

TESIS

**STUDI EKSPLORASI KEBIJAKAN TAS BELANJA
PLASTIK BERBAYAR DAN EDUKASI KONSUMEN
BERPERILAKU RAMAH LINGKUNGAN**



YOHANA PAULINA

No. Mhs.: 155002440/PS/MM

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2017



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : YOHANA PAULINA
Nomor Mahasiswa : 155002440/PS/MM
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Tesis : Studi Eksplorasi Kebijakan Tas Belanja Plastik Berbayar
dan Edukasi Konsumen Berperilaku Ramah Lingkungan

Nama Pembimbing

Tanggal

Tanda tangan

Prof. Dr. M. F. Shellyana Junaedi, M. Si.

25 April 2017



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : YOHANA PAULINA
Nomor Mahasiswa : 155002440/PS/MM
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Tesis : Studi Eksplorasi Kebijakan Tas Belanja Plastik Berbayar
dan Edukasi Konsumen Berperilaku Ramah Lingkungan

Nama Penguji	Tanggal	Tanda Tangan
--------------	---------	--------------

Prof. Dr. M. F. Shellyana Junaedi, M. Si.

25 April 2017

Budi Suprpto, MBA.,Ph.D

25/04/2017

Mahestu Noviandra Krisjanti M. Sc. IB,PhD

26 April 2017

Ketua Program Studi



Mahestu Noviandra Krisjanti M. Sc. IB,PhD

HALAMAN PERNYATAAN

Sehubungan dengan peraturan-peraturan yang berlaku saat ini, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Yohana Paulina
Nomor Mahasiswa : 155002440/PS/MM
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Tesis : Studi Eksplorasi Kebijakan Tas Belanja Plastik Berbayar dan Edukasi Konsumen Berperilaku Ramah Lingkungan

Benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut/catatan kaki/daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi atau seluruhnya dari tesis ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Peneliti bersedia menerima sanksi akademik dan sanksi hukum atau sanksi sesuai peraturan yang berlaku apabila dikemudian hari terbukti bahwa tesis ini merupakan hasil duplikasi atau plagiasi. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dipergunakan sebaik-baiknya.

Yogyakarta, 21 April 2017

Yohana Paulina

INTISARI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi dan mengkaji lebih dalam terkait respon atau tanggapan konsumen, retail, dan pemerintah (Badan Lingkungan Hidup Yogyakarta) terhadap perilaku ramah lingkungan yang ditujukan untuk mendukung kebijakan tas belanja plastik berbayar. Selain itu mengkaji lebih dalam kebijakan seperti apa yang sesuai untuk mengedukasi konsumen pada perilaku ramah lingkungan untuk mendukung kebijakan tas belanja plastik berbayar. Informan yang digunakan dalam penelitian ini adalah ibu rumah tangga dan remaja putri yang menjadi konsumen tempat perbelanjaan, pihak retail itu sendiri, dan pihak pemerintah yang diwakili oleh Badan Lingkungan Hidup Kota Yogyakarta. Jumlah informan yang digunakan adalah delapan informan konsumen, lima informan retail, dan satu informan dari Pemerintah (BLH). Pemilihan konsumen dilakukan dengan mencari informan yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode *grounded theory* dengan melakukan wawancara mendalam (*indepth interview*).

Hasil temuan dalam penelitian ini menjelaskan pada dasarnya masyarakat mengetahui, memperhatikan, dan ikut serta dalam kebijakan tas belanja plastik berbayar. Hampir semua masyarakat memiliki tas belanja sendiri dan ingin membawa saat berbelanja, tetapi karena adanya faktor lupa dan *impulsive buying* membuat masyarakat tetap menggunakan tas plastik. Harga tas belanja plastik juga masih tergolong murah dan konsumen masih bersedia untuk membayarnya.

Hasil temuan lainnya menjelaskan bahwa adanya penurunan penggunaan tas plastik dari pihak retail hingga 50 persen. Hanya dua retail dari lima retail yang memberikan *reward* kepada konsumennya, yaitu minimarket dan pengusaha lokal, suatu ironisme tersendiri dimana retail skala besar tidak berinisiatif memberikan *reward* guna mendukung kebijakan ini. Selain itu ditemukan ketidakompakan antar retail dalam pelaksanaannya dan mulai banyak retail yang tidak menerapkan kebijakan tas belanja plastik berbayar.

