuk tanggapan, reaksi, atau jawaban yang muncul untuk menyikapi sesuatu. Terbentuknya respon dapat muncul

karena adanya subjek yang dianggap menarik oleh seseorang. Biasanya, respon bisa muncul dalam dua bentuk yang berbeda yaitu rasa senang dan rasa tidak senang. Respon juga dapat berupa kritikan dan saran akan suatu hal yang terjadi. Adanya respon pada masing-masing individu merupakan hal yang sulit dimengerti dikarenakan beberapa faktor yang mempengaruhi munculnya respon pada tiap individu juga berbeda. Kedua faktor yang sangat berpengaruh terhadap munculnya respon seseorang terhadap sesuatu yaitu adalah pendidikan dan pengalaman (Sarwono,1991).

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Steven M.Chaffe respon dapat dibagi menjadi tiga yaitu :

1. Kognitif, yaitu respon yang muncul akibat adanya pengetahuan, keterampilan, dan informasi seseorang terhadap sesuatu.
2. Afektif, yaitu respon yang berhubungan dengan emosi, sikap, dan menilai seseorang terhadap sesuatu.
3. Behavioral, yaitu respon yang berhubungan dengan perilaku nyata meliputi tindakan atau kebiasaan yang dilakukan oleh individu (Jalaludin,2004).

2.3.2. Perilaku

Perilaku adalah fungsi dari integrasi antara perseorangan atau individu dengan lingkungan sekitarnya. Karakter seseorang yang berbeda-beda merupakan hal yang wajar. Dalam kehidupannya, perilaku manusia memiliki korelasi yang kuat dengan keadaan lingkungan yang ada disekitarnya. Perilaku juga merupakan upaya seseorang untuk mengatur diri, menyeleksi, memanfaatkan, dan menciptakan lingkungan yang mendukung seseorang tersebut dalam melakukan sesuatu (M.Nur Ghufroon,2011).

Faktor yang mempengaruhi lingkungan dapat berasal dari dua sumber. Sumber yang pertama berasal dari individu dan yang kedua adalah faktor yang timbul dari luar individu tersebut. Faktor individu ini meliputi pengetahuan, sikap, keterampilan, motivasi, *locus of control*, dan lain sebagainya yang ada didalam diri seseorang tersebut. Sedangkan, faktor

yang ada di luar individu meliputi kondisi ekonomi, lingkungan, budaya, dan lain sebagainya yang dapat menimbulkan pengaruh besar bagi kehidupan individu tersebut (Desalanie,2011).

Upaya yang dapat dilakukan untuk merubah perilaku seseorang yaitu salah satunya dengan melakukan kegiatan sosialisasi. Sosialisasi dipercaya sebagai strategi paling ampuh untuk dapat menanamkan pengetahuan seseorang terhadap sesuatu secara terus-menerus sehingga dalam kurun waktu tertentu individu tersebut dapat terpengaruh. Pengetahuan merupakan hal mendasar untuk merubah perilaku seseorang karena melalui pengetahuan tersebut seseorang dapat menyikapi dan menanggapi sesuatu yang menurutnya baik atau kurang baik (Sumarwan et al,2012)

2.4. Penelitian terdahulu

Pada penelitian ini disajikan penelitian terdahulu sebagai data sekunder penelitian yang dilakukan. Berikut ini penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang saat ini dilakukan :

Tabel 2. 1.Perbandingan penelitian terdahulu dan penelitian sekarang

No	Deskripsi	Anisa dan Yosini (2021)	Penelitian sekarang
1	Topik penelitian	Hubungan Pengetahuan dengan Perilaku Penggunaan Green Packaging di Masyarakat DKI Jakarta	Analisis respon dan perilaku masyarakat Indonesia terhadap kantong belanja <i>biodegradable</i>
2	Objek penelitian	<i>Green packaging</i>	Kantong belanja <i>Biogradable</i> (organik)
3	Tujuan penelitian	Mengetahui hubungan pengetahuan dengan perilaku penggunaan green packaging pada masyarakat DKI Jakarta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui respon masyarakat Indonesia terhadap penggunaan kantong belanja <i>Biodegradable</i>, 2. Mengetahui perilaku masyarakat Indonesia terhadap penggunaan kantong belanja <i>Biodegradable</i>, 3. Mengetahui tingkat penggunaan kantong belanja <i>Biodegradable</i>

الجمعة، الأستد الأندو
 الجمعة، الأستد الأندو

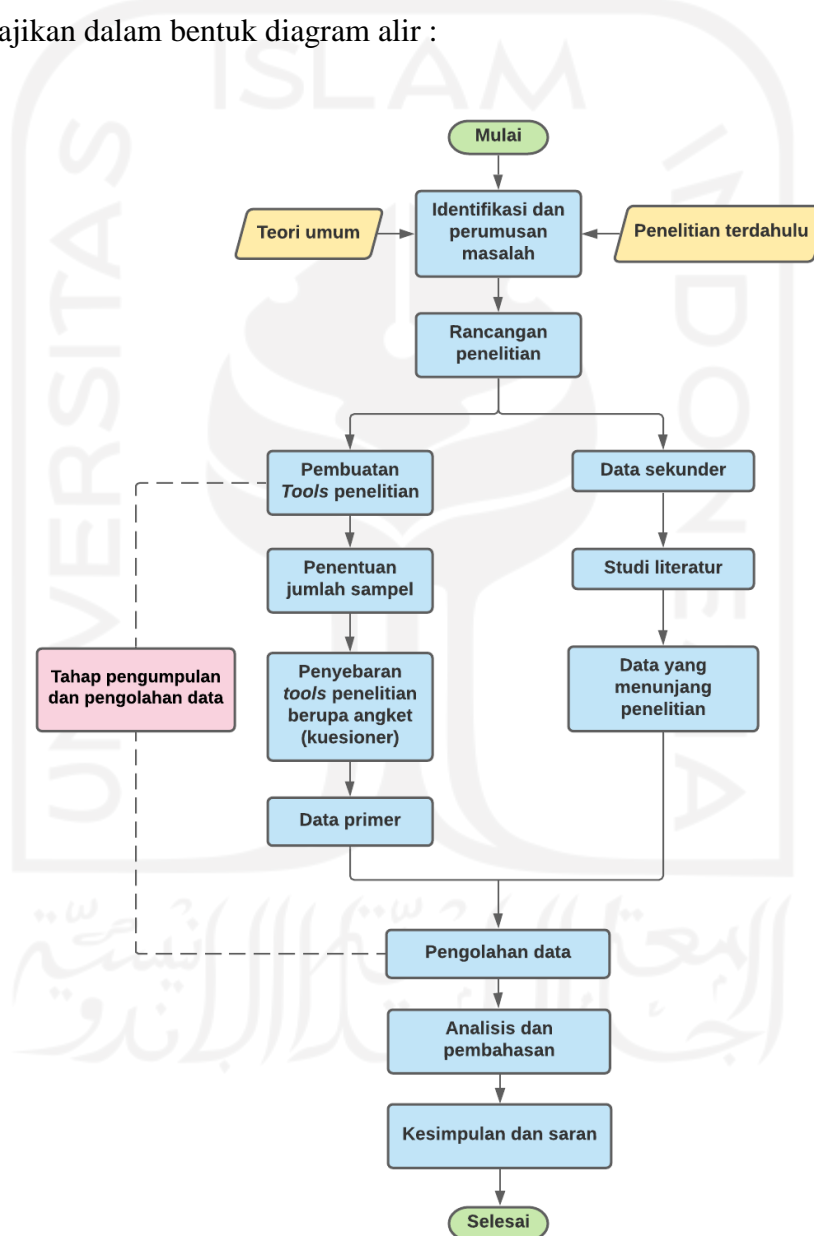
4	Metode penelitian	Survei (penyebaran kuesioner) dan wawancara	Survei (penyebaran kuesioner online)
5	<i>Output</i> penelitian	Hasil uji penelitian	Hasil penelitian dan hipotesis
6	<i>Outcome</i> penelitian	Hasil penelitian dapat mengedukasi masyarakat untuk dapat mempertimbangkan dan beralih ke <i>green packaging</i>	Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan kajian dan referensi studi banding dalam rangka penelitian lebih lanjut mengenai kesiapan masyarakat Indonesia terhadap penggantian kantong plastik sekali pakai menjadi kantong belanja biodegradable dan memberi informasi kepada masyarakat untuk bersedia beralih ke kantong belanja biodegradable

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Tahap Penelitian

Berikut ini merupakan tahapan dan proses pelaksanaan penelitian yang disajikan dalam bentuk diagram alir :



Gambar 3. 1. Diagram alir penelitian

3.2. Waktu dan Lokasi

Waktu penelitian ini dilakukan selama kurang lebih 6 bulan yaitu pada bulan Desember 2020 sampai dengan Juni 2021. Lokasi penelitian dilaksanakan secara online sehingga dapat dilakukan dimana saja.

3.3. Jenis dan Variabel Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengidentifikasi suatu objek pada sampel atau populasi yang ada. Pada proses penelitian ini dilakukan pengambilan data dengan cara melakukan suatu *survey* atau observasi dengan *tools* penelitian berupa angket dalam bentuk kuesioner *online*. Data yang diperoleh kemudian diolah secara statistik dan disajikan dalam bentuk grafik dan diagram. Pada penelitian ini terdapat dua macam variabel yang akan diuji yaitu berupa variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat). Variabel dalam penelitian ini, antara lain :

1. Variabel independen (variabel bebas)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu respon dan perilaku masyarakat Indonesia terhadap penggunaan kantong belanja *biodegradable*.

2. Variabel dependen (variabel terikat)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu penggunaan kantong belanja *biodegradable*.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan tahapan yang paling strategis dalam pelaksanaan penelitian dikarenakan bertujuan untuk mendapatkan kumpulan data yang sesuai (Sugiyono, 2017). Pengumpulan data pada studi ini diperoleh melalui dua macam sumber yaitu dengan data primer dan data sekunder. Berikut ini penjelasan tiap-tiap sumber data :

3.4.1. Data primer

3.4.1.1. Populasi

Populasi merupakan cakupan wilayah penelitian secara *general* yang terdiri dari suatu objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari sehingga dapat memperoleh suatu kesimpulan (Sugiyono,2015). Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat Indonesia yang pernah menggunakan kantong plastik. Populasi tersebut tidak memiliki batasan tertentu atau tidak dapat dilakukan pengukuran jumlah secara pasti. Populasi ini disebut sebagai *infinite population*.

3.4.1.2. Sampel

Sampel merupakan sebagian jumlah yang ditetapkan dari populasi yang ada dan dapat merepresentasikan keadaan suatu populasi. Jika populasi memiliki jumlah yang sangat besar, maka peneliti tidak dapat mempelajari secara keseluruhan populasi tersebut. Penulis dapat menentukan jumlah sampel yang dianggap mewakili populasi penelitian (Sugiyono,2015).

Pengambilan ukuran sampel dapat dilakukan berdasarkan teori Frankael & Wallen (2012) yang menyatakan bahwa penelitian deskriptif membutuhkan minimal 100 sampel, penelitian korelasi setidaknya dibutuhkan 50 sampel, sedangkan penelitian eksperimental dan *causal comparative* membutuhkan sampel setidaknya 30 pada setiap kategorinya. Dasar pengambilan ukuran sampel juga dikemukakan dengan teori Rescoe (dalam Sugiyono,2015) yang mengatakan bahwa :

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian berjumlah 30-500 sampel.
2. Bila sampel dibagi dalam kategori (misal : pria-wanita), maka jumlah sampel tiap kategori minimal berjumlah 30.
3. Bila dalam penelitian multivariate (korelasi atau regresi berganda), maka jumlah sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang

diteliti. Contohnya : variabel penelitian 5 (independen+dependen), maka jumlah anggota sampel minimal adalah $10 \times 5 = 50$ sampel

4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan eksperimen dan kelompok control, maka jumlah anggota sampel masing-masing kelompok sebesar 10-20 sampel.

Metode pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu *non-probability sampling*. *Non-probability sampling* merupakan metode pengambilan sampel yang tidak memberi peluang yang sama pada setiap responden untuk dipilih sebagai subjek penelitian yang dilakukan (Sekaran dan Bougie, 2013). Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik *quota sampling*. *Quota sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang sebelumnya dilakukan penentuan jumlah dan ciri-ciri tertentu sebagai target penelitian (Sugiyono, 2012).

Quota sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memperhitungkan populasi, akan tetapi diklasifikasikan dalam beberapa kelompok. Sampel diambil dengan cara memberikan jatah atau quorum pada suatu sub-kelompok. Sehingga dalam penelitian tersebut sampel berpeluang untuk mengeneralisasikan seluruh populasi (Margono, 2004). Pertimbangan menggunakan teknik *quota sampling* sebab jumlah masyarakat Indonesia yang memiliki usaha dan tidak memiliki usaha jumlahnya dapat berubah-ubah dan tidak terdapat data tetap.

3.4.1.3. Alat Ukur Penelitian

Metode pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan alat ukur berupa angket atau kuesioner *online* dalam bentuk *Google form*. Kuesioner dibagikan secara *online* melalui media sosial seperti line, Whatsapp, Instagram, dan tiktok. Hal ini bertujuan untuk mempermudah mengumpulkan informasi terkait respon dan perilaku yang muncul di masyarakat Indonesia terhadap penggunaan kantong belanja *biodegradable* sebagai pengganti kantong belanja sekali pakai.

Kuesioner yang disajikan berupa lima bagian yang meliputi identitas responden, karakteristik responden, pengetahuan responden, pengalaman responden, dan sikap perilaku responden. Identitas responden berisi pertanyaan mengenai informasi pribadi dari subjek penelitian. Karakteristik responden berisi pertanyaan pada masing-masing kategori subjek penelitian (pemilik usaha dan konsumen). Sedangkan pada bagian pengetahuan, pengalaman, dan sikap perilaku berisi pertanyaan yang dijadikan sebagai parameter pengukuran dikarenakan ketiganya memiliki korelasi yang cukup kuat dalam proses terbentuknya respon dan perilaku manusia. Perilaku adalah bentuk nyata dari pengalaman dan interaksi seseorang dengan lingkungan sekitarnya yang didalamnya dipengaruhi oleh pengetahuan dan sikap serta tindakan yang berhubungan dengan suatu hal (Sarwono, 2007).

Pada kuesioner yang dibagikan, disajikan dua bentuk tipe pilihan jawaban yaitu pilihan ganda (*multiple choice*) dan *multiple responses*. Pada soal tipe jawaban *multiple choice*, subjek diminta memilih salah satu jawaban yang tersedia. Sedangkan pada soal tipe *multiple responses* subjek diperbolehkan untuk menjawab pertanyaan dengan lebih dari satu jawaban.

Untuk dapat memperhitungkan sikap, pendapat, atau persepsi individu terhadap sesuatu dapat diukur melalui kuesioner yang menggunakan skala *likert* (Sugiyono, 2017). Pada kuesioner dengan skala *likert* ini, akan disajikan suatu pertanyaan disertai dengan alternatif jawaban yang salah satunya bisa dipilih oleh responden. Responden dapat memilih jawaban sesuai dengan apa yang dirasa paling tepat dengan pendapat responden. Berikut ini penilaian pada tiap tipe pertanyaan :

A. Pilihan ganda (*multiple choice*)

Pada tipe soal pilihan ganda (*multiple choices*) berisikan alternatif jawaban yang salah satunya bisa dipilih oleh responden. Responden dapat memilih jawaban sesuai dengan apa yang dirasa paling tepat dengan pendapat responden. Untuk dapat memperhitungkan sikap,

pendapat, atau persepsi individu terhadap sesuatu dapat diukur melalui kuesioner yang menggunakan skala *likert* (Sugiyono, 2017).

Skala *likert* yang akan digunakan pada kuesioner yang disajikan akan terdapat pada pertanyaan yang bersifat *favorable* dan *unfavorable*. Pertanyaan *favorable* adalah pertanyaan yang memiliki nilai positif (mendukung) terhadap aspek variabel yang diteliti. Sedangkan pertanyaan *unfavorable* merupakan pertanyaan yang memiliki nilai negatif (tidak mendukung) terhadap aspek dari variabel yang diteliti (Azwar, 2015). Berikut penilaian skala Likert pada tiap tipe pertanyaan :

Tabel 3. 1.Penilaian skala *likert*

No	Alternatif Jawaban	Skala	
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
1	Sangat sesuai/sangat bagus	4	1
2	Sesuai/bagus	3	2
3	Tidak sesuai/tidak bagus	2	3
4	Sangat tidak sesuai/sangat tidak bagus	1	4

Sumber : Sugiyono, 2017

Tabel 3. 2. Distribusi item pertanyaan *multiple choice*

No	Aspek	Nomor item	Nomor item	Jumlah
		<i>favorable</i>	<i>unfavorable</i>	
1	<i>Kognitif</i>	2,4	-	2
2	<i>Afektif</i>	1,2	3	3
3	<i>Behavioral</i>	2,5,6,7,8	-	5
Total item		9	1	10

B. *Multiple responses*

Pada tipe soal *multiple responses* disajikan beberapa alternatif jawaban yang bisa responden pilih lebih dari satu. Responden dapat memilih beberapa jawaban sesuai dengan apa yang dirasa paling tepat atau yang diketahui oleh responden. Untuk mengukur bobot jawaban digunakan Skala *Guttman*. Skala *Guttman* dapat digunakan untuk mendapatkan jawaban yang jelas atau tegas dari suatu pertanyaan. Berikut ini penilaian jawaban menurut skala *Guttman* :

Tabel 3. 3. Penilaian Skala *Guttman*

No	Alternatif Jawaban	Skala
1	No/tidak	0
2	Yes/Ya	1

Sumber : Sugiyono, 2013

Pada tipe pertanyaan ini, diberikan skor 1 untuk pilihan jawaban yang responden pilih. Sedangkan pilihan jawaban yang tidak responden pilih diberi skor 0.

Berikut ini merupakan aitem pertanyaan yang disediakan pada instrumen penelitian. Pertanyaan dibedakan menjadi dua macam, yaitu pertanyaan yang diajukan pada pemilik usaha dan pertanyaan yang diajukan pada konsumen. Pertanyaan dibuat berdasarkan indikator penelitian yang meliputi pengetahuan lingkungan, pengetahuan produk, kebiasaan masyarakat, sikap, faktor penggunaan *biodegradable*, dan kesiapan masyarakat dalam penggunaan kantong *biodegradable*. Indikator dipilih sesuai aspek *kognitif*, *afektif*, dan *behavioral* yang dapat menentukan tingkat respon, perilaku, dan potensi penggunaan kantong *biodegradable*.

Tabel 3. 4.Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Pertanyaan
1	Respon (X1) : <i>Kognitif</i>	Pengetahuan Umum Lingkungan	Apa dampak negatif yang Anda ketahui dari adanya sampah plastik di lingkungan? Berikut ini prinsip penanganan sampah plastik yang Anda Ketahui, yaitu :
		Pengetahuan produk	Apa produk alternatif sebagai pengganti kantong plastik sekali pakai yang Anda ketahui? Dimana Anda pernah mendapatkan informasi mengenai kantong plastik organik ?
2	Perilaku (X2) : <i>Afektif and Behavioral</i>	Kebiasaan Masyarakat	1. Pemilik Usaha : Apa jenis kemasan yang Anda gunakan pada produk penjualan Anda ? 2. Konsumen : Apa jenis kantong plastik yang sering Anda gunakan untuk berbelanja ? Apa alasan utama Anda menggunakan kantong plastik sekali pakai pada kegiatan belanja Anda?
		Sikap	Bagaimana sikap Anda terhadap kantong plastik sekali pakai?

			<p>1. Pemilik Usaha : Bagaimana cara Anda menggunakan plastik dalam usaha Anda?</p> <p>2. Konsumen : Bagaimana cara Anda menggunakan plastik dalam kegiatan berbelanja?</p>
			<p>1. Pemilik Usaha : Berapa jumlah konsumsi plastik pada usaha yang Anda miliki ?</p> <p>2. Konsumen : Berapa jumlah kantong plastik yang Anda gunakan saat berbelanja ?</p>
3	<p>Tingkat penggunaan kantong <i>biodegradable</i> (Y)</p> <p>: <i>Behavioral</i></p>	<p>Faktor penggunaan kantong <i>biodegradable</i></p>	<p>1. Pemilik Usaha : Berapa biaya yang Anda harapkan untuk setiap kantong plastik pada usaha Anda?</p> <p>2. Konsumen : Berapa biaya yang Anda harapkan untuk setiap kantong plastik yang Anda gunakan?</p>
		<p>Kesiapan terhadap penggunaan</p>	<p>1. Pemilik Usaha : Kendala/hambatan apa yang dijumpai jika dalam usaha anda menggunakan kantong plastik organik?</p> <p>2. Konsumen : Kendala/hambatan apa yang dijumpai jika Anda menggunakan kantong plastik organik?</p> <p>Informasi apa yang sering Anda dapatkan mengenai upaya penanganan permasalahan kantong plastik?</p>

**kantong belanja
biodegradable**

1. **Pemilik Usaha** : Apa yang usaha Anda lakukan apabila Indonesia memberlakukan peraturan penggunaan kantong plastik organik?
 2. **Konsumen** : Apa upaya yang dapat Anda lakukan apabila Indonesia memberlakukan peraturan plastik organik sebagai pengganti kantong plastik sekali pakai?
-

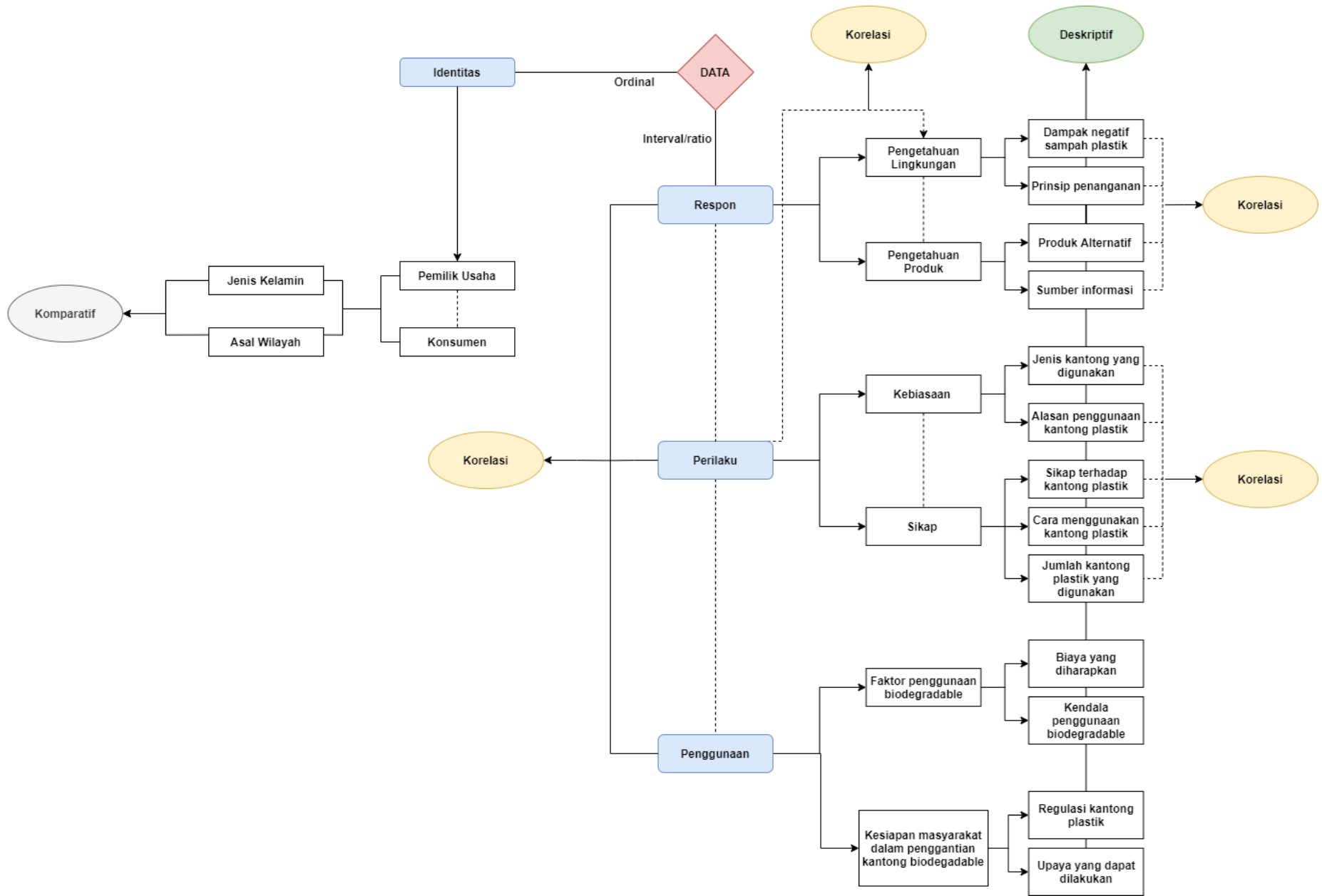
3.4.2. Data Sekunder

Data sekunder pada penelitian ini berfungsi untuk menunjang hasil penelitian yang ada. Data sekunder merupakan data-data ataupun teori pendukung yang diambil dari sumber jurnal, internet, ataupun buku.

3.5. Metode Analisis Data

Pada penelitian ini, dilakukan analisis data yang akan dijelaskan pada bagan alir sebagai berikut :

Gambar 3. 2. Diagram Alir Analisis Data



Pada penelitian ini terdapat luaran berupa data ordinal dan interval/ratio. Data ordinal pada penelitian ini meliputi data identitas responden yang meliputi kategori (pemilik usaha dan konsumen), jenis kelamin, usia, dan asal wilayah. Sedangkan data interval/ratio merupakan data kuesioner yang mencakup setiap variabel dan aspek penelitian yang dilakukan. Berikut ini metode analisis data yang dapat dilakukan dalam penelitian :

3.5.1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Pada sebuah penelitian yang melibatkan suatu alat ukur terutama kuesioner, hakikatnya perlu dilakukan pengujian alat ukur yang disebut sebagai uji validitas dan reliabilitas. Validitas merupakan ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya, sehingga terdapat kesesuaian antara alat ukur dengan sasaran pengukuran (Widiastuti, 2015). Menurut Sugiyono (2016), validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya yang ada pada objek penelitian dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item. Butir instrument dapat dikatakan valid apabila nilai indeks validitasnya $\geq 0,3$. Sedangkan menurut Notoatmodjo (2005) dalam Widi R (2011), reliabilitas merupakan suatu ukuran atau indeks yang menunjukkan tingkat kepercayaan dan keandalan suatu alat ukur penelitian. Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat konsistensi alat ukur apabila dilakukan pengulangan dalam pengukuran. Alat ukur dapat dikatakan reliabel apabila menghasilkan hasil yang sama walaupun terdapat pengukuran yang dilakukan secara berulang kali. Item dapat dikatakan reliabel apabila memenuhi syarat yaitu memiliki korelasi sebesar $\geq 0,7$.

Pada penelitian ini, uji validitas dan uji reliabilitas tidak dilakukan karena adanya kendala dalam penelitian yaitu keterbatasan waktu penelitian yang dilakukan. Uji validitas dan uji reliabilitas diperbolehkan untuk tidak dilakukan dalam penelitian, dengan syarat sebagai berikut :

- a. Penelitian yang dilakukan memiliki subjek penelitian yang jelas
Penelitian ini memiliki subjek penelitian yang jelas yaitu pemilik usaha dan konsumen yang pernah menggunakan kantong plastik sebagai wadah berbelanja mereka. Sesuai dengan penelitian ini yang bertujuan untuk menguji respon, perilaku, dan tingkat penggunaan kantong *biodegradable* dari sudut pandang pemilik usaha dan konsumen.
- b. Sudah terdapat desain info yang diperlukan dalam penelitian
Kebutuhan informasi mengenai penelitian yang dilakukan sudah jelas. Maka, penyusunan kuesioner dapat dilakukan sesuai dengan tujuan penelitian. Setiap pertanyaan atau pernyataan yang ada pada kuesioner disusun sesuai dengan variabel penelitian yang ada. Sehingga, hasil yang didapatkan dari kuesioner tersebut dapat mencapai maksud dan tujuan penelitian, yang kemudian dapat dengan mudah ditarik kesimpulan penelitian.
- c. Kuesioner yang disusun memenuhi standar
Menurut Arikunto (2010), kuesioner dapat dikatakan sesuai standar apabila kuesioner tersebut dapat menyajikan pertanyaan yang jelas dan mudah dipahami oleh responden penelitian. Sehingga, kuesioner tersebut dapat dijawab dengan mudah oleh responden dan dapat mewakili keadaan responden penelitian.

3.5.2. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian yang dilakukan pada setiap item pertanyaan. Hal ini bertujuan untuk mengetahui apakah *tools* penelitian terdistribusi secara normal atau tidak. Apabila data yang ada terdistribusi secara normal maka dapat dikatakan bahwa data tersebut dapat menggeneralisasi suatu populasi penelitian tersebut. Uji normalitas dilakukan menggunakan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Data dapat dikatakan terdistribusi **normal apabila nilai $Sig(2-tailed) > 0.05$** . Begitupun sebaliknya, **jika $Sig(2-tailed) < 0.05$ menunjukkan bahwa data tidak terdistribusi dengan normal.**

Berikut ini tabel uji normalitas yang dilakukan :

Tabel 3. 5. Uji Normalitas Data

No	Variabel	Asymp.Sig (2-tailed)	Keterangan
1	Respon		
2	Perilaku		
3	Penggunaan kantong belanja biodegradable	0.097	Normal

Sumber : Olah data penelitian,2021

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa **nilai Sig(2-tailed) yang didapat adalah $0.097 > 0.05$** . Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa data yang ada telah terdistribusi secara normal. Diharapkan data yang didapat mampu mewakili populasi yang ada.

3.5.3. Analisis data deskriptif

Salah satu metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode analisis deskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif merupakan analisis yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap suatu objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi yang didapatkan dari hasil *survey*. Analisis data kuantitatif hanya dapat dilakukan apabila data dari responden dan sumber data lainnya yang menunjang penelitian tersebut sudah terkumpul (Sugiyono, 2007).

Teknik analisis data deskriptif kuantitatif merupakan metode analisis yang data-datanya disajikan dalam bentuk angka ataupun grafik. Kelebihan dari metode analisis kuantitatif deskriptif ini adalah dapat lebih mudah untuk dimengerti. Data hasil kuesioner yang telah terkumpul akan dihitung rata-ratanya untuk kemudian dapat ditentukan klasifikasi atau kategori jawaban. Berikut ini ketentuan yang digunakan untuk mengukur tingkat respon, perilaku, dan tingkat penggunaan kantong *biodegradable*:

Tabel 3. 6. Tingkat kategorisasi

Kategori Respon	Ketentuan
Rendah	$X \leq M - 1SD$
Sedang	$M-1SD \leq X \leq M+1SD$
Tinggi	$M+1SD \leq X$

Sumber : Azwar,2015

Dimana :

X = Nilai Skor

M = Mean (Nilai Rata-Rata)

SD = Standar Deviasi

3.5.4. Uji Korelasi

Uji korelasi dilakukan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara variabel atau aspek yang diuji pada populasi atau sampel yang ada. Uji korelasi pada penelitian ini yaitu menggunakan uji korelasi pearson karena data yang didapat dari hasil uji normalitas merupakan data *parametric*.

Adapun pedoman derajat hubungan, sebagai berikut :

1. Nilai Korelasi Pearson 0,00-0,20 = tidak ada korelasi
2. Nilai Korelasi Pearson 0,21-0,40 = korelasi lemah
3. Nilai Korelasi Pearson 0,41-0,60 = korelasi sedang
4. Nilai Korelasi Pearson 0,61-0,80 = korelasi kuat
5. Nilai Korelasi Pearson 0,81-1,00 = korelasi sempurna

Pada uji korelasi ini, digunakan metode *Pearson Product Moment* dengan memperhatikan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

Apabila Sig(2-tailed) < 0,05 maka memiliki hubungan

Sig(2-tailed)> 0,05 maka tidak berhubungan

3.5.5. Uji komparatif/uji beda

Pada penelitian ini terdiri dari dua sampel atau subjek yang berbeda yaitu pemilik usaha dan konsumen. Oleh karena itu, setelah dilakukan analisis deskriptif kemudian dilakukan uji komparatif. Uji komparatif ini berfungsi untuk mengetahui adanya perbedaan rata-rata dan nilai *variance* antara dua subjek yang tidak berhubungan. Uji komparatif yang digunakan pada penelitian ini yaitu uji *anova two way*. Dilakukan hipotesis terlebih dahulu untuk menentukan ada tidaknya perbedaan antar variabel uji. Kemudian berdasarkan hipotesis tersebut berlaku ketentuan bahwa

H0 diterima apabila nilai Sig < 0,05

H1 diterima apabila nilai Sig > 0,05

Uji komparatif pada penelitian ini dilakukan berdasarkan parameter penelitian yang meliputi jenis kelamin, asal wilayah, dan kategori. Parameter tersebut dipilih dikarenakan jenis kelamin memiliki perbedaan dalam respon, perilaku, ataupun penggunaan. Asal wilayah dipilih karena merupakan salah satu faktor budaya yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang. Oleh karena itu, setiap wilayah yang berbeda memiliki potensi yang berbeda pula. Sedangkan parameter kategori dibedakan menjadi pemilik usaha dan konsumen, dikarenakan berpotensi terjadinya perbedaan respon, perilaku, dan penggunaan karena keduanya berhubungan dengan aspek ekonomi. Pemilik usaha dapat memiliki cara pandang dari segi keuntungan, sedangkan konsumen dari segi kenyamanan individu menggunakan suatu produk.

Untuk menunjang analisis tersebut maka digunakan suatu software yang berfungsi untuk mengolah dan menganalisis data yaitu IBM SPSS (*Statistical Package for The Social Sciences*). Dalam penelitian kuantitatif, software SPSS digunakan untuk mempermudah dalam mengolah data sehingga dapat menghasilkan luaran berupa nilai standar deviasi, varians, simpangan baku, uji t satu sampel, dan lain-lain.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi pada penelitian ini yaitu masyarakat yang pernah menggunakan kantong plastik. Populasi tersebut tidak memiliki batasan tertentu atau tidak dapat dilakukan pengukuran jumlah secara pasti . Populasi ini disebut sebagai *infinite population*.

Sampel

Sampel pada penelitian ini diambil dengan teknik *quota sampling*. Sebelum melakukan jumlah sampel, penulis menentukan karakteristik dan jumlah sampel yang akan diambil. Sampel dibagi menjadi dua kategori yaitu masyarakat yang memiliki usaha (pemilik usaha) dan masyarakat yang tidak memiliki usaha (konsumen). Jumlah sampel ditetapkan sesuai keinginan dan kebutuhan peneliti dengan mempertimbangkan teori-teori yang ada.

Pada penelitian ini, peneliti menetapkan sampel sebanyak 220 sampel. Jumlah sampel tersebut ditetapkan dengan memperhatikan teori menurut Frankael & Wallen (2012) yang menyatakan bahwa penelitian deskriptif membutuhkan minimal 100 sampel. Hasil penelitian memperoleh sampel pemilik usaha sebanyak 110 sampel. Sebanyak 110 sampel pemilik usaha tersebut seluruhnya diambil menjadi jumlah sampel penelitian dengan mempertimbangkan teori yang dikemukakan oleh Arikunto (2005) bahwa apabila penelitian memiliki jumlah subjek penelitian sebanyak 100-150 sampel dan dalam pengumpulannya menggunakan angket, maka sebaiknya subjek diambil seluruhnya. Untuk mendapatkan jumlah yang proporsional, maka peneliti menetapkan jumlah sampel konsumen dengan jumlah yang sama yaitu 110 sampel. Jumlah ini dipertimbangkan guna mempermudah

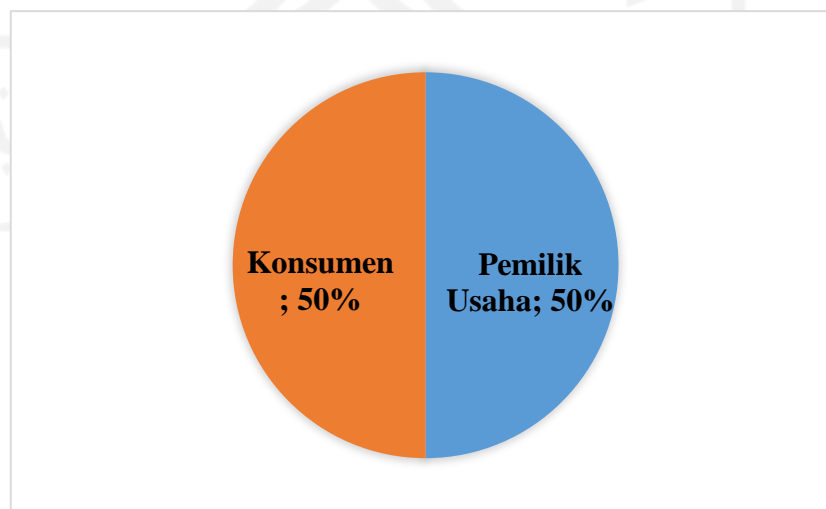
dalam pengolahan data dan terdapat keseimbangan antara dua subjek yang berbeda.

4.2. Deskripsi Data Subjek

Analisis data dilakukan berdasarkan tiap bagian kuesioner yang salah satunya terdapat bagian identitas responden. Identitas responden dijadikan sebagai karakteristik responden penelitian yang mencakup jenis kelamin, usia, asal wilayah, dan kategori responden yang memiliki usaha dan tidak. Analisis karakteristik responden dilakukan untuk mengategorisasikan responden penelitian dan menganalisis aspek-aspek yang mendukung terciptanya respon dan perilaku berupa pengetahuan, pengalaman, dan sikap untuk mengetahui tingkat respon dan tingkat perilaku masyarakat terhadap kantong belanja *biodegradable* jika dilihat dari sudut pandang dan subjek yang berbeda. Berikut ini penjelasan mengenai data hasil penelitian yang telah dilakukan.

4.1.1. Kategorisasi Responden

Pada penelitian ini dilakukan penyebaran kuesioner secara bebas dan kemudian dilakukan klasifikasi data yang diperoleh sesuai dengan metode pengambilan sampel yang ditentukan, yaitu dengan membedakan kategori pemilik usaha dan konsumen. Berdasarkan kuesioner yang disebar, maka diperoleh besaran data responden sebagai berikut :



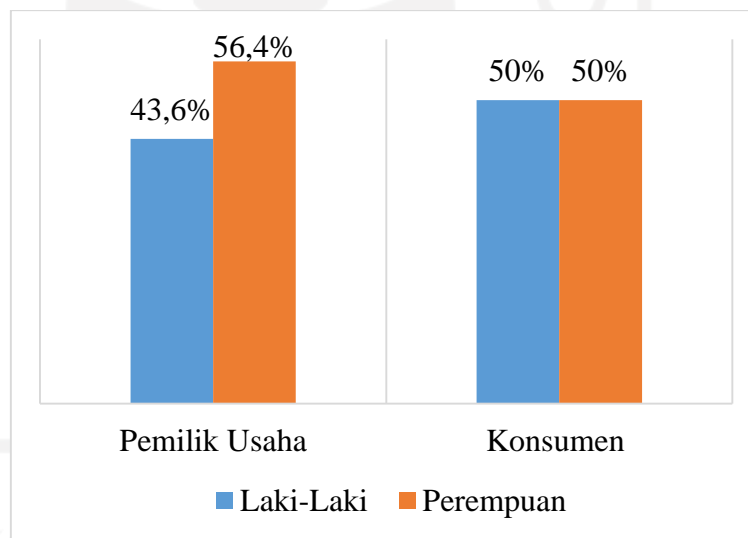
Gambar 4. 1. Diagram kategori responden

Berdasarkan Gambar 4.1. menunjukkan bahwa responden penelitian terdiri dari pemilik usaha dan konsumen masing-masing sebanyak 50% atau sebesar 110 sampel. Pada dua kategorisasi subjek penelitian ini dijadikan pembandingan pada setiap aspek yang akan diuji.

4.1.2. Identitas Responden

4.1.2.1. Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin merupakan bagian dari sistem sosial yang meliputi status sosial, usia, dan etnis. Jenis kelamin merupakan salah satu faktor penting dalam menentukan peran, hak, dan tanggung jawab (Wade dan Travis, 2007). Jenis kelamin dapat menunjukkan ciri khas seseorang dalam berperilaku yang ditinjau dari tiga aspek yaitu *kognitif, konatif, dan afektif* (Sumarwan, 2003).



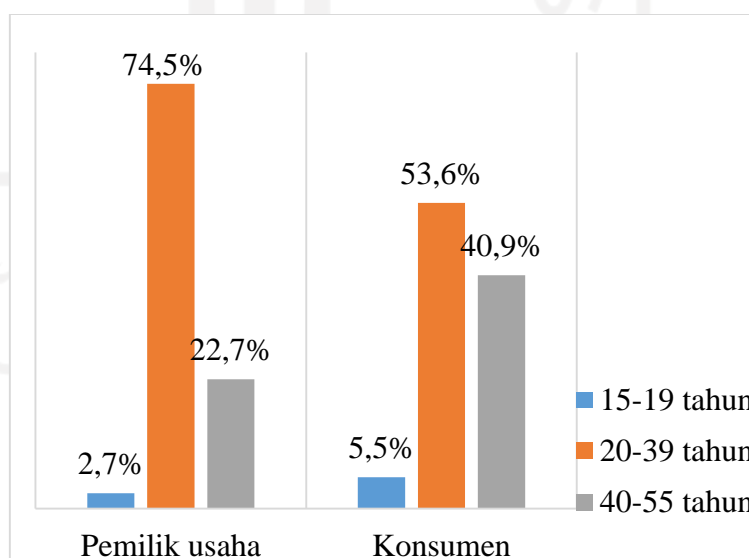
Gambar 4. 2. Grafik Jenis kelamin

Berdasarkan Gambar 4.2, menunjukkan bahwa pemilik usaha terdiri dari 56,4% sampel perempuan dan 43,6% merupakan sampel laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa sampel pemilik usaha didominasi oleh responden yang berjenis kelamin perempuan. Perempuan pada umumnya mendominasi pola pengambilan keputusan dalam bidang pengeluaran keluarga. Hal tersebut setara

dengan teori bahwa pemilik usaha harus kreatif terutama dalam pengambilan keputusan. Pemilik usaha harus memiliki kepercayaan yang teguh dan yakin dalam mengambil keputusan yang tepat (Daihani, 2001). Sedangkan pada sampel konsumen terdiri dari 50% laki-laki dan 50% perempuan. Berdasarkan grafik tersebut dapat disimpulkan bahwa responden konsumen memiliki jumlah yang sama.

4.1.2.2. Berdasarkan Usia

Usia individu terhitung pada saat manusia dilahirkan sampai beberapa tahun waktu hidupnya. Semakin cukup usia, maka tingkat kematangan dalam berfikir dan bekerja akan semakin tinggi. Apabila dari segi kepercayaan masyarakat, orang yang dewasa akan lebih dipercaya daripada orang yang belum cukup dewasa (Nursalam, 2001). Salah satu yang mempengaruhi daya ingat seseorang yaitu usia. Semakin bertambahnya usia, maka dapat lebih mudah untuk menerima informasi dan pengetahuan (Abu Ahmadi, 2001).

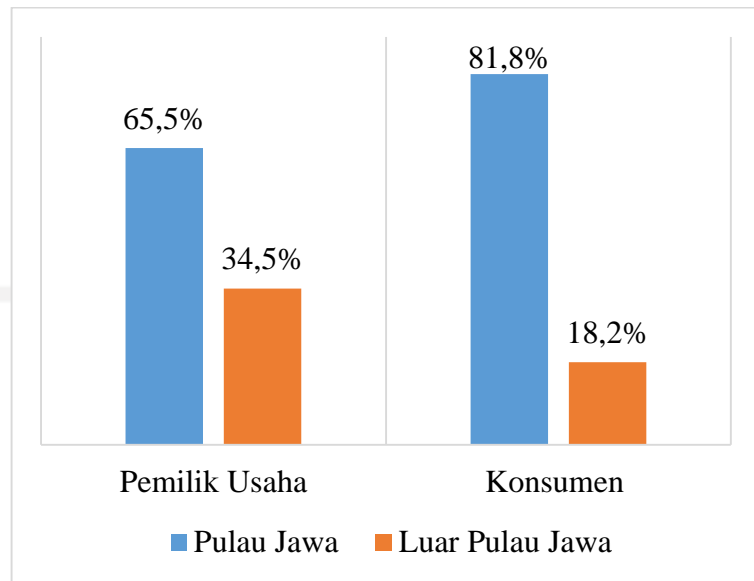


Gambar 4. 3. Grafik Usia

Gambar 4.3. menunjukkan bahwa pemilik usaha meliputi usia 15-19 tahun sebesar 2,7%; usia 20-39 tahun sebesar 74,5%; dan usia 40-55 tahun memiliki persentase sebesar 22,7%. Sedangkan konsumen terdiri dari 5,5% responden berusia 15-19 tahun; sebesar 53,6% berusia 20-39 tahun; dan konsumen yang berusia 40-55 tahun sebanyak 40,9%. Pada kedua data sampel tersebut memiliki rentan jumlah yang sangat signifikan antara usia 20-39 tahun dengan usia lainnya. Usia 20-39 tahun merupakan usia produktif awal manusia. Pada usia produktif manusia akan mengalami masa peningkatan emosi, perubahan nilai, masa kreatif, dan mulai dapat beradaptasi pada lingkungan yang ada disekitarnya (Hurlock, 2002).

4.1.2.3. Berdasarkan Asal Wilayah

Pengukuran asal wilayah dilakukan karena penyebaran kuesioner penelitian dilakukan secara online. Oleh karena itu, untuk mengetahui keberadaan responden, dilakukan analisis berdasarkan asal wilayah. Asal wilayah merupakan salah satu faktor dari sub budaya yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang (Kotler, 2009). Setiap daerah memiliki budaya yang dapat mendasari kebiasaan seseorang dalam berperilaku.



Gambar 4. 4 .Grafik Asal Wilayah

Berdasarkan gambar 4.4. menunjukkan bahwa sebesar 65,5% pemilik usaha berasal dari Pulau Jawa dan 34,5% lainnya berasal dari luar Pulau Jawa. Sedangkan konsumen yang berasal dari Pulau Jawa sebesar 81,8% dan luar Pulau Jawa sebesar 18,2%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden penelitian ini didominasi oleh masyarakat Indonesia yang berasal dari Pulau Jawa. Terdapat perbedaan nilai yang signifikan antara asal wilayah Pulau Jawa dan luar Pulau Jawa pada kedua sampel. Hal ini dapat dikarenakan mayoritas kuesioner tersebar pada Pulau Jawa.

4.3. Analisis Deskriptif

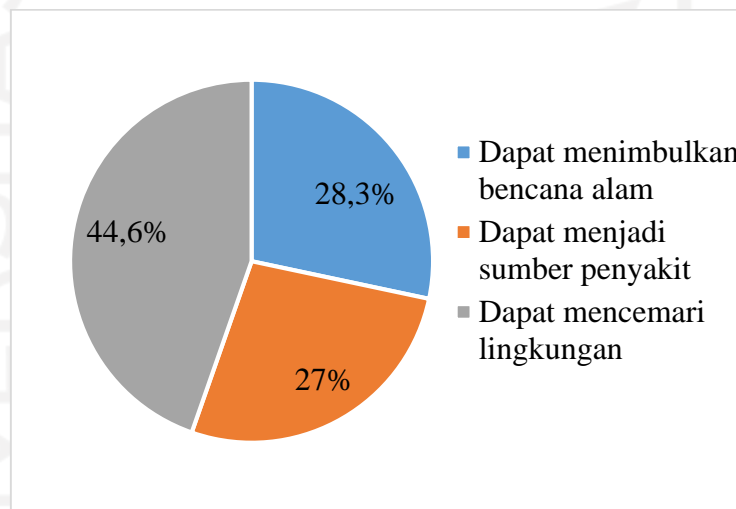
4.2.1. Pengetahuan Lingkungan

Pengetahuan adalah salah satu hal mendasar yang mempengaruhi seseorang untuk menilai sesuatu. Semakin tinggi tingkat pengetahuan seseorang, maka semakin mudah untuk menilai sesuatu dengan baik. Pengetahuan merupakan hal penting pada proses pembentukan tindakan seseorang terhadap sesuatu (*over behavior*) (Notoatmodjo, 2010).

Kerusakan lingkungan merupakan isu yang akhir-akhir ini menjadi perhatian dari berbagai kalangan. Kerusakan lingkungan dapat ditimbulkan dari ulah manusia. Indonesia diperkirakan memiliki jumlah timbulan sampah plastik mencapai 5,4 juta ton/tahun. Jumlah tersebut terus mengalami peningkatan dan mampu menggeser posisi sampah kertas yang jumlahnya mencapai 3,6 juta ton/tahun (Trisurnaryanti, 2017). Keberadaan sampah plastik dapat meningkat sejalan dengan bertambahnya jumlah penduduk. Data menunjukkan bahwa setiap individu rata-rata menghasilkan sampah 0,8 kg per hari dimana 15% dari jumlah tersebut merupakan sampah plastik (KLH, 2008).

Sifat kantong plastik yang sangat mudah ditemukan dan digunakan menjadi alasan masyarakat lebih memilih kantong plastik sebagai wadah kegiatan berbelanja. Akibat kemudahan tersebut, tidak sedikit masyarakat yang menggunakan kantong plastik tanpa memperhatikan dampak yang dapat timbul. Masih ada masyarakat yang menggunakan kantong plastik secara kurang bijak, contohnya yaitu boros dalam menggunakan kantong plastik atau bahkan membuang sampah plastik begitu saja. Selain itu, kebanyakan masyarakat Indonesia masih menganggap bahwa membuang sampah sembarangan merupakan hal yang benar dan tidak berdosa. Padahal, kesadaran untuk bijak menggunakan kantong plastik sangat penting bagi setiap individu. Oleh karena itu, setiap individu harus memiliki landasan pengetahuan tentang pentingnya keberadaan sampah plastik pada setiap aspek kehidupan.

Pengetahuan lingkungan merupakan pengetahuan dan kesadaran tentang permasalahan lingkungan dan solusinya. Umumnya dimensi paling penting dari kesadaran lingkungan setiap individu adalah pengetahuan lingkungan, nilai-nilai, kesediaan untuk bertindak dan berperilaku nyata yang dipengaruhi oleh beberapa faktor termasuk elemen niat dan situasi (Zsoka et al, 2013). Pengetahuan tentang dampak negatif akibat sampah plastik merupakan pengetahuan dasar yang harus diketahui masyarakat. Berdasarkan penelitian yang dilakukan terdapat data sebagai berikut :



Gambar 4. 5. Diagram Pengetahuan Dampak Negatif

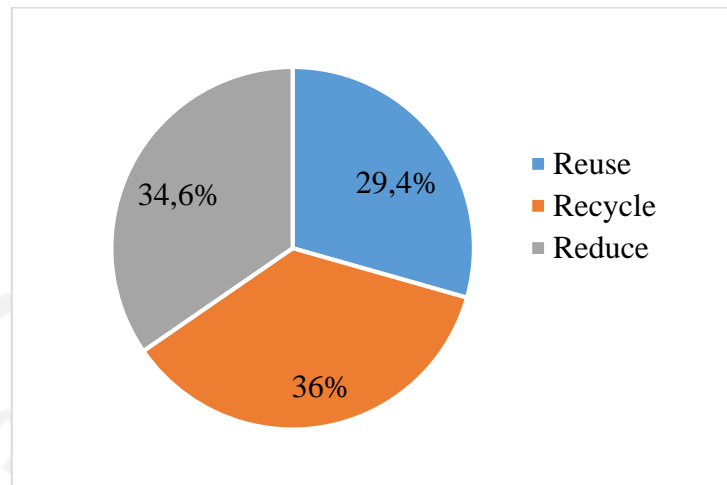
Berdasarkan Gambar 4.5 dapat diketahui bahwa sebesar 44,6% masyarakat lebih mengetahui bahwa dampak negatif sampah plastik yaitu dapat mencemari lingkungan. Jumlah masyarakat yang mengetahui dampak sampah plastik dapat mencemari lingkungan lebih banyak dibandingkan masyarakat yang mengetahui bahwa dampak negatif plastik dapat menimbulkan bencana alam dan menjadi sumber penyakit. Hal ini dapat disebabkan masyarakat lebih mengetahui dampak negatif secara umum dan *general*. Masyarakat paham bahwa apabila sampah plastik menumpuk di lingkungan dapat langsung mencemari lingkungan. Menurut UU No.32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup, pencemaran lingkungan merupakan masuk atau dimasukkannya makhluk hidup, zat, energi, atau komponen lain ke dalam lingkungan hidup oleh

kegiatan manusia sehingga melebihi baku mutu lingkungan hidup yang seharusnya. Keberadaan sampah plastik dapat mencemari lingkungan perairan, udara, maupun tanah.

Fauzi (2013) mengatakan bahwa plastik terbuat dari bahan baku yang sulit terurai dan dapat mengakibatkan penumpukan sampah plastik yang berdampak pada timbulnya pencemaran lingkungan. Faktanya, sekitar delapan juta ton sampah plastik tersebar di lautan dunia setiap tahunnya (BBC Indonesia, 2016). Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian Furqaan dan Santoso (2017) yang menyatakan bahwa 86% responden pengguna kantong plastik menjawab bahwa mereka mengetahui dampak negatif dari penggunaan kantong plastik tersebut terhadap lingkungan. Mereka juga memahami bahwa penggunaan kantong plastik secara tidak bijak dapat mencemari lingkungan.

Pengetahuan masyarakat mengenai dampak negatif sampah plastik, perlu diimbangi dengan pengetahuan masyarakat mengenai penanganan sampah dari sumber. Memperluas pengetahuan masyarakat mengenai prinsip penanganan sampah merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk meminimalisir penumpukan sampah yang dapat berpotensi mencemari lingkungan. Perilaku masyarakat dapat timbul berdasarkan ilmu pengetahuan yang mereka miliki. Apabila masyarakat memiliki pengetahuan yang baik mengenai dampak negatif sampah plastik, maka mereka akan berusaha mencari solusi dari permasalahan tersebut. Pada kasus sampah kantong plastik, salah satu solusi yang dapat dilakukan adalah penerapan prinsip 3R pada masyarakat.

Akhir-akhir ini, prinsip 3R sudah banyak diterapkan di toko/ritel/gerai di Indonesia. Contohnya dengan menerapkan pembatasan kantong plastik, penggantian kantong plastik dengan kantong belanja *reusable*, ataupun mendaur ulang sampah plastik menjadi kerajinan yang memiliki nilai tinggi seperti pembuatan media tanaman hias (*polybag* atau bola plastik pengganti tanah).



Gambar 4. 6. Diagram Pengetahuan Prinsip 3R

Gambar 4.6. menunjukkan bahwa sebesar 36% masyarakat cenderung mengetahui prinsip penanganan *recycle* (daur ulang). Berdasarkan persentase yang diperoleh, tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara jumlah masyarakat yang mengetahui prinsip *reuse*, *reduce*, ataupun *recycle*. Maka, dapat disimpulkan bahwa masyarakat mengetahui hampir seluruh prinsip 3R. *Recycle* merupakan kegiatan mengolah atau mendaur ulang kembali sampah menjadi produk atau barang yang memiliki nilai manfaat dan nilai ekonomi yang lebih tinggi (Harefa, 2012).

Menurut Yuni (2012), pengelolaan sampah 3R dapat memberi manfaat bagi aspek ekonomi, psikologis, ataupun *public health* (kesehatan masyarakat). Menurut aspek ekonomi, pengelolaan sampah 3R dapat meningkatkan pendapatan dan menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Berdasarkan aspek psikologis, pengelolaan sampah 3R dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pengelolaan sampah guna meningkatkan kualitas hidup, perubahan gaya hidup, kepuasan masyarakat terhadap pengelolaan sampah sebagai prestasi, dan upaya untuk melakukan kegiatan pengelolaan sampah. Sedangkan menurut aspek *public health*, pengelolaan sampah 3R dapat meningkatkan kesehatan masyarakat dengan meminimalisir adanya potensi risiko penyebaran penyakit yang dapat timbul dari adanya penumpukan sampah.

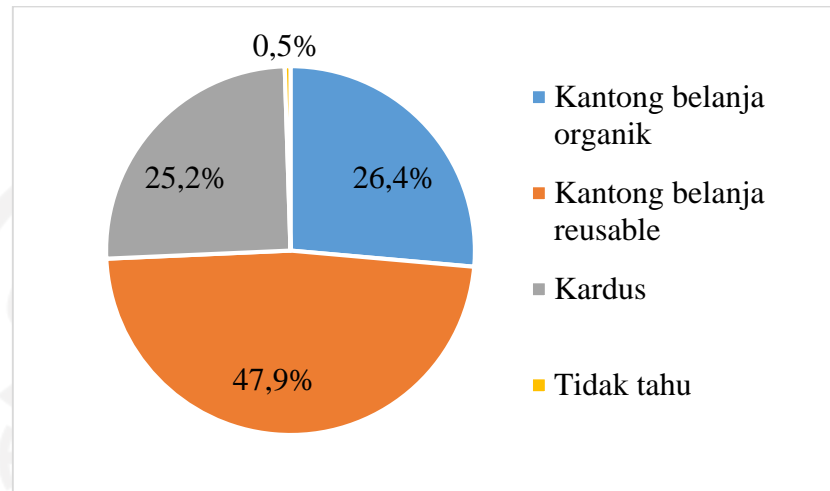
Hal tersebut sejalan dengan penelitian (Seri dan Mohd,2021) yang menyatakan bahwa persentase masyarakat Kelurahan Belawan II Medan menerapkan prinsip penanganan *recycle* sebesar 43,3%, sedangkan *reduce* sebesar 42,3%, dan *reuse* hanya sebesar 40,2%. Berdasarkan penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa masyarakat lebih cenderung mengetahui dan lebih memilih melakukan *recycle* dibandingkan dengan prinsip penanganan lainnya. *Recycle* lebih diketahui dan diminati masyarakat dikarenakan masyarakat lebih mudah menerima informasi terkait *recycle* melalui sosialisasi dan pelatihan untuk membuat kerajinan dari kantong plastik yang lebih memiliki nilai ekonomi. Apabila *recycle* dapat diterapkan secara *continue*, maka dapat meminimalisir jumlah sampah plastik di lingkungan dan memberi keuntungan bagi perekonomian masyarakat.

4.2.2. Pengetahuan produk

Pengetahuan masyarakat terkait dampak negatif sampah plastik dan prinsip penanganannya perlu diimbangi dengan pengetahuan masyarakat mengenai produk alternatif pengganti kantong plastik sekali pakai. Pengetahuan produk merupakan pengetahuan yang didasari oleh ingatan atau pengetahuan seseorang (Sanny, 2016). Masyarakat dapat memiliki jenis pengetahuan produk yang berbeda, diantaranya yaitu jenis pengetahuan mengenai ciri atau karakter produk, konsekuensi atau manfaat positif menggunakan produk, dan nilai keuntungan yang didapat dari penggunaan suatu produk (Firmansyah, 2018).

Pengetahuan masyarakat terkait produk alternatif pengganti kantong plastik dianggap perlu sebagai perwujudan prinsip penanganan 3R. Sehingga, dapat dijadikan upaya untuk meminimalisir dampak negatif sampah plastik yang dapat timbul. Produk alternatif pengganti kantong plastik pada dasarnya menerapkan prinsip 3R (*reuse, reduce, recycle*). Perwujudan prinsip *reduce* diterapkan dengan penggunaan produk alternatif kantong organik (*biodegradable*) yang lebih ramah lingkungan sehingga dapat meminimalisir tidak terurainya sampah yang menumpuk di

lingkungan, penggunaan kantong belanja *reusable* sebagai perwujudan prinsip *reuse*, dan penggunaan kardus sebagai perwujudan prinsip *recycle*.



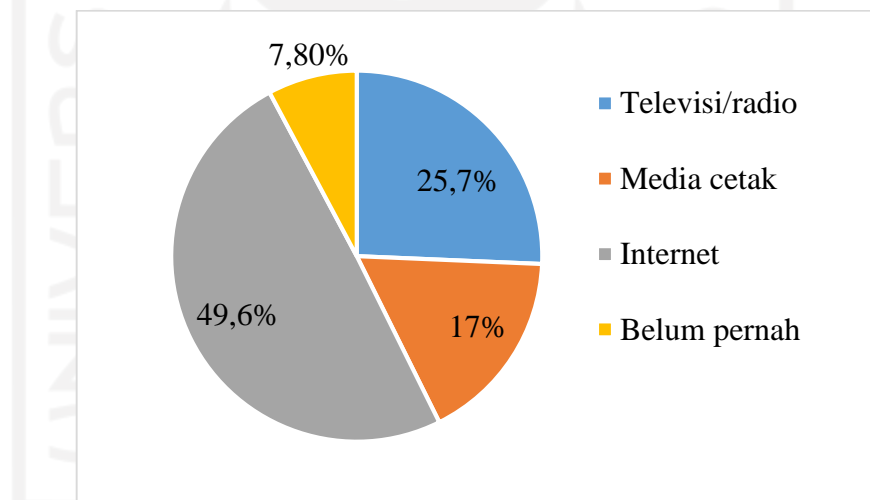
Gambar 4. 7. Pengetahuan Produk Alternatif

Gambar 4.7 menunjukkan bahwa masyarakat sebesar 26,4% mengetahui kantong belanja organik (*biodegradable*), sedangkan sebesar 47,9% lebih mengetahui kantong belanja *reusable*. Menurut persentase tersebut, diperoleh hasil yang cukup signifikan pada pengetahuan masyarakat terhadap kantong belanja *reusable* dibandingkan dengan pengetahuan masyarakat terkait produk alternatif lainnya. Hal ini dapat disebabkan karena sebagian besar toko/ritel/gerai modern lebih memilih untuk mengganti kantong plastik sekali pakai dengan kantong belanja *reusable* seperti *paperbag* ataupun *totebag*.

Banyaknya toko/ritel/gerai menggunakan kantong belanja *reusable* karena sebagian dari mereka menganggap bahwa dari segi harga, bentuk fisik, dan kualitas kantong belanja *reusable* lebih baik apabila dibandingkan dengan kantong belanja jenis lainnya. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Billah (2013) mengatakan bahwa masyarakat yang membawa tas belanja sendiri merasa bahwa tas yang digunakan lebih awet, dapat digunakan terus-menerus, mudah dibersihkan dan dipakai lagi, serta lebih

hemat daripada harus membeli tas belanja di gerai/toko tempat mereka berbelanja.

Pengetahuan masyarakat mengenai produk alternatif dapat berbeda-beda tergantung pada sumber informasi yang mereka dapatkan dan situasi lingkungan sekitar. Pengetahuan masyarakat Indonesia bersumber dari informasi yang disajikan melalui media seperti televisi, radio, buku, majalah, koran, dan internet. Pengetahuan dapat dipengaruhi oleh pendidikan, pekerjaan, pengalaman, usia, kebudayaan, minat, paparan informasi, dan media (Rahayu, 2010). Semakin sering seseorang mendapatkan informasi, maka dapat meningkat pula pengetahuan seseorang tersebut.



Gambar 4. 8. Diagram Pengetahuan Sumber Informasi

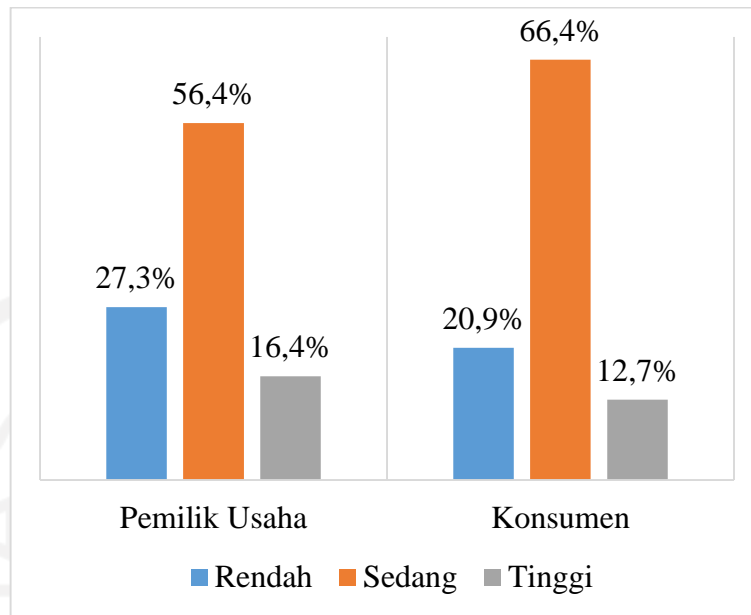
Gambar 4.8 menunjukkan bahwa sebesar 49,6% masyarakat mengatakan bahwa sumber informasi mengenai kantong belanja *biodegradable* paling sering ditemukan melalui media internet. Berdasarkan data tersebut, terdapat nilai yang signifikan pada sumber informasi internet. Hal ini dapat dikarenakan keadaan Indonesia saat ini semakin mengalami perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, maka internet menjadi sumber informasi yang paling efektif karena sangat mudah diakses oleh masyarakat Indonesia. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang

dilakukan Isdhana (2011) yang menyebutkan bahwasannya informasi mengenai ilmu pengetahuan ataupun teknologi lebih banyak disajikan melalui internet.

4.2.3. Tingkat Respon Masyarakat

Analisis tingkat respon masyarakat pada penelitian ini dilakukan berdasarkan nilai pengetahuan lingkungan dan pengetahuan produk. Secara logika, semakin tinggi tingkat pengetahuan seseorang, maka semakin baik respon yang ada pada individu tersebut. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan Notoatmodjo (2014) yang menyatakan bahwasannya pengetahuan seseorang terhadap suatu objek terdiri dari dua aspek yaitu aspek negatif dan aspek positif. Kedua aspek tersebut dapat berpengaruh pada respon individu. Semakin banyak aspek positif dan objek yang diketahui oleh seseorang, maka akan menimbulkan respon positif juga pada objek tertentu.

Untuk mengetahui tingkat respon masyarakat terhadap penggunaan kantong belanja *biodegradable*, dilakukan analisis deskriptif terlebih dahulu untuk mengetahui nilai *mean* dan standar deviasi sebagai dasar penentuan tingkat respon. Maka, diperoleh persentase tingkat respon pada masing-masing subjek penelitian yaitu pemilik usaha dan konsumen, sebagai berikut :



Gambar 4. 9. Diagram persentase tingkat respon pemilik usaha dan konsumen

Gambar 4.9 menunjukkan bahwa persentase tertinggi ada pada tingkat respon “sedang” pada pemilik usaha sebanyak 56,4% dan tingkat respon “sedang” pada konsumen sebesar 66,4%. Terdapat persentase yang signifikan antara tingkat respon “sedang” dengan tingkat respon “rendah” dan “tinggi”. Hal ini dapat disimpulkan bahwa baik pemilik usaha dan konsumen masih didominasi oleh orang yang memiliki tingkat pengetahuan dan pengalaman yang biasa saja.

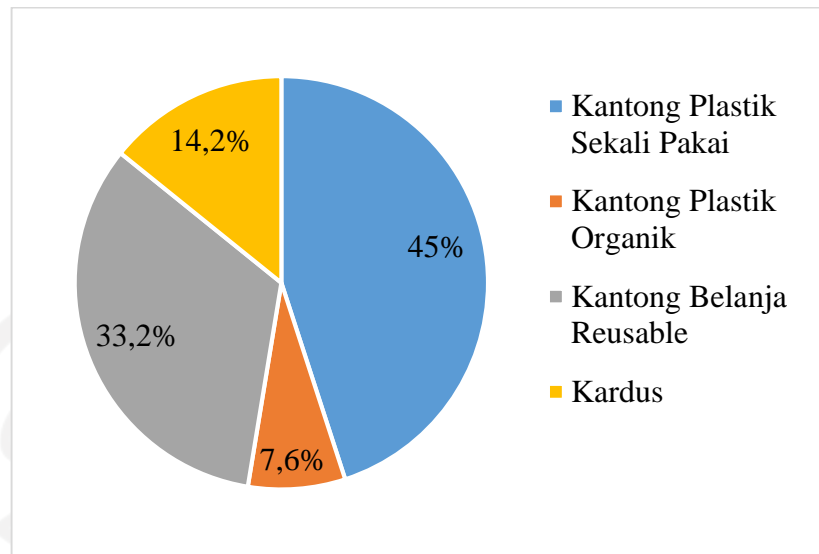
Tingkat respon “sedang” merupakan golongan masyarakat yang hanya mengetahui tetapi belum memiliki pengalaman yang cukup, atau sebaliknya. Tingkat respon “tinggi” dapat digolongkan pada masyarakat yang memiliki ilmu pengetahuan lingkungan dan pengetahuan produk lebih luas, kompleks, serta sudah mendapatkan informasi secara terus-menerus dan berulang mengenai kantong belanja *biodegradable*. Sedangkan masyarakat yang memiliki respon “rendah” merupakan masyarakat yang belum pernah memiliki pengetahuan atau hanya mengetahui hal yang mendasar terkait lingkungan dan kantong belanja *biodegradable*.

4.2.4. Kebiasaan menggunakan produk (*habitual behavior*)

Kebiasaan menggunakan produk merupakan suatu proses pengambilan keputusan berdasarkan rasa suka yang ada pada individu terhadap produk yang mereka gunakan. Penggunaan produk didasari oleh rasa suka, kemudahan menggunakan dan mencari produk, kemudahan mencari informasi, dan kepuasan terhadap produk (Maylina, 2003). *Habitual behavior* (kebiasaan) dapat didefinisikan sebagai perilaku yang dilakukan secara berulang kali dan secara rutin (Sutisna, 2001). Kebiasaan ini dipengaruhi oleh nilai budaya dan sosial masyarakat. Kebiasaan masyarakat dapat muncul dari informasi yang mereka dapatkan, pengetahuan seseorang terhadap sesuatu, ataupun posisi sosial mereka di dalam masyarakat. Faktor kebudayaan merupakan hal yang paling fundamental terbentuknya suatu keinginan atau perilaku individu (Kotler, 2005).

Aktivitas membeli atau mengonsumsi suatu barang merupakan salah satu bentuk kebiasaan masyarakat. Mereka melakukan kegiatan belanja sebagai salah satu bentuk kebiasaan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Kegiatan berbelanja dipengaruhi oleh waktu, biaya, dan sarana. Salah satu sarana yang dapat mempermudah kegiatan belanja adalah ketersediaan kantong belanja sebagai wadah barang yang dibeli konsumen ataupun sebagai kemasan barang penjualan suatu ritel/toko/gerai.

Kebiasaan masyarakat dalam menggunakan jenis kantong dalam aktivitas belanja sangat mempengaruhi cara pandang masyarakat. Kebiasaan masyarakat menggunakan jenis kantong belanjanya dapat timbul karena adanya rasa nyaman dan rasa suka terhadap jenis kantong plastik tersebut. Semakin mudah dan praktis suatu produk digunakan, maka akan menjadi kebiasaan untuk individu menggunakan produk tersebut. Akibatnya, tidak sedikit orang mengalami kesulitan untuk mengubah kebiasaan dan beralih ke produk lain.



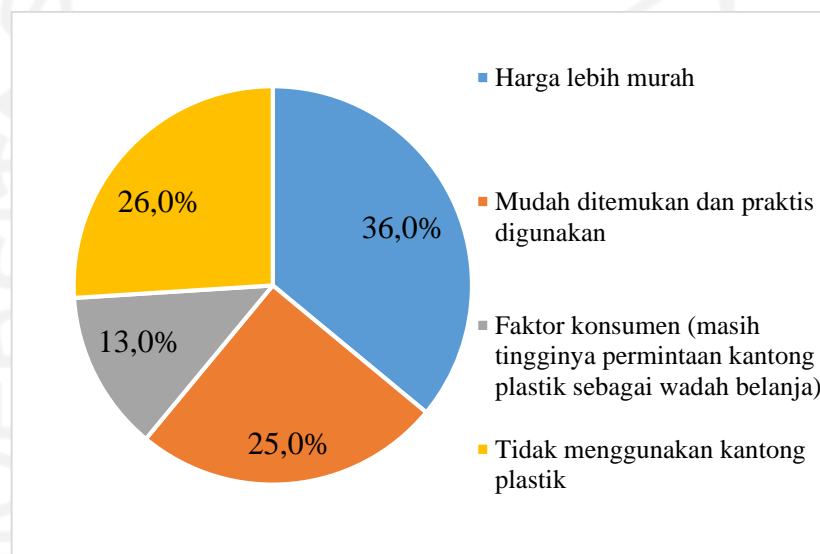
Gambar 4. 10. Diagram Jenis Kantong yang Digunakan

Gambar 4.10 menunjukkan besaran persentase jenis kantong belanja yang digunakan masyarakat Indonesia. Penggunaan jenis kantong belanja tersebut merupakan salah satu bentuk nyata dari kebiasaan masyarakat dalam menggunakan suatu produk yang timbul berdasarkan respon seseorang, baik dalam bentuk pengetahuan ataupun pengalaman. Berdasarkan diagram tersebut, sebesar 45% masyarakat memilih kantong plastik sekali pakai sebagai jenis kantong belanja yang mereka gunakan. Persentase hasil penggunaan kantong belanja sekali pakai dengan kantong *biodegradable* memiliki perbedaan yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwasannya masyarakat lebih memilih menggunakan kantong plastik sekali pakai jika dibandingkan dengan menggunakan kantong belanja *biodegradable*.

Sebagaimana penelitian yang dilakukan Suhendra (2014) mengenai penggunaan kantong plastik pada industri ritel, menyebutkan bahwa konsumen sudah memiliki pengetahuan dan perhatian pada kantong belanja ramah lingkungan, akan tetapi konsumen tetap lebih memilih untuk menggunakan kantong plastik sekali pakai. Penelitian ini menunjukkan bahwa 49% konsumen *Carrefour* Jakarta masih memilih menggunakan kantong plastik sekali pakai sebagai wadah belanja mereka. Alasannya

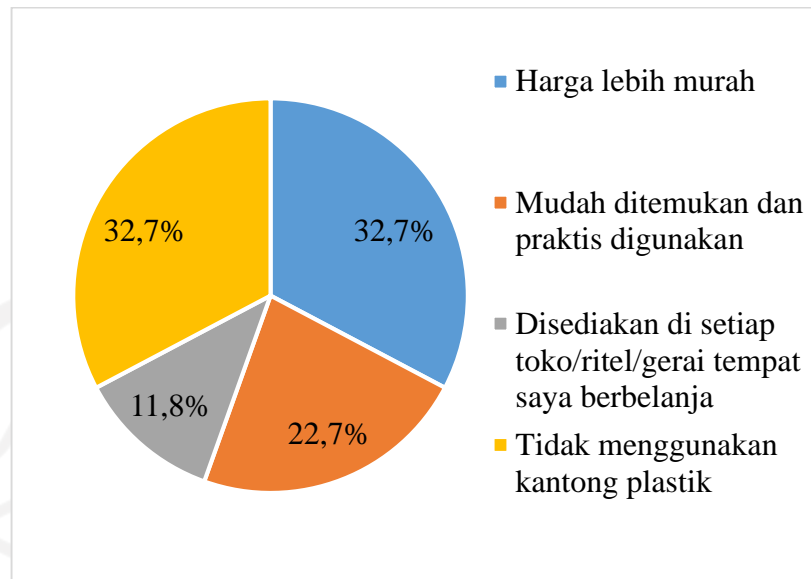
karena kantong plastik sekali pakai dapat diperoleh secara gratis dan dapat digunakan untuk keperluan lain.

Masyarakat memiliki alasan tersendiri dalam penggunaan kantong plastik sekali pakai. Peranan masyarakat yang berbeda dapat memiliki alasan yang berbeda pula. Sebab, setiap peranan masyarakat memiliki cara pandang yang berbeda, termasuk dalam mempertimbangkan alasan menggunakan suatu produk.



Gambar 4. 11. Diagram Persentase Alasan Pemilik Usaha Menggunakan Kantong Plastik Sekali Pakai

Menurut data penelitian yang dilakukan, sebesar 25% masyarakat yang berperan sebagai pemilik usaha memiliki alasan menggunakan kantong plastik karena kantong plastik sekali pakai mudah ditemukan dan praktis digunakan dan sebanyak 36% pemilik usaha mengatakan alasan mereka menggunakan kantong plastik sekali pakai karena harganya yang lebih murah.



Gambar 4. 12. Diagram Persentase Alasan Konsumen Menggunakan Kantong Plastik Sekali Pakai

Sedangkan, Gambar 4.12 menunjukkan alasan konsumen menggunakan kantong plastik sekali pakai sebagai wadah belanjanya. Sebanyak 22,7% masyarakat yang berperan sebagai konsumen memiliki alasan bahwa mereka menggunakan kantong plastik karena kantong plastik sekali pakai lebih mudah ditemukan dan praktis digunakan; dan 32,7% lainnya mengatakan bahwa mereka menggunakan kantong plastik sekali pakai dikarenakan harganya yang lebih murah. Berdasarkan data yang didapat, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas masyarakat menggunakan kantong plastik sekali pakai karena dianggap memiliki harga yang lebih murah. Harga kantong plastik sekali pakai memang jauh lebih murah apabila dibandingkan dengan kantong belanja jenis lainnya terutama kantong belanja *biodegradable*. Kantong *biodegradable* memiliki harga sebesar Rp600,- untuk setiap kantong plastik bervolume 45x18x45 cm. Sedangkan, untuk kantong plastik sekali pakai memiliki harga dibawah Rp100,- sampai Rp200,- per kantong untuk volume yang sama.

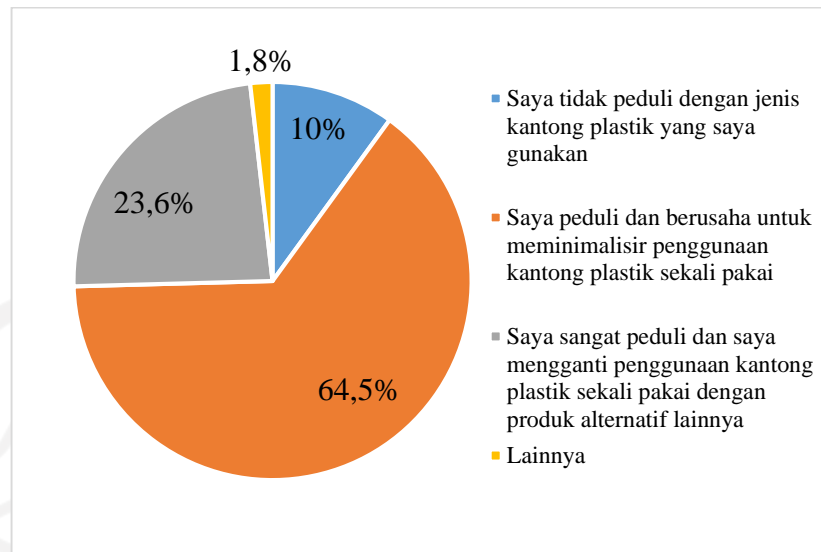
Selain itu, pemilik usaha dan konsumen juga mengatakan bahwa mereka memilih kantong plastik sekali pakai karena mudah ditemukan dan praktis digunakan. Apabila dibandingkan dengan kantong belanja

biodegradable, kantong plastik sekali pakai mudah ditemukan karena hampir seluruh toko/ritel/gerai menyediakan kantong plastik sekali pakai sebagai wadah belanja. Selain faktor ekonomi, pemilik usaha merasa kesulitan untuk menyediakan kantong belanja *biodegradable* karena di Indonesia produsen kantong belanja *biodegradable* masih sangat terbatas. Produsen kantong belanja *biodegradable* mengalami keterbatasan dalam produksi dikarenakan faktor bahan baku yang tersedia jumlahnya masih fluktuatif.

Melihat dari segi penggunaannya, kantong plastik sekali pakai masih dirasa efektif apabila dibandingkan kantong belanja *biodegradable*. Sifatnya yang mudah digunakan dalam berbagai kebutuhan, sifat fisiknya yang ringan, tahan terhadap cuaca tertentu, serta harganya yang lebih terjangkau menjadi sebuah keunggulan masyarakat lebih memilih kantong plastik sekali pakai dibandingkan jenis kantong plastik lainnya (ISWA, 2013). Kesimpulannya adalah masyarakat masih memiliki pandangan yang berorientasikan pada nilai praktis dibandingkan berorientasi pada segi manfaat suatu produk.

4.2.5. Sikap terhadap kantong plastik

Sikap merupakan kecenderungan bertindak, berpresepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi, atau nilai (Rakhmat, 2009). Sikap masyarakat terhadap kantong plastik merupakan dasar perilaku seseorang. Apabila seseorang memiliki perspektif mengenai dampak yang dapat timbul karena penggunaan kantong plastik, maka berpotensi memiliki sikap yang positif terhadap penggunaan kantong plastik.

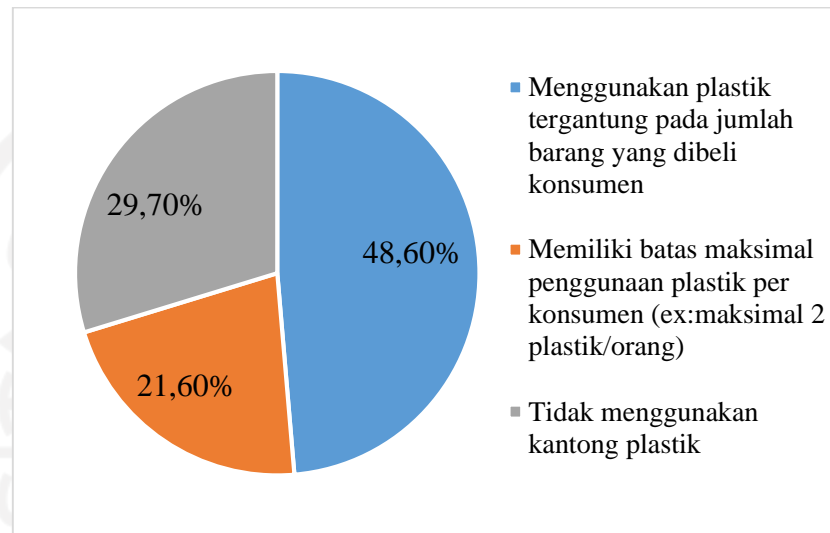


Gambar 4. 13. Diagram Sikap Masyarakat terhadap Kantong Plastik

Gambar 4.13 menunjukkan sikap pemilik usaha dan konsumen terhadap kantong plastik. Terdapat 64,5% masyarakat yang sudah memiliki sikap peduli dan berusaha untuk meminimalisir penggunaan kantong plastik sekali pakai. Berdasarkan data tersebut, masyarakat yang tidak peduli dengan jenis kantong plastik cenderung lebih sedikit dibandingkan masyarakat yang sudah peduli dan berusaha meminimalisir penggunaan kantong plastik sekali pakai. Jumlah masyarakat yang tidak peduli dan peduli menunjukkan nilai yang signifikan. Maka, dapat disimpulkan bahwa masyarakat berpotensi memiliki sikap yang positif terhadap penggunaan kantong plastik. Sikap positif ataupun negatif dapat berpengaruh dalam cara ataupun tindakan masyarakat dalam menggunakan kantong plastik.

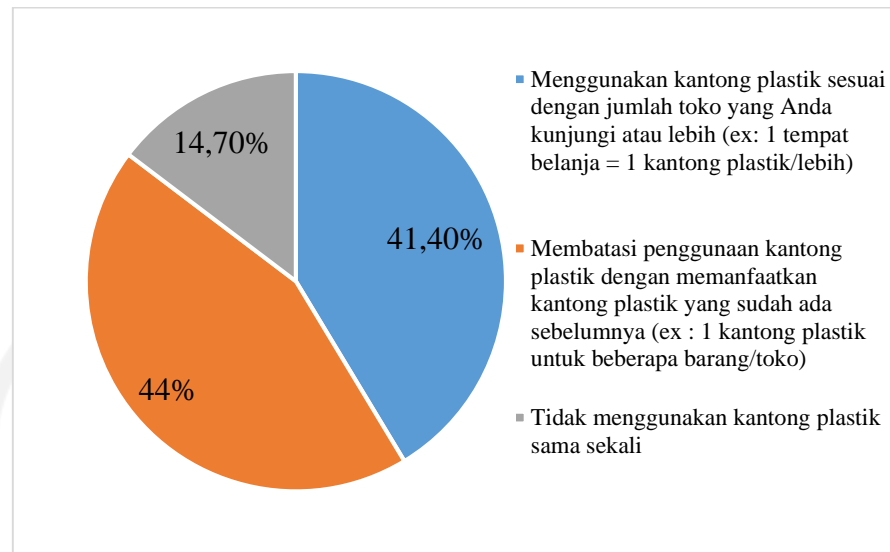
Penelitian ini sejalan dengan Mira,dkk (2014) yang memperoleh hasil yaitu sebesar 53,3% pedagang dan pembeli di Pasar Tradisional Firdaus Kecamatan Medan Tembung memiliki sikap yang positif terhadap penggunaan kantong plastik. Sedangkan hanya 46,7% pedagang dan pembeli yang memiliki sikap buruk terhadap kantong plastik. Walaupun tidak terdapat perbedaan yang cukup signifikan, masyarakat Kecamatan

Medan Tembung memiliki potensi bahwa masyarakat sudah memiliki sikap dan rasa peduli terhadap keberadaan kantong plastik di lingkungan.



Gambar 4. 14. Diagram Cara Pemilik Usaha Menggunakan

Pemilik usaha memiliki peran penting dalam penggunaan kantong plastik pada konsumen. Hal ini mendukung teori bahwasannya toko/ritel/gerai dinilai sebagai pintu gerbang distribusi kantong plastik sekali pakai pada masyarakat atau konsumen. Oleh karena itu, pemilik usaha harus lebih berhati-hati dalam penyediaan kantong plastik di toko/ritel/gerai yang mereka miliki. Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa hanya 21,6% pemilik usaha yang berupaya membatasi penggunaan kantong plastik pada konsumen, sedangkan sebesar 48,6% pemilik usaha memilih untuk menggunakan kantong plastik tergantung pada jumlah barang yang dibeli konsumen.

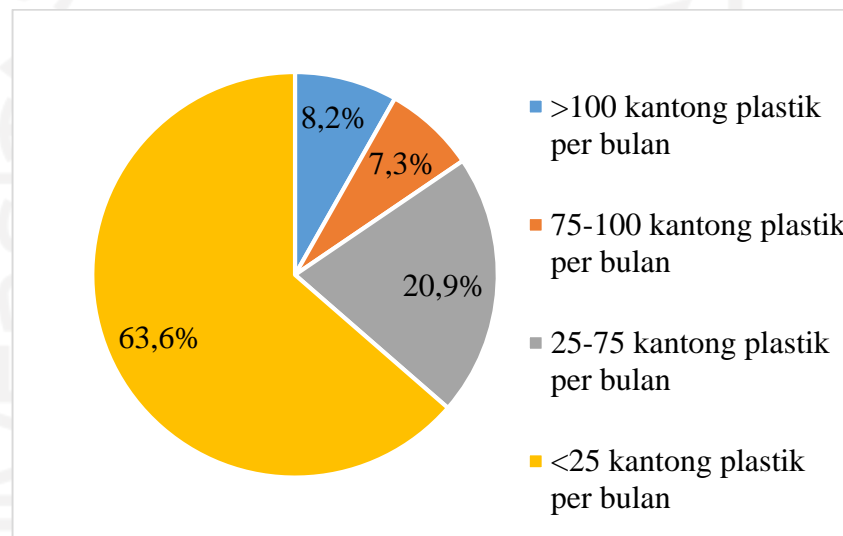


Gambar 4. 15. Diagram Cara Konsumen Menggunakan Kantong Plastik

Gambar 4.15 menunjukkan persentase konsumen yang menggunakan kantong plastik sesuai dengan jumlah toko yang dikunjungi sebesar 41,4%, sedangkan konsumen yang membatasi penggunaan kantong plastik dengan memanfaatkan kantong plastik yang sudah ada sebesar 44%. Berdasarkan nilai tersebut tidak terdapat perbedaan cara yang signifikan antara konsumen yang membatasi penggunaan kantong plastik dengan yang tidak membatasi. Hal ini dikarenakan kebanyakan ritel/toko/gerai belum menerapkan kebijakan penggunaan kantong plastik yang tepat sehingga kesadaran masyarakat untuk meminimalisir penggunaan kantong plastik ataupun keinginan untuk membawa kantong belanja sendiri masih sangat rendah.

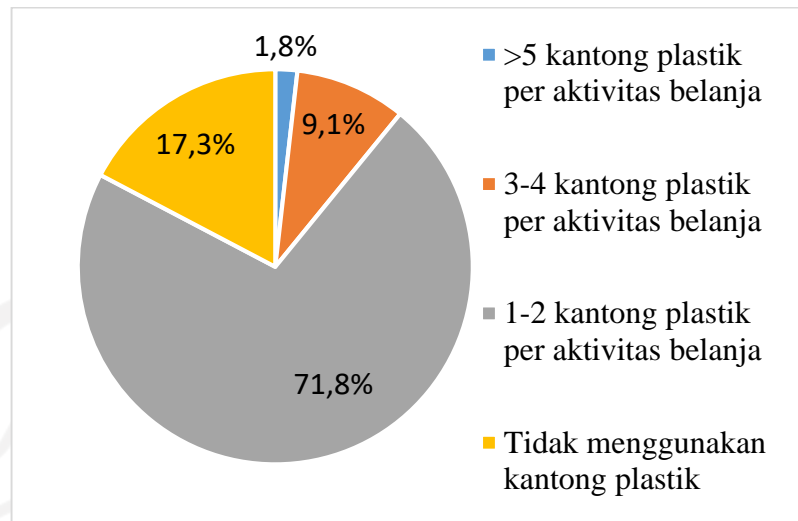
Cara masyarakat menggunakan kantong plastik dapat mempengaruhi jumlah penggunaan kantong plastik. Semakin peduli masyarakat terhadap keberadaan dan penggunaan kantong plastik, maka penggunaan kantong plastik akan semakin diminimalisir. Sehubungan dengan teori yang ada bahwa indikator kesadaran lingkungan yaitu dilakukan dengan mengembangkan empati terhadap segala aspek kehidupan (*developing empathy for all forms of life*), mempraktekkan secara langsung sebagai suatu tindakan dalam suatu kelompok masyarakat

(*embracing sustainability as a community practice*), membuat sesuatu yang tidak ada menjadi ada (*making the invisible visible*), mengantisipasi dampak yang terjadi secara tidak terduga (*anticipating unintended consequences*), dan memahami bagaimana kehidupan berlangsung (*understanding how nature sustains life*) (Goleman,2012). Berdasarkan teori tersebut, pengembangan empati terhadap segala aspek kehidupan digambarkan dalam cara masyarakat terhadap penggunaan kantong plastik yang berhubungan dengan jumlah kantong plastik yang digunakan.



Gambar 4. 16. Diagram Jumlah Kantong yang digunakan Pemilik Usaha

Jumlah kantong yang digunakan pada pemilik usaha tergantung pada kebijakan yang diterapkan pada toko/ritel/gerai yang mereka miliki. Toko/ritel/gerai berhak menentukan dan mengontrol sendiri berapa banyak kantong plastik yang akan dikeluarkan pada tiap kurun waktu tertentu. Berdasarkan data yang diperoleh, sebesar 63,6% pemilik usaha sudah menggunakan kantong plastik kurang dari 25 kantong plastik per bulan. Terdapat nilai yang signifikan antara pemilik usaha yang menggunakan kantong plastik dengan jumlah lebih dari 100 dan kurang dari 25 kantong plastik per bulannya. Hal ini menunjukkan adanya potensi pemilik usaha untuk dapat menerapkan penggantian kantong plastik menjadi kantong belanja jenis lainnya.

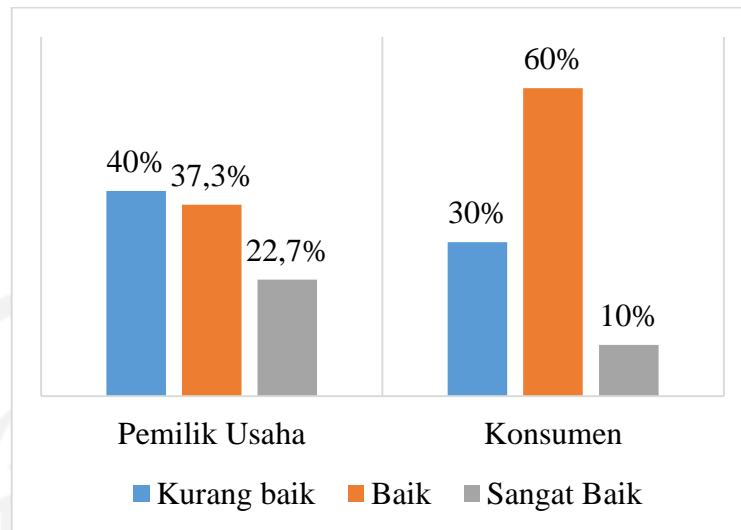


Gambar 4. 17. Diagram Jumlah Kantong yang digunakan Konsumen

Gambar 4.17 menunjukkan persentase jumlah kantong plastik yang digunakan oleh konsumen. Diperoleh presentase sebesar 71,8% konsumen yang hanya menggunakan 1-2 kantong plastik per aktivitas belanja.. Menurut data yang diperoleh, mayoritas konsumen menggunakan kantong plastik pada jumlah yang paling sedikit. Bahkan nilai persentase terbesar kedua merupakan jumlah konsumen yang tidak menggunakan kantong plastik. Dapat dikatakan bahwa terdapat perbandingan jumlah yang signifikan antara konsumen yang menggunakan kantong plastik sedikit dengan jumlah konsumen yang menggunakan kantong plastik paling banyak. Kesimpulannya, konsumen memiliki potensi untuk memiliki perilaku positif apabila terdapat kebijakan penggantian kantong plastik menjadi kantong belanja jenis lain.

4.2.6. Tingkat Perilaku Masyarakat

Analisis tingkat perilaku dilakukan bertujuan untuk mengetahui potensi masyarakat untuk beralih ke kantong belanja *biodegradable*. Tingkat perilaku masyarakat dihitung berdasarkan nilai indikator kebiasaan dan sikap masyarakat. Tingkat tingkah laku yang dihitung dibedakan menjadi dua kategori yaitu pemilik usaha dan konsumen, sebagai berikut :



Gambar 4. 18. Diagram Tingkat Perilaku Masyarakat terhadap Penggunaan Kantong Belanja *Biodegradable*

Grafik diatas menunjukkan besaran persentase tingkat perilaku masing-masing kategori. Pada pemilik usaha terdapat 40% responden memiliki tingkat perilaku terhadap kantong plastik “kurang baik”. Sedangkan sebagian besar konsumen memiliki tingkat perilaku “baik” sebesar 60%.

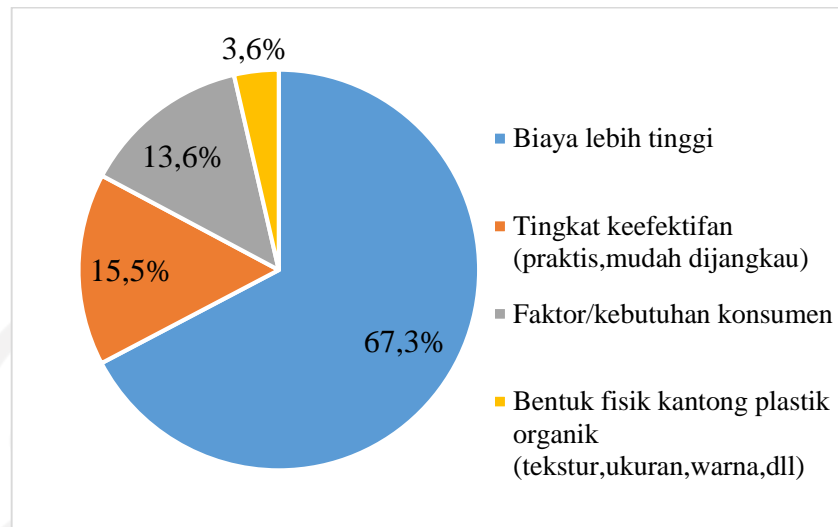
Tingkat perilaku masyarakat “kurang baik” merupakan golongan masyarakat yang memiliki sikap tidak peduli dengan kantong plastik yang mereka gunakan ataupun kurang bijak dalam penggunaan kantong plastik. Misalnya, tidak membatasi jumlah kantong plastik yang digunakan. Tingkat perilaku seseorang dapat dikatakan “baik” apabila sudah mulai memiliki kesadaran akan kebijakan penggunaan kantong plastik. Setidaknya, seseorang yang memiliki tingkat perilaku baik sudah berusaha meminimalisir jumlah penggunaan kantong plastik. Walaupun begitu, perilaku seperti itu dapat mencerminkan prinsip *reduce* (pengurangan penggunaan) yang tidak mudah dilakukan. Sedangkan tingkat perilaku seseorang dinilai “sangat baik” apabila memiliki sikap yang sangat peduli terhadap lingkungan. Sikap sangat peduli dapat timbul karena faktor pengetahuan lingkungan yang ada pada diri seseorang. Seseorang

cenderung akan berperilaku apabila dilandaskan dengan keyakinan dan pengetahuan yang cukup. Perilaku sangat baik dapat diwujudkan dengan melakukan upaya penggantian kantong plastik dengan produk alternatif lainnya seperti tas belanja pribadi yang selalu dibawa.

4.2.7. Faktor Penggunaan Kantong *Biodegradable*

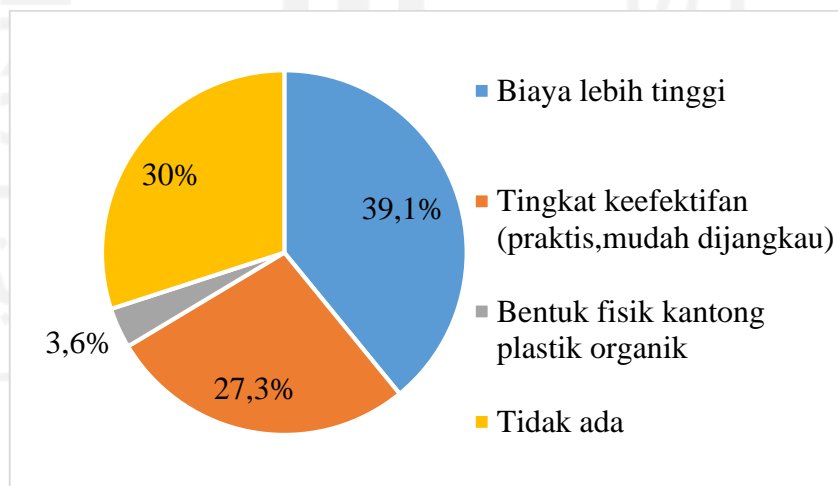
Penggunaan kantong belanja *biodegradable* merupakan suatu keputusan yang tidak dapat terjadi secara begitu saja. Faktor sosial, budaya, individu, dan psikologi memberi kontribusi pada pembentukan keputusan penggunaan kantong *biodegradable*. Penggunaan kantong *biodegradable* ini dipengaruhi oleh faktor individu dan faktor psikologi. Faktor individu merupakan faktor yang melibatkan keadaan ekonomi suatu individu. Faktor psikologis merupakan faktor yang muncul dari dalam diri seseorang yang dapat berbentuk tekanan. Apabila individu ingin memutuskan menggunakan produk, maka akan memperhatikan bentuk produk, ukuran produk tersebut, berat ringannya produk, bahan produk tersebut, warna dari produk tersebut, bahkan merek dari produk tersebut (Buchari, 2018).

Kantong plastik sekali pakai merupakan jenis kantong belanja yang paling sering digunakan karena alasan mudah ditemukan, digunakan, dan harganya yang relatif lebih murah. Untuk beralih pada penggunaan produk alternatif pengganti kantong plastik sekali pakai dirasa cukup sulit. Sulitnya penggantian kantong plastik sekali pakai menjadi kantong belanja dapat disebabkan karena terdapat kendala yang menyangkut faktor individu ataupun faktor psikologis seseorang terhadap suatu produk.



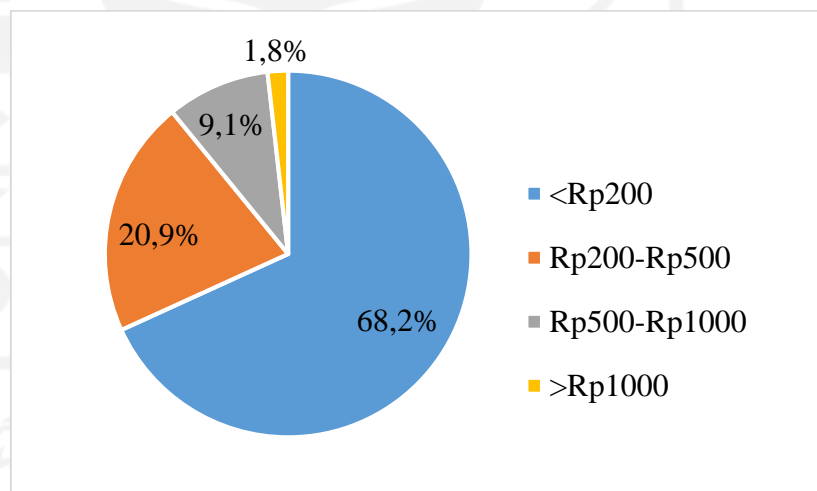
Gambar 4. 19. Diagram Kendala Pemilik Usaha dalam Penggunaan Kantong Belanja *Biodegradable*

Gambar 4.19 menunjukkan bahwa sebesar 15,5% pemilik usaha menganggap bahwa tingkat keefektifan kantong *biodegradable* menjadi kendala penggunaan kantong *biodegradable*; dan sebesar 67,3% pemilik usaha mengatakan bahwa mereka memiliki kendala penggunaan kantong *biodegradable* dari segi biaya.



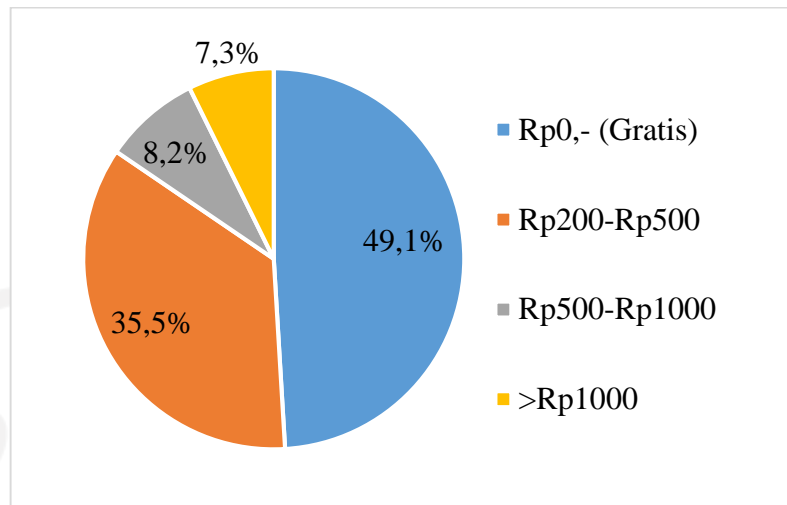
Gambar 4. 20. Diagram Kendala Konsumen dalam Menggunakan Kantong Belanja *Biodegradable*

Begitu pula kendala yang ada pada konsumen diperoleh persentase 27,3% mengatakan karena tingkat keefektifan kantong belanja *biodegradable* dan sebesar 39,1% konsumen mengatakan bahwa biaya yang lebih tinggi menjadi kendala mereka untuk beralih ke kantong belanja *biodegradable*. Pemilik usaha dan konsumen memiliki kendala yang sama yaitu biaya yang lebih tinggi. Harga plastik *biodegradable* memang cenderung lebih tinggi apabila dibandingkan dengan harga kantong plastik konvensional. Harga kantong belanja *biodegradable* dapat mencapai dua sampai dua setengah kali lipat lebih mahal dibandingkan harga plastik konvensional. Harga kantong *biodegradable* lebih tinggi dikarenakan bahan baku yang digunakan juga memiliki harga yang lebih tinggi dibandingkan bahan baku pembuat plastik lainnya (SWA, 2014). Adapun biaya yang diharapkan oleh masyarakat untuk harga satuan kantong belanja yang digunakan :



Gambar 4. 21. Diagram Biaya Kantong Belanja yang diharapkan Pemilik Usaha

Pada Gambar 4.21 terdapat biaya atau harga yang diharapkan pemilik usaha untuk harga satuan kantong belanja pada usaha yang mereka miliki. Sebanyak 68,2% pemilik usaha memilih harga kurang dari Rp200 untuk harga kantong belanja pada usaha yang mereka miliki.



Gambar 4. 22. Diagram Biaya Kantong Belanja yang diharapkan Konsumen

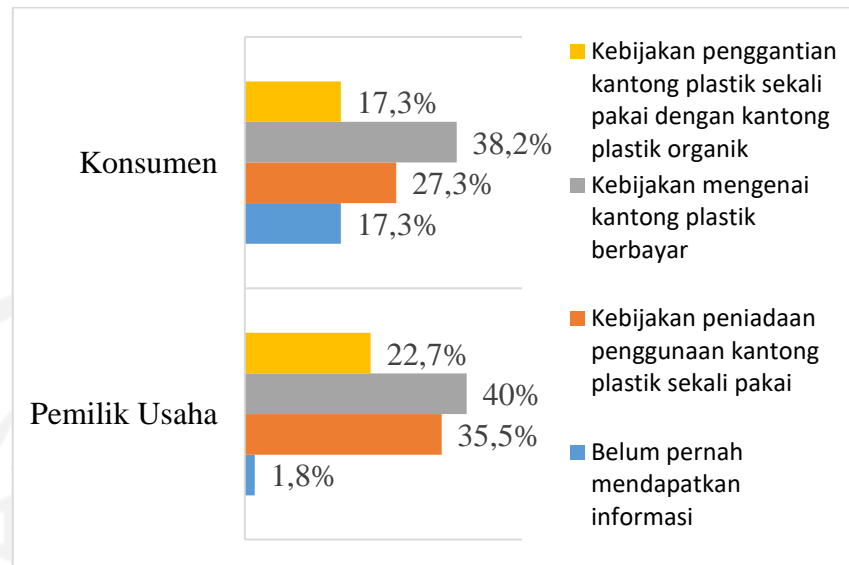
Gambar 4.22 menunjukkan biaya kantong belanja yang diharapkan oleh konsumen. Sebesar 49,1% konsumen memilih kantong belanja yang diberikan secara gratis. Berdasarkan data yang diperoleh, diketahui bahwa nilai persentase tertinggi pada pemilik usaha dan konsumen untuk biaya yang diharapkan adalah kurang dari Rp200 dan Rp0 atau gratis. Hal ini sejalan dengan kendala yang dialami oleh pemilik usaha dan konsumen.

4.2.8. Kesiapan Penggunaan Kantong *Biodegradable*

Indonesia merupakan negara hukum. Segala sesuatu yang berhubungan dengan kehidupan masyarakat Indonesia dilandaskan atas dasar hukum yang ditetapkan. Pengelolaan sampah merupakan hal penting yang ada dalam kehidupan masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan regulasi atau dasar hukum yang dapat menjadi landasan masyarakat Indonesia dalam upaya pengelolaan sampah terutama sampah plastik. Di Indonesia sudah ada beberapa aturan yang diberlakukan untuk menangani permasalahan sampah plastik sekali pakai yang ada di Indonesia. Peraturan yang ada di Indonesia antara lain :

1. Kebijakan peniadaan kantong plastik sekali pakai
Tercantum dalam Permen LHK RI No.P75 tahun 2019 tentang Peta Jalan Pengurangan Sampah oleh Produsen. Regulasi ini bertujuan untuk mengurangi volume sampah plastik yang ada di Indonesia. Didalamnya terdapat larangan penggunaan kantong plastik sekali pakai. Peraturan ini akan diberlakukan efektif pada 1 Januari 2030.
2. Kebijakan kantong plastik berbayar
Tercantum pada Surat Edaran Direktorat Jenderal Pengelolaan Sampah, Limbah, dan Bahan Berbahaya dan Beracun KLHK Nomor : SE-06/PSLB3-PS/2015 tentang Langkah Antisipasi Penerapan Kebijakan Kantong Plastik Berbayar pada Usaha Ritel Modern. Kemudian kebijakan tersebut ditindaklanjuti dengan Surat Edaran KLHK Direktorat Jenderal Pengelolaan Sampah, Limbah dan Bahan Berbahaya dan Beracun Nomor: S.1230/PSLB3-PS/2016 tentang Harga dan Mekanisme Penerapan Kantong Plastik Berbayar.
3. Kebijakan mengenai penggantian kantong plastik sekali pakai dengan kantong *biodegradable* (organik)
Tercantum pada Pergub DKI No.142 Tahun 2019 tentang Penggunaan Kantong Belanja Ramah Lingkungan pada Pusat Perbelanjaan, Toko Swalayan, dan Pasar Rakyat.

Beberapa peraturan mengenai kantong plastik diatas sudah banyak diterapkan pada toko/ritel/gerai yang ada di Indonesia. Mereka berhak memilih kebijakan mana yang dapat diterapkan dan dirasa paling efektif untuk diberlakukan pada toko/ritel/gerai tersebut. Kebijakan mengenai kantong plastik ini tentu harus diketahui oleh masyarakat Indonesia. Berikut ini analisis pengetahuan masyarakat Indonesia mengenai regulasi yang ada di Indonesia terkait kantong plastik :



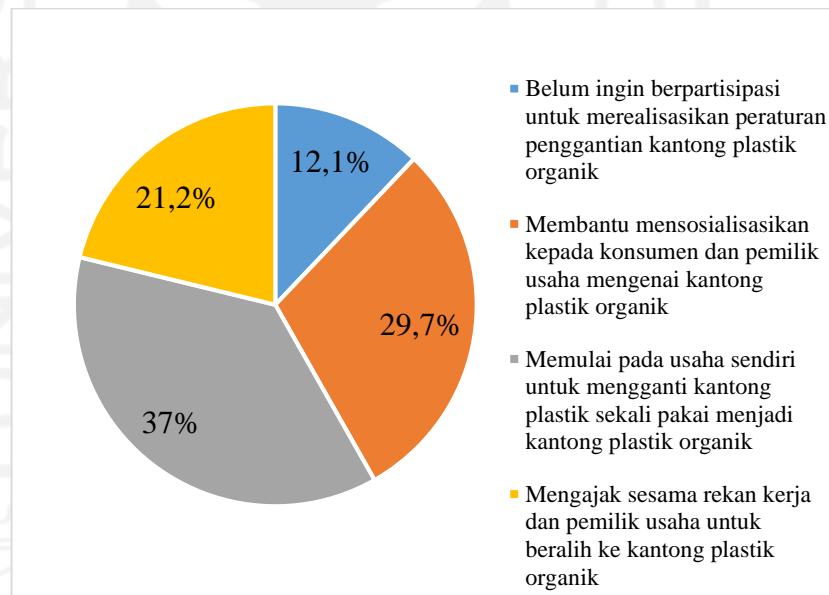
Gambar 4. 23. Grafik Kebijakan yang Pemilik Usaha dan Konsumen ketahui

Berdasarkan grafik pada gambar 4.23, menunjukkan bahwa pengetahuan pemilik usaha dan konsumen mengenai kebijakan kantong plastik yang ada di Indonesia. Diperoleh besaran persentase sebesar 40% pemilik usaha mengetahui kebijakan mengenai kantong plastik berbayar. Begitu pula dengan konsumen, terdapat 38,2% konsumen cenderung lebih mengetahui kebijakan mengenai kantong plastik berbayar.

Pemilik usaha dan konsumen cenderung mengetahui kebijakan kantong plastik berbayar dibandingkan dengan kebijakan penggantian kantong plastik dengan kantong *biodegradable*. Hal tersebut dilihat dari adanya perbedaan nilai persentase yang cukup signifikan. Maka dapat disimpulkan bahwa, masih banyak masyarakat yang belum mengetahui kebijakan penggantian kantong *biodegradable*. Penyebab masyarakat belum mengetahui kebijakan penggantian kantong *biodegradable* adalah belum ditetapkannya kebijakan penggantian kantong *biodegradable* secara merata disetiap wilayah. Indonesia cenderung menerapkan kebijakan kantong plastik berbayar pada kebanyakan minimarket seperti Indomaret dan Alfamart yang menjadi salah satu tempat berbelanja paling sering dikunjungi konsumen.

4.2.9. Upaya yang dapat dilakukan

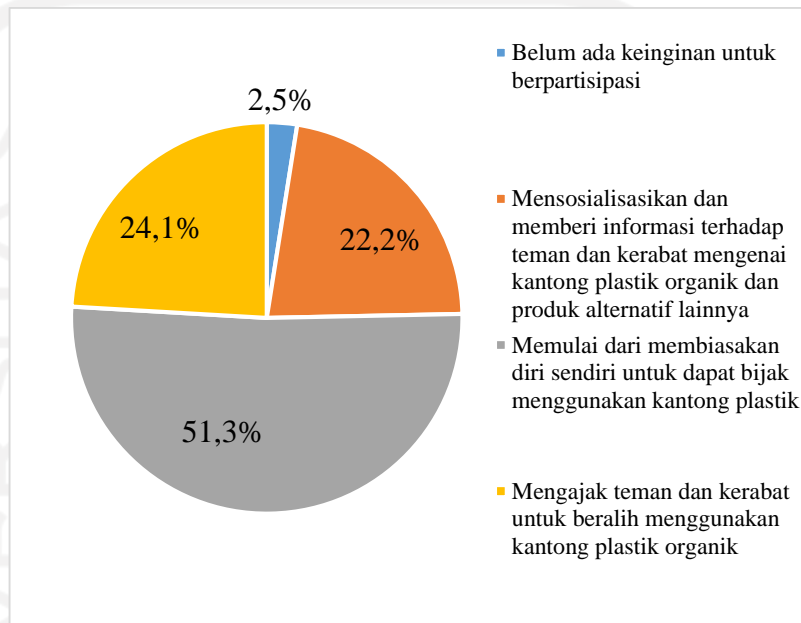
Pengetahuan masyarakat mengenai kebijakan penggantian kantong plastik mengharuskan masyarakat untuk berfikir upaya yang akan dilakukan apabila kebijakan mengenai penggantian kantong plastik tersebut diberlakukan di Indonesia. Upaya penting dilakukan untuk mewujudkan suatu tujuan tertentu. Tujuan dalam hal ini adalah pengurangan jumlah penggunaan kantong plastik. Upaya yang dilakukan menggambarkan respon seseorang terhadap sesuatu. Masyarakat yang memiliki respon positif akan mengupayakan dirinya dapat berpartisipasi dalam perwujudan kebijakan yang ada. Upaya merupakan tindakan nyata yang didasari oleh adanya aspek *kognitif* dan *afektif*. Pemilik usaha merupakan sumber yang sangat berpengaruh terhadap ketersediaan penggunaan kantong plastik.



Gambar 4. 24. Diagram Upaya Pemilik Usaha

Berdasarkan diagram 4.24, menunjukkan bahwa sebesar 37% masyarakat berinisiatif untuk melakukan upaya dengan memulai pada usaha sendiri untuk mengganti kantong plastik sekali pakai menjadi kantong plastik *biodegradable*. Sebesar 29,7% pemilik usaha melakukan upaya untuk bersedia membantu mensosialisasikan kepada konsumen dan pemilik usaha lainnya mengenai produk kantong biodegradable; sebesar 21,2%

pemilik usaha sanggup melakukan upaya untuk mengajak sesama rekan kerja dan pemilik usaha untuk beralih ke kantong plastik organik; sedangkan sebanyak 12,1% pemilik usaha lainnya belum ingin berpartisipasi untuk merealisasikan peraturan penggantian kantong plastik *biodegradable*.

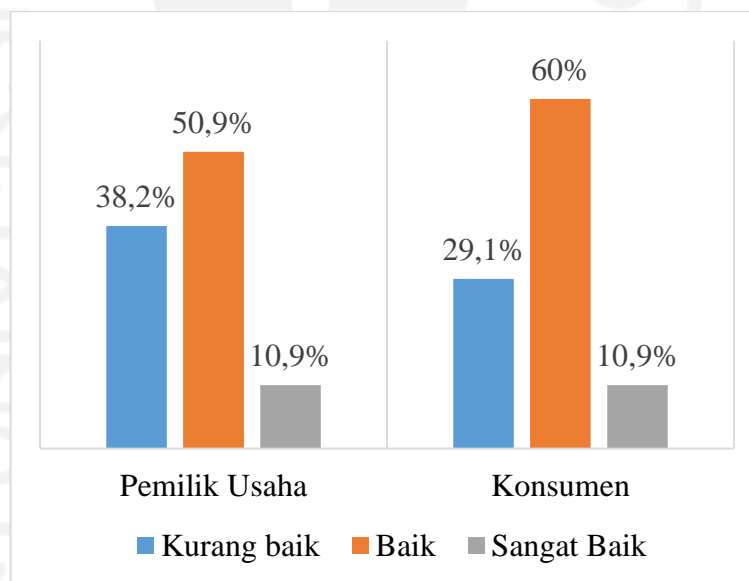


Gambar 4. 25. Diagram Upaya Konsumen

Menurut sudut pandang konsumen, sebesar 51,3% konsumen memilih melakukan upaya melalui membiasakan diri untuk dapat bijak menggunakan kantong plastik. Berdasarkan diagram tersebut terdapat perbedaan nilai persentase yang signifikan antara konsumen yang belum ingin berpartisipasi dan konsumen yang ikut berupaya dalam perwujudan penggantian kantong *biodegradable*. Hal ini menandakan bahwa konsumen lebih cenderung memiliki perilaku positif terhadap kebijakan penggantian kantong organik. Hal ini dapat dilihat dari keinginan masyarakat untuk ikut berupaya walaupun dimulai dari dalam diri konsumen sendiri.

4.2.10. Tingkat Penggunaan Kantong *Biodegradable*

Tingkat penggunaan kantong *biodegradable* dilakukan dengan mengukur indikator faktor yang mempengaruhi penggunaan kantong *biodegradable* dan indikator kesiapan masyarakat terhadap penggunaan kantong *biodegradable*. Nilai tingkat penggunaan kantong *biodegradable* menjadi tolak ukur kesediaan masyarakat terhadap penggantian kantong *biodegradable*. Masyarakat dapat dikatakan siap apabila mengetahui apa saja kendala yang memungkinkan terjadi, mengetahui dari segi ekonomi, dan mengetahui informasi mengenai kebijakan penggantian kantong plastik menjadi kantong *biodegradable*, sehingga dapat diwujudkan sebagai upaya atau tindakan sehari-hari.



Gambar 4. 26. Grafik tingkat penggunaan

Berdasarkan gambar 4.26, diketahui bahwa 50,9% pemilik usaha memiliki tingkat penggunaan kantong *biodegradable* “baik”. Begitu juga dengan konsumen yang memiliki tingkat penggunaan “baik” sebesar 60% konsumen. Grafik tersebut menunjukkan perbedaan yang cukup signifikan antara masyarakat yang memiliki tingkat penggunaan kurang baik dan masyarakat yang memiliki tingkat penggunaan “baik” dan “sangat baik”. Masyarakat yang memiliki tingkat “kurang baik” penggunaan kantong *biodegradable* dapat dipengaruhi karena adanya kendala, kurangnya

pengetahuan dan informasi, atau tidak ada minat yang muncul dari diri seseorang tersebut untuk berupaya melakukan tindakan peralihan dari suatu produk. Kemudian, untuk masyarakat yang memiliki tingkat “baik” dapat disebabkan oleh adanya kendala untuk orang tersebut melakukan upaya untuk beralih ke kantong *biodegradable*. Sedangkan masyarakat yang memiliki tingkat “sangat baik” merupakan masyarakat yang memiliki kesiapan baik dari segi pengetahuan, ekonomi, ataupun upaya untuk mewujudkan suatu tindakan dalam penggantian kantong plastik menjadi kantong *biodegradable*.

Tingkat penggunaan plastik *biodegradable* dapat terus dilakukan peningkatan, hal ini dapat dilakukan dengan melakukan upaya sosialisasi terkait kantong *biodegradable*. Upaya perubahan perilaku seseorang dapat melalui sosialisasi yang dilakukan secara berulang. Apabila sosialisasi sering dilakukan, dapat mempengaruhi pengetahuan dan pengalaman masyarakat. Peningkatan pengetahuan dan pengalaman seseorang akan berpotensi pada meningkatkan rasa kesadaran pada diri manusia. Perilaku ramah lingkungan merupakan salah satu bentuk nyata dari adanya pengetahuan lingkungan.

4.3. Uji Korelasi

4.3.1. Hubungan antara Indikator pengetahuan lingkungan dengan pengetahuan produk

Pengetahuan lingkungan merupakan suatu informasi dasar seseorang mengenai sesuatu yang dapat dilakukan untuk melindungi lingkungan (Lee, 2011). Pengetahuan produk merupakan kumpulan informasi mengenai produk yang dibagi menjadi tiga jenis pengetahuan produk, diantaranya pengetahuan mengenai karakteristik atau atribut produk, pengetahuan mengenai manfaat produk, dan pengetahuan tentang kepuasan terhadap suatu produk (Sumarwan, 2015). Dapat diasumsikan bahwa pengetahuan lingkungan dan pengetahuan produk memiliki hubungan. Semakin tinggi pengetahuan mengenai dampak lingkungan dan upaya penanganannya, maka seseorang tersebut akan mengetahui berbagai produk yang dapat melindungi lingkungan. Hal ini sejalan dengan teori bahwa pengetahuan produk adalah mengetahui manfaat dari produk itu sendiri, seperti produk alternatif kantong plastik yang memiliki manfaat untuk menjaga lingkungan. Untuk membuktikan asumsi tersebut, maka dilakukan uji korelasi antara pengetahuan lingkungan dan pengetahuan produk.

Pada uji korelasi yang dilakukan diperoleh nilai *Sig (2-tailed)* sebesar 0,000. Dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara pengetahuan lingkungan dan pengetahuan produk. Diperoleh nilai R sebesar 0,566 yang berarti terdapat tingkat hubungan “sedang” antara pengetahuan lingkungan dan pengetahuan produk. Asumsi jika pengetahuan lingkungan dan pengetahuan produk memiliki korelasi terbukti oleh nilai positif pada data yang menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan lingkungan, maka pengetahuan tentang produk juga akan semakin meningkat.

Penelitian ini sebanding dengan pernyataan Chen (2013) yaitu semakin baik pengetahuan lingkungan yang dimiliki oleh individu, maka individu tersebut akan semakin mengetahui kualitas produk ramah lingkungan. Penelitian yang dilakukan menunjukkan nilai probabilitas 0,000 yang menandakan bahwa terdapat hubungan positif antara pengetahuan lingkungan dengan pengetahuan konsumen terkait produk air mineral ramah lingkungan.

4.3.2. Hubungan Indikator kebiasaan dan sikap masyarakat

Aspek kebiasaan dalam penelitian ini terdiri dari jenis kantong plastik yang sering digunakan dan alasannya. Sedangkan aspek sikap terdiri dari cara penggunaan kantong plastik, sikap terhadap kantong plastik, dan jumlah konsumsi kantong plastik. Kebiasaan merupakan suatu tindakan yang terjadi secara tidak sengaja dan berulang. Kebiasaan akan menentukan sikap suatu individu. Diasumsikan bahwa kebiasaan yang baik, akan memicu tumbuhnya sikap positif terhadap sesuatu. Asumsi tersebut kemudian dibuktikan dengan melakukan uji korelasi. Pada uji korelasi yang telah dilakukan, menunjukkan nilai *Sig (2-tailed)* sebesar 0,000. Dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan signifikan kebiasaan dan sikap seseorang terhadap penggunaan kantong belanja. Diperoleh nilai R sebesar 0,410 yang menandakan terdapat tingkat hubungan “sedang” antara kebiasaan dan sikap masyarakat. Asumsi jika seseorang memiliki kebiasaan baik, maka sikap yang muncul akan positif terbukti pada uji korelasi yang menunjukkan arah korelasi positif.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Nuraini dan Asthiningsih (2020) yang menyatakan adanya hubungan signifikan antara sikap dan kebiasaan konsumsi makanan cepat saji pada siswi kelas XI di SMAN Samarinda. Nilai korelasi yang didapat sebesar 0,21 yang menunjukkan korelasi “rendah” dengan arah korelasi positif. Arah korelasi positif berarti bahwa kebiasaan remaja sangat berpengaruh terhadap sikap dalam memilih makanan.

4.3.3. Hubungan indikator pengetahuan lingkungan dengan variabel perilaku

Pengetahuan lingkungan merupakan salah satu dasar seseorang untuk berperilaku ramah lingkungan. Pada penelitian ini, dilakukan uji korelasi antara indikator pengetahuan lingkungan dengan variabel perilaku. Uji korelasi dilakukan untuk melihat ada atau tidak hubungan diantara keduanya. Seseorang yang memiliki pengetahuan lingkungan dapat berpengaruh pada perilaku seseorang tersebut. Semakin tinggi tingkat pengetahuan lingkungan, maka perilaku seseorang pada lingkungan akan semakin baik.

Hasil penelitian Chan dan Lau (2000) menunjukkan hasil yang signifikan pengaruh pengetahuan lingkungan dengan perilaku beli hijau. Untuk mengetahui hubungan pengetahuan lingkungan dengan perilaku terhadap kantong belanja *biodegradable*, dilakukan uji korelasi dan diketahui nilai *Sig (2-tailed)* sebesar 0,006. Nilai tersebut menandakan adanya korelasi antara indikator pengetahuan lingkungan dan variabel perilaku. Diperoleh besaran nilai R yaitu 0,184 yang termasuk dalam tingkat korelasi “sangat rendah” dengan arah korelasi positif. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan seseorang mengenai lingkungan, akan berpotensi menimbulkan perilaku positif terhadap penggunaan kantong belanja *biodegradable*.

Penelitian ini sejalan dengan Maleki dan Karimzadeh (2011) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara pengetahuan lingkungan dan perilaku konsumsi energi. Lebih dari 60% responden penelitian menganggap bahwa perilaku ramah lingkungan dapat terhambat karena kurangnya pengetahuan seseorang. Selain itu, menurut Kollmuss et al., (2000) pengetahuan yang mendalam mengenai isu lingkungan dan tindakan yang dapat dilakukan untuk menjaga lingkungan yang ada pada diri seseorang, dapat lebih mudah untuk seseorang tersebut berperilaku ramah lingkungan.

4.3.4. Hubungan Variabel Respon dengan Variabel Perilaku

Respon merupakan aspek *kognitif* yang terbentuk karena adanya pengetahuan dan pengalaman terhadap sesuatu. Pengetahuan adalah hal mendasar yang mempengaruhi seseorang untuk dapat menilai sesuatu. Semakin besar tingkat pengetahuan seseorang, maka semakin mudah seseorang menilai sesuatu dengan baik. Pengetahuan merupakan hal penting pada proses pembentukan tindakan seseorang terhadap sesuatu (*over behavior*) (Notoatmodjo, 2010).

Hasil uji korelasi menunjukkan nilai *Sig (2-tailed)* sebesar 0,002 yang menunjukkan adanya korelasi yang signifikan antara variabel respon dan variabel perilaku. Diperoleh nilai R sebesar 0,211 yang menandakan tingkat korelasi rendah, yang mana dapat diartikan walaupun memiliki nilai korelasi yang rendah, kedua variabel tersebut memiliki kecenderungan bahwa adanya hubungan diantara keduanya dengan arah positif. Apabila respon masyarakat terhadap kantong *biodegradable* baik, maka perilaku masyarakat juga berpotensi memiliki perilaku positif. Hal ini sejalan dengan penelitian Anggraeni dan Rosiani (2013) yang menganalisis hubungan antara komponen kognitif dan komponen perilaku. Didapat nilai korelasi 0,228 yang menandakan bahwa terdapat hubungan yang lemah dan positif antara komponen *kognitif* dan *behavioral*. Nilai sig. didapatkan sebesar 0,002 yang memiliki arti bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara komponen *kognitif* dengan komponen perilaku.

4.3.5. Hubungan Variabel Respon dengan Variabel Penggunaan

Respon memiliki hubungan dengan pengetahuan. Pengetahuan mendalam seseorang terhadap produk memiliki potensi untuk seseorang tersebut menggunakan produk tersebut. Respon yang baik terhadap produk, akan meningkatkan minat seseorang dalam penggunaan suatu produk. Berdasarkan asumsi tersebut, maka dilakukan analisis korelasi sehingga diperoleh nilai *Sig (2-tailed)* sebesar 0,001 yang menunjukkan adanya korelasi yang signifikan antara variabel respon dan variabel perilaku.

Diperoleh nilai R sebesar 0,221 yang menandakan tingkat korelasi rendah dan memiliki arah positif. Apabila respon masyarakat terhadap kantong *biodegradable* baik, maka perilaku masyarakat juga berpotensi memiliki tingkat penggunaan kantong belanja *biodegradable* yang tinggi. Hal ini sejalan dengan penelitian Anisa dan Yosini (2021) yang mengatakan bahwa semakin tinggi pengetahuan masyarakat mengenai *green packaging*, maka akan berpengaruh pada penggunaan *green packaging*. Faktor dominan yang menjadi pertimbangan masyarakat dalam mengenal dan menggunakan *green packaging* adalah peduli lingkungan, media sosial dan lingkungan sosial sekitar.

4.3.6. Hubungan Variabel Perilaku dan Variabel Penggunaan

Perilaku seseorang mempengaruhi penggunaan seseorang terhadap suatu produk. Perilaku berpotensi memiliki hubungan dengan penggunaan produk. Dilakukan uji korelasi dan diperoleh nilai Sig (2-tailed) sebesar 0,000 yang menunjukkan adanya korelasi yang signifikan antara variabel respon dan variabel perilaku. Diperoleh nilai R sebesar 0,384 yang menandakan tingkat korelasi rendah dan memiliki arah positif. Apabila perilaku masyarakat terhadap kantong *biodegradable* baik, maka tingkat penggunaan kantong belanja organik berpotensi tinggi. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Ayi Indah dan Lindawati (2017) yang mengatakan bahwa adanya kebijakan dapat mempengaruhi perubahan perilaku masyarakat untuk menerapkan *green behavior* dan meminimalisir penggunaan kantong plastik.

4.4. Uji Komparatif

4.4.1. Perbedaan Berdasarkan Kategori Responden

Pada penelitian ini responden dibagi menjadi dua kategori yaitu pemilik usaha dan konsumen. Pada setiap peranan masyarakat berpotensi memiliki respon yang berbeda dalam menanggapi sesuatu. Perbedaan respon dapat mempengaruhi seseorang dalam berperilaku dan memilih produk yang mereka gunakan. Uji komparatif dalam penelitian ini

dilakukan bertujuan untuk mengetahui apakah ada perbedaan respon, perilaku, dan tingkat penggunaan kantong *biodegradable* pada pemilik usaha dan konsumen. Dasar pengambilan keputusan uji komparatif ini, yaitu sebagai berikut :

H0 = Ada perbedaan respon, perilaku, dan penggunaan kantong *biodegradable* antara pemilik usaha dan konsumen

H1 = Tidak ada perbedaan respon, perilaku, dan penggunaan kantong *biodegradable* antara pemilik usaha dan konsumen

Berdasarkan hipotesis tersebut ***H0 diterima apabila nilai Sig < 0,05***

H1 diterima apabila nilai Sig > 0,05

Tabel 4. 1. Uji Komparatif Berdasarkan Kategori Responden

Variabel	Sig	Keterangan
Respon	0,389	Tidak signifikan
Perilaku	0,631	Tidak signifikan
Penggunaan kantong <i>biodegradable</i>	0,038	Signifikan

Tabel 4.1. menunjukkan bahwa respon antara pemilik usaha dan konsumen memiliki nilai Sig. 0,389 (Sig > 0,05). Pada variabel perilaku menunjukkan nilai Sig. 0,631 (Sig > 0,05). Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan respon dan perilaku antara pemilik usaha dan konsumen. Sedangkan pada penggunaan kantong *biodegradable* menunjukkan nilai Sig. 0,038 (Sig < 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan penggunaan kantong *biodegradable* antara pemilik usaha dan konsumen.

Perbedaan tingkat penggunaan kantong *biodegradable* antara pemilik usaha dan konsumen dapat timbul apabila ditinjau dari sisi ekonomi. Mayoritas pemilik usaha cenderung memilih kantong plastik

sekali pakai sebagai kemasan produknya dibandingkan dengan menggunakan kantong *biodegradable*. Hal utama yang menjadi alasan pemilik usaha tidak memilih kantong *biodegradable* adalah karena harga kantong *biodegradable* yang relatif tinggi. Sementara itu, pemilik usaha masih memiliki prioritas untuk meminimalisir pengeluaran supaya mendapatkan keuntungan yang layak. Untuk menerapkan adanya *green packaging*, pemilik usaha harus mengeluarkan biaya yang lebih tinggi. Hal ini yang menjadikan pemilik usaha cenderung sulit untuk beralih ke kantong *biodegradable* dibandingkan konsumen. Sebab, apabila melihat dari sisi konsumen, konsumen menggunakan kantong belanja sesuai dengan kebijakan toko/ritel/gerai tempat mereka berbelanja. Apabila tempat mereka berbelanja menerapkan kebijakan pelarangan penggunaan kantong plastik sekali pakai, maka konsumen mau tidak mau harus mengikuti kebijakan tersebut. Oleh karena itu, konsumen memiliki potensi penggunaan kantong *biodegradable* lebih tinggi daripada pemilik usaha.

4.4.2. Perbedaan Respon, Perilaku, dan Penggunaan Kantong *Biodegradable* antara Pemilik Usaha dan Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin dapat mempengaruhi seseorang dalam menggunakan suatu produk ramah lingkungan. Wanita cenderung lebih peduli menggunakan barang ramah lingkungan dibandingkan laki-laki. Untuk menguji hal tersebut dilakukan uji komparatif dengan pengujian *anova two way*. Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

H₀ = Ada perbedaan respon, perilaku, dan penggunaan kantong *biodegradable* antara pemilik usaha dan konsumen berdasarkan jenis kelamin

H₁ = Tidak ada perbedaan respon, perilaku, dan penggunaan kantong *biodegradable* antara pemilik usaha dan konsumen berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan hipotesis tersebut *H0 diterima apabila nilai Sig<0,05*

H1 diterima apabila nilai Sig>0,05

Tabel 4. 2. Uji Komparatif Berdasarkan Jenis Kelamin

Variabel	Sig	Keterangan
Respon	0,032	Signifikan
Perilaku	0,018	Signifikan
Penggunaan kantong <i>biodegradable</i>	0,045	Signifikan

Berdasarkan tabel 4.2. menunjukkan bahwa respon antara laki-laki dan perempuan memiliki nilai Sig.0,032 (Sig<0,05). Pada variabel perilaku diperoleh nilai Sig.0,018 (Sig<0,05). Selain itu, pada variabel penggunaan kantong *biodegradable* diperoleh nilai Sig.0,045 (Sig<0,05). Maka, dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan respon, perilaku, dan penggunaan kantong *biodegradable* antara pemilik usaha dan konsumen berdasarkan jenis kelamin.

Mainieri et al (1997) membuktikan bahwa perempuan lebih berpartisipasi dalam perilaku yang ramah lingkungan secara umum dan konsumsi ramah lingkungan yang spesifik dibandingkan laki-laki. Hal ini sejalan dengan penelitian Lee (2009) mengatakan bahwa jenis kelamin memiliki korelasi terhadap pengetahuan lingkungan yang dapat mempengaruhi perilaku pembelian ramah lingkungan. Penelitian tersebut menemukan bahwa remaja perempuan memiliki skor yang lebih tinggi dari perilaku pembelian ramah lingkungan. Remaja perempuan memiliki sikap, perhatian, keseriusan yang tinggi terhadap lingkungan sekitar. Secara umum, perempuan lebih berpartisipasi dalam kegiatan ramah lingkungan dibandingkan laki-laki.

4.4.3. Perbedaan Respon, Perilaku, dan Penggunaan Kantong *Biodegradable* antara Pemilik Usaha dan Konsumen Berdasarkan Usia

Seseorang akan membeli, menggunakan, atau memilih suatu barang dan jasa yang berbeda selama hidupnya. Seseorang akan menggunakan suatu produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Kebutuhan seseorang akan terus berbeda dalam jumlah ataupun jenisnya sejalan dengan usia seseorang (Kotler, 2002). Untuk mengetahui perbedaan respon, perilaku, dan tingkat penggunaan kantong *biodegradable* antara pemilik usaha dan konsumen berdasarkan usia, maka dilakukan uji komparatif dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 4. 3. Uji Komparatif berdasarkan Usia

Variabel	Sig	Keterangan
Respon	0,077	Tidak Signifikan
Perilaku	0,011	Signifikan
Penggunaan kantong <i>biodegradable</i>	0,275	Tidak Signifikan

Berdasarkan tabel 4.3. diperoleh nilai Sig. respon sebesar 0,077 (Sig>0,05) dan nilai Sig. penggunaan kantong *biodegradable* sebesar 0,275 (Sig>0,05). Hal ini menandakan bahwa tidak terdapat perbedaan respon dan penggunaan kantong *biodegradable* antara pemilik usaha dan konsumen berdasarkan usia. Sedangkan pada variabel perilaku didapatkan nilai Sig.0,011 (Sig<0,05) yang berarti bahwa terdapat perbedaan perilaku antara pemilik usaha dan konsumen berdasarkan usia.

Usia produktif yang dimiliki pemilik usaha dan konsumen yaitu rentan usia 20-49 tahun. Akan tetapi, prioritas pemilik usaha dan konsumen berbeda. Prioritas yang dimiliki pemilik usaha dan konsumen dapat

mempengaruhi perilaku yang dapat timbul pada kedua individu tersebut. Pemilik usaha yang berada di usia produktif memiliki perilaku cenderung tidak peduli terhadap penggunaan kantong *biodegradable* dibandingkan konsumen. Sedangkan, tidak sedikit konsumen yang ada pada rentan usia produktif mulai membiasakan diri untuk berperilaku ramah lingkungan. Penelitian Adilla (2017) mengatakan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif pada keempat kelompok usia responden yang berbeda.

4.4.4. Perbedaan Respon, Perilaku, dan Penggunaan Kantong *Biodegradable* antara Pemilik Usaha dan Konsumen Berdasarkan Asal Wilayah

Indonesia merupakan negara kesatuan yang terdiri dari kepulauan dengan macam budaya yang berbeda-beda. Asal wilayah yang berbeda pada setiap individu dapat mencerminkan sikap dan perilaku yang berbeda-beda pula. Pemilik usaha dan konsumen di setiap daerah yang berbeda berpotensi memiliki respon dan perilaku terhadap kantong *biodegradable* yang berbeda. Dilakukan uji komparatif untuk mengetahui hal tersebut, sehingga didapatkan data sebagai berikut :

Tabel 4. 4. Uji Komparatif berdasarkan Asal Wilayah

Variabel	Sig	Keterangan
Respon	0,428	Tidak signifikan
Perilaku	0,156	Tidak signifikan
Penggunaan kantong <i>biodegradable</i>	0,240	Tidak signifikan

Tabel 4.4. menunjukkan nilai hasil uji komparatif pada variabel respon, perilaku, dan penggunaan kantong *biodegradable* antara pemilik usaha dan konsumen berdasarkan asal wilayah. Diperoleh nilai Sig.0,428 (Sig>0,05) pada variabel respon, Sig.0,156 (Sig>0,05) pada variabel

perilaku, dan nilai Sig.0,240 (Sig>0,05) pada variabel penggunaan kantong *biodegradable*. Nilai Sig. pada ketiga variabel tersebut berarti bahwa tidak terdapat perbedaan respon, perilaku, ataupun penggunaan kantong *biodegradable* antara pemilik usaha dan konsumen berdasarkan asal wilayahnya



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

1. Tingkat respon pada pemilik usaha “sedang” sebanyak 56,4%. Sedangkan pada konsumen, respon “sedang” sebesar 66,4%. Nilai persentase pada tingkat respon pemilik usaha dan konsumen terlihat signifikan pada tingkat respon “sedang”. Hal ini dapat disimpulkan bahwa sebagian besar masyarakat hanya mengetahui tetapi belum memiliki pengalaman yang cukup terhadap penggunaan kantong *biodegradable*.
2. Pada pemilik usaha terdapat 40% memiliki tingkat perilaku terhadap kantong plastik kurang baik. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas pemilik usaha masih memiliki perilaku pada tingkat “kurang baik”. Hal ini dapat disebabkan oleh adanya kendala dari aspek ekonomi ataupun individu. Sedangkan pada konsumen memiliki tingkat perilaku “baik” sebesar 60%. Berdasarkan data tersebut konsumen memiliki tingkat perilaku “baik” yang menandakan bahwa konsumen apabila sudah mulai memiliki kesadaran akan kebijakan penggunaan kantong plastik. Hal ini dapat disimpulkan konsumen lebih mudah untuk menerima dengan perilaku positif penggantian kantong *biodegradable* dibandingkan pemilik usaha.
3. Tingkat penggunaan kantong *biodegradable* pada 50,9% pemilik usaha memiliki tingkat penggunaan “baik”, begitu juga sebesar 60% konsumen memiliki tingkat penggunaan “baik”. Pemilik usaha dan konsumen mayoritas terdiri dari masyarakat yang memiliki tingkat penggunaan “baik”. Dapat disimpulkan bahwa pemilik usaha dan konsumen sudah memiliki upaya untuk beralih ke kantong *biodegradable*, akan tetapi memungkinkan adanya kendala yang sedikit menghambat untuk melakukan penggantian kantong *biodegradable*.

5.2. Saran

1. Bagi mahasiswa

Mahasiswa diharapkan agar lebih meningkatkan pengetahuan lingkungan agar menumbuhkan kesadaran akan pentingnya menjaga lingkungan. Semakin tinggi pengetahuan lingkungan, dapat berpengaruh positif terhadap perilaku seseorang.

2. Bagi penelitian selanjutnya

- a. Melakukan penambahan jumlah sampel agar lebih mewakili populasi dan meminimalisir terjadinya kesalahan atau bias data.
- b. Melakukan uji validitas dan reliabilitas sebelum melakukan penyebaran kuesioner untuk melihat kesahihan (valid) dan sejauh mana tingkat konsistensi alat ukur yang dibuat.
- c. Pada pelaksanaan pengumpulan data untuk lebih meningkatkan *controlling* pada responden penelitian. Sebab, pada penelitian ini tidak sedikit responden yang memilih pilihan jawaban secara tidak konsisten yang menyebabkan sulitnya penguji untuk mengetahui keadaan responden yang sebenarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu Ahmadi. 2001. **Psikologi Sosial**. Jakarta : Rineka Cipta
- Adila dan Niky. 2017. **Studi Tentang Perbedaan Perilaku Pembelian Impulsif Berdasarkan Karakteristik Konsumen**. Sigma-Mu Vol. 9, No.1
- Anggraeni dan Rosiani. 2013. **Hubungan Antara Komponen Afektif dan Komponen Perilaku Terhadap Sikap Konsumen Memanfaatkan Teknologi Internet**. Jurnal Manajemen Vol.12 (1) : 42-52
- Anisa dan Yosini. 2021. **Hubungan Pengetahuan dengan Perilaku Penggunaan Green Packaging di Masyarakat DKI Jakarta**. Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis, Vol 7 (1) : 49-59
- Arikunto Suharsimi. 2005. **Manajemen Penelitian**. Jakarta : Rineka Cipta
- Arikunto, Suharsimi. 2006. **Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik**. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Asthiningsih dan Nuraini. 2020. **Hubungan Sikap dengan Kebiasaan Konsumsi Makanan Cepat Saji (Fast Food) pada Siswa-Siswi Kelas XI di SMA Negeri Samarinda**. Jurnal Borneo Student Research, Vol.1, No.3
- Asti, Surahma, dan Novita, S. 2017. **Pengetahuan, sikap dan pendidikan dengan perilaku pengelolaan sampah di Kelurahan Bener Kecamatan Tegalrejo**. Yogyakarta. Jurnal medika respati, 12(2), 74-84
- Ayi Indah dan Lindawati. 2017. **Pengaruh Green Marketing Kebijakan Kantong Plastik Berbayar Terhadap Green Behaviour Masyarakat Kota Bogor**. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Vol.2 No.1
- Azwar, Saifuddin. 2015. **Sikap Manusia: Teori Pengukurannya**. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Badan Pusat Statistik. 2021. **Statistik Indonesia 2021**. Jakarta : BPS
- Billah, Muhammad Naufal Mu'tashim.2013. **Diet Kantong Plastik dari Kantong Plastik ke Tas Ramah Lingkungan (Bagoes)**. Skripsi, Fakultas UNDIP

- Buchari Alma. 2018. **Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa**. Bandung: Alfabeta
- Cochran,W. 1977. **Sampling Techniques 3rd Edition**. New York :John Wiley
- Chan, R. Y. K. and Lau, L B. Y. 2000. **Antecedents of Green Purchases: a Survey in China**. *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 17, No. 4, pp. 338-357
- Chen, A.J.W, Boudreau, M., and Watson, R.T. 2013. **Information Systems and Ecological Sustainability**. *Journal of Systems and Information Technology* 10(3), 186-201
- Daihani, Dadan Umar. 2001, **Sistem Pendukung Keputusan**. Jakarta : Penerbit Elex Media Komputindo
- Deliana, Y., & Rum, I. A. 2019. **How does perception on green environment across generations affect consumer behaviour? A neural network process**. *International Journal of Consumer Studies*, 43(4), 358-367
- Elmi, dkk. 2017. **Potensi Pengembangan Plastik Biodegradable Berbasis Pati Sagu dan Ubikayu di Indonesia**. *Jurnal Litbang Pertanian*, Vol 36 (2), 67-76
- Firmansyah, M .2018. **Perilaku Konsumen Sikap dan Pemasaran**, Yogyakarta : CV Budi Utama
- Furqaan dan Santoso. 2017. **Analisis Pemilahan Strategi untuk Meminimumkan Penggunaan Tas Belanja Plastik dengan Pendekatan Soft System Methodology, Studi Kasus : Kecamatan Semarang Barat**. 6(1)
- Geyer, R., Jambeck, J. R., & Law, K. L. 2017. **Production, Use and Fate of All Plastics Ever Made**. *Science advance*, 3 (7) , 1-5
- Gogte,M. 2009. **Are Plastic Grocery Bags Sacking The Environment?**. *International Journal For Quality Research*,Vol.3.No.4:362-363
- Goleman D., Bennet L., Barlow Z..2012. **Eco Literate, How Educators Are**

- Cultivating Emotional, Social and Ecological Intelligence.** San Francisco: Jossey-Bass.
- Harefa, S. W. K. 2012. **Mengukur Tingkat Partisipasi Masyarakat Kota Gunungsitoli Terhadap Program Pengelolaan Sampah Reduce, Reuse, Recycle (3r).** *Perspektif Sosiologi*, 1(1)
- Hendiarti,N. 2018. **Comvating Marine Plastic Debris in Indonesia.** Dipresentasikan pada Science to Enable and Empower Asia Pacific for SGDs
- Hurlock, E.B.2002. **Psikologi Perkembangan 5th edition.** Erlangga: Jakarta
- Husein, Umar. 2011. **Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11.** Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada
- Isdhana, Farrah. 2011. **Pemanfaatan Internet Sebagai Sumber Belajar Mahasiswa Prodi PPKn FIS UNNES.** Semarang : Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang
- Jalaludin Rahmat. 1999. **Psikologi Komunikasi.**Bandung:Remaja Rosdakarya
- Jalaludin Rakhmat. 2004. **Psikologi Komunikasi.**Bandung:Remaja Rosdakarya
- Jambeck, J. R., Geyer, R., Wilcox, C., Siegler, T. R., Perryman, M., Andrady, A., Narayan,R.,& Law, K. L.2015. **Plastic Waste Inputs from Land into The Ocean. Science**, 347(6223),768-770
- Kamaruddin, R. and Yusuf, M.M. 2015. **Selangor Government’s “No plastic Bag Day” Campaign: Motivation and Acceptance Level, Social and Behavioral Sciences**, vol. 42, pp. 205-211.
- Kollmuss, A. d. 2016. **Mind The Gap: Why Do People Act Environmentally and What Are The Barriers To Pro-Environmental Behavior?** *Journal of Environmental education*, Vol 8 (3), 239-260
- Kotler, Philip. 2005. **Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium, Jilid 1.** Jakarta.Penerbit: indeks
- Kotler, Philip. 2009. **Manajemen Pemasaran Jilid 3.** Jakarta: PT Perhalindo

- Lee, K. 2011. **The Green Purchase Behavior of Hong Kong Young Consumers: The Role of Peer Influence, Local Environmental Involvement, and Concrete Environmental Knowledge.** Journal of International Consumer Marketing. Vol. 23.No. 1. pp. 21-44
- M.Nur Ghufro dan Rini Risnawita.2011.**Teori-Teori Psikologi.**Yogyakarta: Ar-Ruzz Media
- Maineri, T., Barnett,E.G., Valdero,T.R., Unipan,J.B. and Osamp,S. 1997. **Green Buying : The Influence of Environmental Concern on Consumer Behaviour.** The Journal of Social Psychology, Vol.137 (2) : 189-204
- Maleki and Karimzadeh.2011.**A Survey of Relationship Between The Environmental Attitudes and Environmental Knowledge and Energy Consumption Behavior Among Citizens of Urmia, West Azerbaijan, Iran.** International Journal of Social Sciences and Humanity Studies, Vol 3, No.1, 1309-8063
- Nursalam. 2001. **Proses dan dokumentasi keperawatan: konsep dan praktik (Edisi 1).** Jakarta: Salemba Medika
- Notoatmojo S. 2010. **Metodologi Penelitian Kesehatan.** Jakarta: Rineka Cipta
- Pranamuda,H.2001.**Pengembangan Bahan Plastik Biodegradable Berbahan Baku Pati Tropis.**Jepang:Tokyo Institute of Technology
- Rakhmat, J. 2009. **Psikologi Komunikasi.** Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Rinaldi,B & Gita,M.2014.**Pengaruh Penambahan Gliserol Terhadap Sifat Kekuatan Tarik dan Pemanjangan Saat Putus Bioplastik dari Pari Umbi Talas.**Jurnal Teknik Kimia US,Vol.3,No.2
- Rokka, J., & Uusitalo, L. 2008. **Preference for Green Packaging in consumer product choices–do consumers care?.** International Journal of Consumer Studies, 32(5), 516-525
- Ryan,Thomas. 2013. **Sample Size Determination and Power.** New York :John Wiley and Sons

- Sanjaya,I Gede M.H. dan Tyas Puspita. 2009. **Pengaruh Penambahan Kitosan dan Plasticizer Gliserol pada Karakterisasi Plastik Biodegradable dari Pati Limbah Kulit Singkong.**Jurnal FTI-ITS
- Sanny Hanjaya. 2016. **Pengaruh Kualitas Produk, Pengetahuan Produk Dan Keragaman Menu Terhadap Keputusan Pembelian Produk Capra Latte”** ,Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, Vol.1 No.2 : 183
- Sarwono Sarlito. 1991. **Psikologi Remaja.**Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Schwarz,A.E.,Lighthart,T.N.,Boukris,E., and Harmelen,T. 2019. **Sources, Transport and Accumulation of Different Types of Plastic Litter in Aquatic Environments: a Review Study.** Marine Pollution Bulletin,143,92-100
- Sugiyono. 2017. **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.** Bandung:Alfabeta,CV
- Sumarwan, Ujang. 2003. **Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran, Cetakan Pertama.** Jakarta: Ghalia Indonesia
- Sumarwan,U.Simanjuntak,M.,&Yurita. 2012. **Persepsi dan Preferensi Iklan Mempengaruhi Niat Beli Anak Pada Produk Makanan Ringan.** Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen,5(2),185-192
- Sumbung, H. 2012. **Hubungan Antara Pengetahuan Dan Sikap Dengan Tindakan Penjual Gorengan Di Kota Manado Dalam Mengurangi Penggunaan Kantong Plastik [Skripsi].** Manado : Universitas SamRatulangi
- Suryani,A.S. 2017. **Persepsi Masyarakat dan Analisis Willingness To Pay Terhadap Kebijakan Kantong Plastik Berbayar Studi di Jakarta dan Bandung.**Kajian,21(4),358-376
- Wade, Carole & Carol Tavis. 2007. **Psikologi Jilid 2.** Jakarta: Erlangga
- Waskito, J., & Harsono, M. (2012). **Green consumer: Deskripsi Tingkat Kesadaran dan Kepedulian Masyarakat Joglosemar Terhadap Kelestarian Lingkungan Hidup.** Jurnal Dinamika Manajemen, 3(1), 29-39

Zsoka, A., Szerenyi, Z. M., Szechy, A., & Kocsis, T. 2013. **Greening due to environmental education? Environmental knowledge, attitudes, Consumer behavior and everyday pro environmental activities of Hungarian high school and university students**, *Journal of Cleaner Production*, 48, 125-138



LAMPIRAN

Lampiran I. Hasil Olah Data SPSS

A. UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		220
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.32783312
Most Extreme Differences	Absolute	.055
	Positive	.055
	Negative	-.042
Test Statistic		.055
Asymp. Sig. (2-tailed)		.097 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Nilai sig(2-tailed) > 0,05 maka terdistribusi normal

→ $0,097 > 0,05$, maka data terdistribusi normal

B. ANALISIS DESKRIPTIF

B.1 KARAKTERISTIK RESPONDEN

1. Kategori

Kategori

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pemilik Usaha	110	50.0	50.0	50.0
	Konsumen	110	50.0	50.0	100.0
	Total	220	100.0	100.0	

2. Gender

		Gender			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	103	46.8	46.8	46.8
	Perempuan	117	53.2	53.2	100.0
	Total	220	100.0	100.0	

a. Pemilik usaha

		Gender			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	48	43.6	43.6	43.6
	Perempuan	62	56.4	56.4	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

b. Konsumen

		Gender			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	55	50.0	50.0	50.0
	Perempuan	55	50.0	50.0	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

3. Asal Wilayah

		Asal_Wilayah			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pulau Jawa	162	73.6	73.6	73.6
	Luar Pulau Jawa	58	26.4	26.4	100.0
	Total	220	100.0	100.0	

A. Pemilik Usaha

		Asal_Wilayah			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pulau Jawa	72	65.5	65.5	65.5
	Luar Pulau Jawa	38	34.5	34.5	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

B. Konsumen

		Asal_Wilayah			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pulau Jawa	90	81.8	81.8	81.8
	Luar Pulau Jawa	20	18.2	18.2	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

B.2. VARIABEL RESPON

1. Dampak Negatif

\$DampakNegatif Frequencies				
		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
DN ^a	Dapat menimbulkan bencana alam	127	28.3%	58.0%
	Dapat menjadi sumber penyakit	121	27.0%	55.3%
	Dapat mencemari lingkungan	200	44.6%	91.3%
	Total	448	100.0%	204.6%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

2. Prinsip 3R

Case Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
\$P3R ^a	220	100.0%	0	0.0%	220	100.0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

\$P3R Frequencies

	Responses	Percent of		
		N	Percent	Cases
PRINSIP ^a	Reuse	148	29.4%	67.3%
	Recycle	181	36.0%	82.3%
	Reduce	174	34.6%	79.1%
Total		503	100.0%	228.6%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

3. Produk Alternatif

Case Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
\$PA ^a	220	100.0%	0	0.0%	220	100.0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

\$PA Frequencies

	Responses	Percent of		
		N	Percent	Cases
PRODUK ^a	Kantong belanja organik	105	26.4%	47.7%
	Kantong belanja reusable	190	47.9%	86.4%
	Kardus	100	25.2%	45.5%
	Tidak tahu	2	0.5%	0.9%
Total		397	100.0%	180.5%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

4. Sumber Informasi

Case Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
\$SI ^a	220	100.0%	0	0.0%	220	100.0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

\$SI Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Sumber ^a	Televisi/radio	86	25.7%	39.1%
	Media cetak	57	17.0%	25.9%
	Internet	166	49.6%	75.5%
	Belum pernah	26	7.8%	11.8%
Total		335	100.0%	152.3%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

B.3. VARIABEL PERILAKU

1. Jenis Kantong yang digunakan

Case Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
\$JKP ^a	220	100.0%	0	0.0%	220	100.0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

\$JKP Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Jenis ^a	Kantong Plastik Sekali Pakai	130	45.0%	59.1%
	Kantong Plastik Organik	22	7.6%	10.0%
	Kantong Belanja Reusable	96	33.2%	43.6%
	Kardus	41	14.2%	18.6%
Total		289	100.0%	131.4%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

2. Jumlah kantong yang digunakan

A. Pemilik usaha

Statistics

Jumlah_PU

N	Valid	110
	Missing	0
Mean		3.40
Median		4.00
Std. Deviation		.940
Variance		.884
Range		3
Minimum		1
Maximum		4

Jumlah_PU

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid >100 kantong plastik per bulan	9	8.2	8.2	8.2
75-100 kantong plastik per bulan	8	7.3	7.3	15.5
25-75 kantong plastik per bulan	23	20.9	20.9	36.4
<25 kantong plastik per bulan	70	63.6	63.6	100.0
Total	110	100.0	100.0	

B. Konsumen

Statistics

Jumlah_Konsumen

N	Valid	110
	Missing	0
Mean		3.05
Median		3.00
Std. Deviation		.581
Variance		.337
Range		3
Minimum		1
Maximum		4

Jumlah_Konsumen

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid >5 kantong plastik per aktivitas belanja	2	1.8	1.8	1.8
3-4 kantong plastik per aktivitas belanja	10	9.1	9.1	10.9
1-2 kantong plastik per aktivitas belanja	79	71.8	71.8	82.7
Tidak menggunakan kantong plastik	19	17.3	17.3	100.0
Total	110	100.0	100.0	

3. Sikap terhadap kantong plastic

Statistics

Sikap_PU

N	Valid	110
	Missing	0
Mean		2.10
Median		2.00
Std. Deviation		.649
Variance		.421
Range		2
Minimum		1
Maximum		3

Sikap_PU

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Saya tidak peduli dengan jenis kantong plastik yang saya gunakan	18	16.4	16.4	16.4
	Saya peduli dan berusaha untuk meminimalisir penggunaan kantong plastik sekali pakai	63	57.3	57.3	73.6
	Saya sangat peduli dan saya mengganti penggunaan kantong plastik sekali pakai dengan produk alternatif lainnya	29	26.4	26.4	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

b. Keseluruhan

Statistics

Sikap Responden

N	Valid	220
	Missing	0
Mean		2.17
Median		2.00
Std. Deviation		.617
Variance		.381
Range		3
Minimum		1
Maximum		4

Sikap Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Saya tidak peduli dengan jenis kantong plastik yang saya gunakan	22	10.0	10.0	10.0
	Saya peduli dan berusaha untuk meminimalisir penggunaan kantong plastik sekali pakai	142	64.5	64.5	74.5
	Saya sangat peduli dan saya mengganti penggunaan kantong plastik sekali pakai dengan produk alternatif lainnya	52	23.6	23.6	98.2
	Lainnya	4	1.8	1.8	100.0
	Total	220	100.0	100.0	

c. Konsumen

Statistics

Sikap_Konsumen

N	Valid	110
	Missing	0
Mean		2.25
Median		2.00
Std. Deviation		.578
Variance		.334
Range		3
Minimum		1
Maximum		4

Sikap_Konsumen

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Saya tidak peduli dengan jenis kantong plastik yang saya gunakan	4	3.6	3.6	3.6
Saya peduli dan berusaha untuk meminimalisir penggunaan kantong plastik sekali pakai	79	71.8	71.8	75.5
Saya sangat peduli dan saya mengganti penggunaan kantong plastik sekali pakai dengan produk alternatif lainnya	23	20.9	20.9	96.4
Lainnya	4	3.6	3.6	100.0
Total	110	100.0	100.0	

4. Cara penggunaan kantong plastik

A. Pemilik usaha

Case Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
\$cara ^a	110	100.0%	0	0.0%	110	100.0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

\$cara Frequencies

	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
cara ^a Menggunakan plastik tergantung pada jumlah barang yang dibeli konsumen	54	48.6%	49.1%
Memiliki batas maksimal penggunaan plastik per konsumen (ex: maksimal 2 plastik/orang)	24	21.6%	21.8%
Tidak menggunakan kantong plastik	33	29.7%	30.0%
Total	111	100.0%	100.9%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

b. Konsumen

Case Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
\$CK ^a	110	100.0%	0	0.0%	110	100.0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

\$CK Frequencies

	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
Cara ^a Menggunakan kantong plastik sesuai dengan jumlah toko yang Anda kunjungi atau lebih (ex: 1 tempat belanja = 1 kantong plastik/lebih)	48	41.4%	43.6%
Membatasi penggunaan kantong plastik dengan memanfaatkan kantong plastik yang sudah ada sebelumnya (ex : 1 kantong plastik untuk beberapa barang/toko)	51	44.0%	46.4%
Tidak menggunakan kantong plastik sama sekali	17	14.7%	15.5%
Total	116	100.0%	105.5%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

5. Alasan menggunakan kantong plastic

A. Pemilik usaha

Statistics

Alasan_PU

N	Valid	110
	Missing	0
Mean		2.45
Median		2.00
Std. Deviation		1.253
Variance		1.570
Range		3
Minimum		1
Maximum		4

Alasan_PU

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Harga lebih murah	36	32.7	32.7	32.7
	Mudah ditemukan dan praktis digunakan	25	22.7	22.7	55.5
	Faktor konsumen (masih tingginya permintaan kantong plastik sebagai wadah belanja)	13	11.8	11.8	67.3
	Tidak menggunakan kantong plastik	36	32.7	32.7	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

B. Konsumen

Statistics

Alasan_Kons

N	Valid	110
	Missing	0
Mean		2.65
Median		3.00
Std. Deviation		.830
Variance		.690
Range		3
Minimum		1
Maximum		4

Alasan_Kons

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Harga lebih murah	11	10.0	10.0	10.0
	Mudah ditemukan dan praktis digunakan	31	28.2	28.2	38.2
	Disediakan di setiap toko/ritel/gerai tempat saya berbelanja	54	49.1	49.1	87.3
	Tidak menggunakan kantong plastik	14	12.7	12.7	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

B.3. VARIABEL PENGGUNAAN KANTONG BELANJA

BIODEGRADABLE

1. Kendala

A. Pemilik usaha

Statistics

Kendala_PU

N	Valid	110
	Missing	0
Mean		1.54
Median		1.00
Std. Deviation		.864
Variance		.746
Range		3
Minimum		1
Maximum		4

Kendala_PU

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Biaya lebih tinggi	74	67.3	67.3	67.3
	Tingkat keefektifan (praktis,mudah dijangkau)	17	15.5	15.5	82.7
	Faktor/kebutuhan konsumen	15	13.6	13.6	96.4
	Bentuk fisik kantong plastik organik (tekstur,ukuran,warna,dll)	4	3.6	3.6	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

B. Konsumen

Statistics

Kendala_Kons

N	Valid	110
	Missing	0
Mean		2.25
Median		2.00
Std. Deviation		1.258
Variance		1.581
Range		3
Minimum		1
Maximum		4

Kendala_Kons

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Biaya lebih tinggi	43	39.1	39.1	39.1
	Tingkat keefektifan (praktis,mudah dijangkau)	30	27.3	27.3	66.4
	Bentuk fisik kantong plastik organik	4	3.6	3.6	70.0
	Tidak ada	33	30.0	30.0	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

2. Biaya yang diharapkan

A. Pemilik Usaha

Statistics

Biaya_PU

N	Valid	110
	Missing	0
Mean		1.45
Median		1.00
Std. Deviation		.737
Variance		.543
Range		3
Minimum		1
Maximum		4

Biaya_PU

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <Rp200	75	68.2	68.2	68.2
Rp200-Rp500	23	20.9	20.9	89.1
Rp500-Rp1000	10	9.1	9.1	98.2
>Rp1000	2	1.8	1.8	100.0
Total	110	100.0	100.0	

B. Konsumen

Statistics

Biaya_Kons

N	Valid	110
	Missing	0
Mean		1.74
Median		2.00
Std. Deviation		.895
Variance		.801
Range		3
Minimum		1
Maximum		4

Biaya_Kons

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rp0,- (Gratis)	54	49.1	49.1	49.1
	Rp200-Rp500	39	35.5	35.5	84.5
	Rp500-Rp1000	9	8.2	8.2	92.7
	>Rp1000	8	7.3	7.3	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

3. Upaya yang dapat dilakukan

A. Pemilik Usaha

Case Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
\$Upaya ^a	110	100.0%	0	0.0%	110	100.0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

\$Upaya Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
UP ^a	Belum ingin berpartisipasi untuk merealisasikan peraturan penggantian kantong plastik organik	20	12.1%	18.2%
	Membantu mensosialisasikan kepada konsumen dan pemilik usaha mengenai kantong plastik organik	49	29.7%	44.5%
	Memulai pada usaha sendiri untuk mengganti kantong plastik sekali pakai menjadi kantong plastik organik	61	37.0%	55.5%

Mengajak sesama rekan kerja dan pemilik usaha untuk beralih ke kantong plastik organik	35	21.2%	31.8%
Total	165	100.0%	150.0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

B. Konsumen

Case Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
\$Upaya_Kons ^a	110	100.0%	0	0.0%	110	100.0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

\$Upaya_Kons Frequencies

	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
Upaya ^a Belum ada keinginan untuk berpartisipasi	4	2.5%	3.6%
Mensosialisasikan dan memberi informasi terhadap teman dan kerabat mengenai kantong plastik organik dan produk alternatif lainnya	35	22.2%	31.8%
Memulai dari membiasakan diri sendiri untuk dapat bijak menggunakan kantong plastik	81	51.3%	73.6%
Mengajak teman dan kerabat untuk beralih menggunakan kantong plastik organik	38	24.1%	34.5%
Total	158	100.0%	143.6%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

4. Regulasi dan kebijakan mengenai kantong plastic yang diketahui
 A. Pemilik Usaha

Statistics

Regulasi		
N	Valid	110
	Missing	0
Mean		2.84
Median		3.00
Std. Deviation		.796
Variance		.634
Range		3
Minimum		1
Maximum		4

Regulasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Belum pernah mendapatkan informasi	2	1.8	1.8	1.8
	Kebijakan peniadaan penggunaan kantong plastik sekali pakai	39	35.5	35.5	37.3
	Kebijakan mengenai kantong plastik berbayar	44	40.0	40.0	77.3
	Kebijakan penggantian kantong plastik sekali pakai dengan kantong plastik organik	25	22.7	22.7	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

B. Keseluruhan PU dan Kons

Statistics

Regulasi

N	Valid	220
	Missing	0
Mean		2.70
Median		3.00
Std. Deviation		.898
Variance		.806
Range		3
Minimum		1
Maximum		4

Regulasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Belum pernah mendapatkan informasi	21	9.5	9.5	9.5
	Kebijakan peniadaan penggunaan kantong plastik sekali pakai	69	31.4	31.4	40.9
	Kebijakan mengenai kantong plastik berbayar	86	39.1	39.1	80.0
	Kebijakan penggantian kantong plastik sekali pakai dengan kantong plastik organik	44	20.0	20.0	100.0
	Total	220	100.0	100.0	

C. Konsumen

Statistics

Regulasi

N	Valid	110
	Missing	0
Mean		2.55
Median		3.00
Std. Deviation		.973
Variance		.947
Range		3
Minimum		1
Maximum		4

Regulasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Belum pernah mendapatkan informasi	19	17.3	17.3	17.3
	Kebijakan peniadaan penggunaan kantong plastik sekali pakai	30	27.3	27.3	44.5
	Kebijakan mengenai kantong plastik berbayar	42	38.2	38.2	82.7
	Kebijakan penggantian kantong plastik sekali pakai dengan kantong plastik organik	19	17.3	17.3	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

C.UJI KORELASI

C.1. RESPON DAN PERILAKU

		RESPON	PERILAKU
RESPON	Pearson Correlation	1	.211**
	Sig. (2-tailed)		.002
	N	220	220
PERILAKU	Pearson Correlation	.211**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	
	N	220	220

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

C.2. RESPON DAN PENGGUNAAN

		RESPON	PENGGUNAAN
RESPON	Pearson Correlation	1	.221**
	Sig. (2-tailed)		.001
	N	220	220
PENGGUNAAN	Pearson Correlation	.221**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	
	N	220	220

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

C.3. PERILAKU DAN PENGGUNAAN

		PERILAKU	PENGGUNAAN
PERILAKU	Pearson Correlation	1	.384**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	220	220
PENGGUNAAN	Pearson Correlation	.384**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	220	220

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

C.4. Korelasi pengetahuan lingkungan dan pengetahuan produk

		P.Lingkungan	P.Produk
P.Lingkungan	Pearson Correlation	1	.566**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	220	220
P.Produk	Pearson Correlation	.566**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	220	220

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

C.5. Korelasi sikap dengan kebiasaan

Indikator	Kebiasaan		
	Pearson (R)	Sig (2-tailed)	keterangan
Sikap	0,410	0,000	Ada Hubungan

C.6. Korelasi pengetahuan lingkungan dengan variabel perilaku

Indikator	Variabel Perilaku		
	Pearson (R)	Sig (2-tailed)	keterangan
Pengetahuan Lingkungan	0,184	0,006	Ada Hubungan

D. UJI KOMPARATIF

D.1. RESPON

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: respon

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	133.089 ^a	20	6.654	1.064	.390
Intercept	2178.369	1	2178.369	348.285	.000
kategori	4.680	1	4.680	.745	.389
JK	29.372	1	29.372	4.674	.032
AsWil	3.964	1	3.964	.631	.428
Usia	32.432	2	16.216	2.593	.077
kategori * JK	.065	1	.065	.010	.919
kategori * AsWil	8.196	1	8.196	1.304	.255
kategori * Usia	11.454	2	5.727	.916	.402
JK * AsWil	5.241	1	5.241	.834	.362
JK * Usia	18.720	2	9.360	1.496	.226
AsWil * Usia	18.207	2	9.104	1.456	.236
kategori * JK * AsWil	.956	1	.956	.152	.697
kategori * JK * Usia	.475	2	.237	.038	.963
kategori * AsWil * Usia	.220	1	.220	.035	.851
JK * AsWil * Usia	1.221	1	1.221	.195	.659
kategori * JK * AsWil * Usia	7.412	1	7.412	1.185	.278
Error	1244.656	199	6.255		
Total	14268.000	220			
Corrected Total	1377.745	219			

a. R Squared = .097 (Adjusted R Squared = .006)

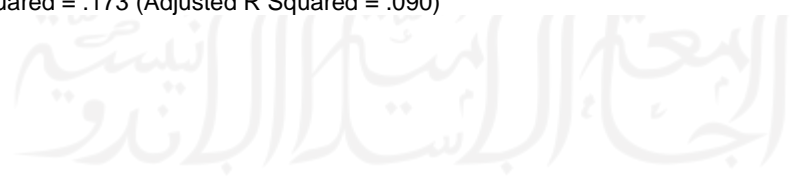
D.2. PERILAKU

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: PERILAKU

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	139.577 ^a	20	6.979	2.085	.006
Intercept	4511.917	1	4511.917	1348.036	.000
kategori	.821	1	.821	.231	.631
JK	20.238	1	20.238	5.696	.018
AsWil	7.209	1	7.209	2.029	.156
Usia	31.118	2	15.559	4.649	.011
kategori * JK	2.778	1	2.778	.782	.378
kategori * AsWil	3.270	1	3.270	.920	.338
kategori * Usia	1.655	2	.827	.247	.781
JK * AsWil	5.843	1	5.843	1.645	.201
JK * Usia	7.477	2	3.738	1.117	.329
AsWil * Usia	19.569	2	9.784	2.923	.056
kategori * JK * AsWil	.286	1	.286	.080	.777
kategori * JK * Usia	10.557	2	5.278	1.577	.209
kategori * AsWil * Usia	.001	1	.001	.000	.986
JK * AsWil * Usia	.026	1	.026	.008	.930
kategori * JK * AsWil * Usia	.122	1	.122	.036	.849
Error	666.059	199	3.347		
Total	24022.000	220			
Corrected Total	805.636	219			

a. R Squared = .173 (Adjusted R Squared = .090)



D.3. PENGGUNAAN

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: PENGGUNAAN

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	119.281 ^a	20	5.964	1.158	.295
Intercept	3945.334	1	3945.334	766.063	.000
kategori	22.232	1	22.232	4.363	.038
JK	20.807	1	20.807	4.084	.045
AsWil	7.081	1	7.081	1.390	.240
Usia	13.376	2	6.688	1.299	.275
kategori * JK	13.882	1	13.882	2.725	.100
kategori * AsWil	.098	1	.098	.019	.890
kategori * Usia	6.846	2	3.423	.665	.516
JK * AsWil	12.927	1	12.927	2.537	.113
JK * Usia	13.886	2	6.943	1.348	.262
AsWil * Usia	5.887	2	2.943	.572	.566
kategori * JK * AsWil	2.342	1	2.342	.460	.499
kategori * JK * Usia	4.124	2	2.062	.400	.671
kategori * AsWil * Usia	1.470	1	1.470	.285	.594
JK * AsWil * Usia	1.740	1	1.740	.338	.562
kategori * JK * AsWil * Usia	4.305	1	4.305	.836	.362
Error	1024.879	199	5.150		
Total	22647.000	220			
Corrected Total	1144.159	219			

a. R Squared = .104 (Adjusted R Squared = .014)

الجامعة الإسلامية
الاستاذ الدكتور

Lampiran II. Instrumen Penelitian (Google Form)



LEMBAR KUESIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr Wb

Perkenalkan saya Aulia Rizqi Yerianinda mahasiswi Program Studi Teknik Lingkungan Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Universitas Islam Indonesia yang sedang melakukan penelitian Tugas Akhir.

Saat ini saya sedang melakukan penelitian terkait " Analisis Respon dan Perilaku Masyarakat Indonesia Terhadap Kantong Belanja Bio-degradable sebagai Pengganti Kantong Belanja Sekali Pakai".

Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, saya memohon kesediaan Saudara/i untuk menjadi responden dalam penelitian ini, dengan mengisi kuesioner berikut. Seluruh jawaban dan identitas yang Saudara/i berikan akan dijamin kerahasiaannya.

Bantuan dari Saudara/i untuk mengisi kuesioner akan sangat berarti bagi berlangsungnya penelitian ini. Atas bantuan dan ketersediaan Saudara/i , saya ucapkan terimakasih. Semoga setiap langkah Saudara/i senantiasa diberi kemudahan oleh Allah SWT.

Bagi 10 responden yang beruntung akan mendapatkan insentif berupa saldo e-Wallet (ovo,go-pay,shopeepay) sebesar 20.000. Jika ada pertanyaan terkait dengan kuesioner ini, silahkan hubungi melalui 17513004@students.uii.ac.id



Lampiran III. Bentuk Fisik Plastik Biodegradable



Lampiran IV. Lembar Kuesioner

PENGETAHUAN

1. Apa dampak negatif yang Anda ketahui dari adanya sampah plastik di lingkungan?
 - a. Dapat menimbulkan bencana alam
 - b. Dapat menimbulkan bencana alam
 - c. Dapat mencemari lingkungan
2. Apa yang menurut Anda menjadi faktor utama dampak negatif sampah plastik muncul di Indonesia?
 - a. Tingkat konsumsi manusia yang semakin meningkat
 - b. Rendahnya pengetahuan dan kesadaran masyarakat akan sampah plastik
 - c. Lemahnya peraturan yang dibuat oleh pemerintah
 - d. Keterbatasan teknologi dalam pengelolaan sampah plastik di Indonesia
3. Berikut ini prinsip penanganan sampah plastik yang Anda Ketahui, yaitu :
 - a. Reuse (menggunakan kembali)
 - b. Recycle (mendaur ulang)
 - c. Reduce (mengurangi pemakaian)
 - d. Tidak Tahu
4. Siapakah menurut Anda subjek yang paling berpengaruh terhadap penggunaan kantong plastik sekali pakai?
 - a. Pemerintah
 - b. Konsumen/masyarakat
 - c. Pemilik usaha/pedagang/toko/ritel/gerai

5. Apa produk alternatif sebagai pengganti kantong plastik sekali pakai yang Anda ketahui?
- Kantong plastik organik
 - Kantong belanja reusable (totebag,paperbag)
 - Kardus
 - Tidak tahu

PENGALAMAN RESPONDEN

1. Mana yang paling sering Anda temukan pada toko/ritel/gerai ?
 - Toko/ritel/gerai memberi kantong plastik secara gratis
 - Toko/ritel/gerai menyediakan kantong plastik berbayar
 - Toko/ritel/gerai menyediakan alternatif kantong plastik (ex : plastik organik, paperbag, totebag,kardus)
 - Toko/ritel/gerai tidak menyediakan kantong plastik jenis apapun
2. Apa jenis kantong plastik yang sering Anda temukan di toko/ritel/gerai?
 - Kantong plastik sekali pakai
 - Kardus
 - Kantong belanja reusable (totebag,paperbag)
 - Kantong plastik organik (bio-degradable)
3. Informasi apa yang paling sering Anda dapatkan mengenai upaya penanganan permasalahan kantong plastik?
 - Kebijakan penggantian kantong plastik sekali pakai dengan kantong plastik organik
 - Kebijakan mengenai kantong plastik berbayar
 - Kebijakan peniadaan penggunaan kantong plastik sekali pakai
 - Belum pernah mendapatkan informasi

4. Dimana Anda pernah mendapatkan informasi mengenai kantong plastik organik ?
 - a. Televisi/radio
 - b. Media cetak (koran/majalah/buku)
 - c. Internet
 - d. Belum pernah
5. Berdasarkan artikel di atas, informasi apa yang Anda dapatkan?
 - a. Pengertian kantong plastik organik
 - b. Kelebihan kantong plastik organik
 - c. Perbedaan kantong plastik organik dengan kantong plastik sekali pakai
6. Berdasarkan informasi tersebut, apa perbedaan kantong plastik organik dan kantong plastik sekali pakai?
 - a. Bentuk fisiknya
 - b. Bahan baku pembuatannya
 - c. Kualitasnya
7. Dimana Anda pernah menemukan toko/ritel/gerai yang menggunakan kantong plastik organik (bio-degradable)?
 - a. Online store
 - b. Offline store
 - c. Belum pernah
8. Produk apa yang dijual toko/ritel/gerai tempat Anda menemukan kantong plastik organik?
 - a. Makanan/Minuman
 - b. Fashion/Kecantikan
 - c. Produk rumah tangga/kebutuhan dapur
 - d. Belum pernah

SIKAP DAN PERILAKU PEMILIK USAHA

1. Apa jenis kemasan yang Anda gunakan pada produk penjualan Anda ?
 - a. Kantong plastik sekali pakai
 - b. Kantong plastik organic
 - c. Kantong belanja reusable (totebag,paperbag)
 - d. Kardus
2. Berapa jumlah konsumsi plastik pada usaha yang Anda miliki ?
 - a. >100 kantong plastik per bulan
 - b. 75-100 kantong plastik per bulan
 - c. 25-75 kantong plastik per bulan
 - d. <25 kantong plastik per bulan
3. Apa fungsi kantong plastik pada usaha yang Anda miliki ?
 - a. Sebagai kemasan produk
 - b. Sebagai tempat penyimpanan stok produk
 - c. Tidak menggunakan kantong plastik
 - d. Lainnya
4. Bagaimana cara Anda menggunakan plastik dalam usaha Anda?
 - a. Menggunakan plastik tergantung pada jumlah barang yang dibeli konsumen
 - b. Memiliki batas maksimal penggunaan plastik per konsumen (ex: maksimal 2 plastik/orang)
 - c. Tidak menggunakan kantong plastik
5. Apa alasan utama Anda menggunakan kantong plastik pada usaha Anda?
 - a. Harganya lebih murah
 - b. Mudah ditemukan dan praktis digunakan
 - c. Faktor konsumen (masih tingginya permintaan kantong plastik sebagai wadah belanja)
 - d. Tidak menggunakan kantong plastik
6. Bagaimana sikap Anda terhadap penggunaan kantong plastik sekali pakai?
 - a. Saya tidak peduli dengan jenis kantong plastik yang usaha saya gunakan

- b. Saya peduli dan berusaha untuk meminimalisir penggunaan kantong plastik sekali pakai
 - c. Saya sangat peduli dan saya mengganti penggunaan kantong plastik sekali pakai dengan produk alternatif lainnya
 - d. Lainnya
7. Kendala/hambatan apa yang dijumpai jika dalam usaha anda menggunakan kantong plastik organik?
 - a. Biaya lebih tinggi
 - b. Tingkat keefektifan (praktis,mudah dijangkau)
 - c. Faktor/kebutuhan konsumen
 - d. Bentuk fisik kantong plastik organik (tekstur,ukuran,warna,dll)
8. Berapa biaya yang Anda harapkan untuk setiap kantong plastik pada usaha Anda?
 - a. <Rp200
 - b. Rp200-Rp500
 - c. Rp500-Rp1000
 - d. >Rp1000
9. Kebijakan apa yang sekiranya dapat Anda terapkan pada usaha yang Anda miliki untuk berpartisipasi dalam menangani permasalahan kantong plastik sekali pakai?
 - a. Sebatas memberi informasi sebagai upaya mensosialisasikan kepada konsumen
 - b. Memberlakukan kantong plastik berbayar pada kemasan produk Anda
 - c. Mengadakan penggantian kantong plastik sekali pakai menjadi kantong plastik organik
 - d. Mengadakan penggantian kantong plastik sekali pakai menjadi reusable bag (paperbag,totebag)
10. Apa yang usaha Anda lakukan apabila Indonesia memberlakukan peraturan penggunaan kantong plastik organik?

- a. Belum ingin berpartisipasi untuk merealisasikan peraturan penggantian kantong plastik organik
- b. Membantu mensosialisasikan kepada konsumen dan pemilik usaha mengenai kantong plastik organik
- c. Memulai pada usaha sendiri untuk mengganti kantong plastik sekali pakai menjadi kantong plastik organik
- d. Mengajak sesama rekan kerja dan pemilik usaha untuk beralih ke kantong plastik organik
- e.

SIKAP DAN PERILAKU KONSUMEN

1. Apa jenis kantong plastik yang sering Anda gunakan untuk berbelanja ?
 - a. Kantong plastik sekali pakai
 - b. Kantong plastik organik (bio-degradable)
 - c. Kantong belanja reusable (paperbag,totebag)
 - d. Kardus
2. Berapa jumlah kantong plastik yang Anda gunakan saat berbelanja ?
 - a. >5 kantong plastik per aktivitas belanja
 - b. 3-4 kantong plastik per aktivitas belanja
 - c. 1-2 kantong plastik per aktivitas belanja
 - d. Tidak menggunakan kantong plastik
3. Apa yang Anda lakukan setelah menggunakan kantong plastik tersebut?
 - a. Langsung membuangnya
 - b. Menyimpannya dan menggunakannya kembali
 - c. Tidak menggunakan kantong plastik
 - d. Lainnya
4. Bagaimana cara Anda menggunakan plastik dalam kegiatan berbelanja?
 - a. Menggunakan kantong plastik sesuai dengan jumlah toko yang Anda kunjungi atau lebih (ex: 1 tempat belanja = 1 kantong plastik/lebih)

- b. Membatasi penggunaan kantong plastik dengan memanfaatkan kantong plastik yang sudah ada sebelumnya (ex : 1 kantong plastik untuk beberapa barang/toko)
 - c. Tidak menggunakan kantong plastik sama sekali
 - d. Lainnya
5. Apa alasan utama Anda menggunakan kantong plastik sekali pakai pada kegiatan belanja Anda?
 - a. Harga lebih murah
 - b. Mudah ditemukan dan praktis digunakan
 - c. Disediakan di setiap toko/ritel/gerai tempat saya berbelanja
 - d. Tidak menggunakan kantong plastik
6. Bagaimana sikap Anda terhadap kantong plastik sekali pakai?
 - a. Saya tidak peduli dengan kantong plastik yang saya gunakan
 - b. Saya peduli dan berusaha untuk meminimalisir penggunaan kantong plastik sekali pakai
 - c. Saya sangat peduli dan mengganti kantong belanja saya dengan kantong plastik organik dan produk alternatif lainnya
 - d. Lainnya
7. Kendala/hambatan apa yang dijumpai jika Anda menggunakan kantong plastik organik?
 - a. Biaya lebih tinggi
 - b. Tingkat keefektifan (praktis, mudah dijangkau)
 - c. Bentuk fisik kantong plastik organik
 - d. Tidak ada
8. Berapa biaya yang Anda harapkan untuk setiap kantong plastik yang Anda gunakan?
 - a. Rp0,- (gratis)
 - b. Rp200-Rp500
 - c. Rp500-Rp1000
 - d. >Rp1000

9. Apa yang Anda pikirkan mengenai kantong plastik organik?
- Tidak ada bedanya dengan kantong plastik sekali pakai
 - Sulit untuk menggantikan kantong plastik sekali pakai
 - Kantong plastik organik lebih ramah lingkungan
 - Lainnya
10. Apa upaya yang dapat Anda lakukan apabila Indonesia memberlakukan peraturan plastik organik sebagai pengganti kantong plastik sekali pakai?
- Belum ada keinginan untuk berpartisipasi
 - Mensosialisasikan dan memberi informasi terhadap teman dan kerabat mengenai kantong plastik organik dan produk alternatif lainnya
 - Memulai dari membiasakan diri sendiri untuk dapat bijak menggunakan kantong plastik
 - Mengajak teman dan kerabat untuk beralih menggunakan kantong plastik organik