Secara keseluruhan peneliti melihat adanya *customer learning* melalui kebijakn ini, dimana konsumen mulai membawa tas belanja sendiri, merasa bersalah

saat tidak membawa, memilih untuk membawa secara langsung, dan memilih menggunakan kardus sebagai media pengganti tas plastik. Sehingga dapat dikatakan edukasi berhasil.

Kata Kunci: Tas Plastik Berbayar, Harga, *Willingness to Pay*, Kesadaran Lingkungan, Perilaku Ramah Lingkungan, *Intention to Consume*, Edukasi Konsumen, dan Demografi



ABSTRACT

The aim of this research is to explore and to review more on costumer, retail and government's response (Environmental Agency Yogyakarta) to eco-friendly attitude to support paid-shopping plastic policy. Moreover, this research also asseses what kind of policy that suits to educate people to bring out eco-friendly attitude to support the policy. Subjects of this research are supermarket's visitors, house-wives and young girls, the retailer himself and the government, that represented by Yogyakarta Environmental Agency. The number of informants are eight consumers, five from retails and one from the government. Costumer selection is done by selecting costumers having the criteria for this research. This research is a qualitative research that use grounded theory method by carrying out an in-depth interview.

The result of this research explains that basically people acknowledge, pay attention and participate in this paid-shopping plastic policy. Almost all the informants have their own shopping bag and the will to use it. But, because of this human error, forgetting things, and impulsive buying, causes them to keep using the plastic bag. Moreover, the price of the plastic bag is considered cheap, so the consumers are willing to pay for it. Another result shows that there is up to 50% decreasing from the retail in using plastic bag. From five retails, there are only two retails giving reward for the consumers, minimarket and local store. It is ironic seeing that big retailer have no initiative to give reward for the consumers to support this policy. In addition, there is no unity among the retails in carrying out this policy and some of the retails start to stop applying this policy.

Overall, this research shows that there is costumer learning from this policy, which encourage customers to bring their own shopping bag, even some of them feel guilty using the plastic bag, choose to refuse using plastic bag and replace plastic bag by utilizing carton box. So that, the customer learning is success.

Keyword: paid-shopping plastic bag, price, willingness to pay, environmental awareness, eco-friendly attitude, intention to consume, customer learning and demography

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, rahmat, serta penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkenan membimbing dan membantu baik berupa ide, gagasan, materi, maupun dukungan moral sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Skripsi dengan judul “Studi Eksplorasi Kebijakan Tas Belanja Plastik Berbayar dan Edukasi Konsumen Berperilaku Ramah Lingkungan “menjadi syarat akhir dalam mendapatkan gelar sarjana strata dua pada Program Magister Manajemen Progran Pascasarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, yaitu kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan berkat sehingga saya bisa menyelesaikan Skripsi ini dengan sebaik-baiknya.
2. Ibu Prof. Dr. Shellyana Junaedi, M. selaku pembimbing tesis yang telah banyak memberikan dan mengajarkan hal-hal yang berguna dalam proses penulisan. Terima kasih untuk ide-ide cemerlang, waktu, tenaga, kebersamaan, dan ilmu-ilmu kesuksesan selama ini. See you on top yes mam!
3. Semua informan yang membantu meluangkan waktunya dalam mendukung penulisan tesis. Terima kasih dari pihak Alfamart Babarsari, Circle K Perumnas, Indomaret Dirgantara, Mirota kampus C. Simanjuntak, dan Giant Express yang mau saya repotkan. Dan terima kasih untuk Bapak Jito dari

Badan Lingkungan Hidup Yogyakarta yang menyediakan waktunya di sela-sela seminar dan diskusinya selama wawancara.

4. Keluarga tercinta, papa dan mama yang sangat luar biasa. Terima kasih buat semangatnya membuat anaknya semakin pintar. Akan ada waktunya untuk kita bertukar peran dan akan memberikan yang terbaik untuk kalian.
5. Teman dari masa depan saya yang luar biasa Ferdinand Wendie Saputro. Terima kasih untuk kata “semangat” yang tidak ada kelanjutannya.
6. Sahabat sepanjang masa Theresia Nathalia terima kasih buat menjadi sahabat alakadarnya dan apa adanya.
7. Sahabat rempong saya Vallencia Stephanie Fortana yang tanpa kerempongannya hidup akan kurang bermakna.
8. Penghuni Bebek Maria Retno, Amelia Hadinata, Tirsa Stephanie, Priscilia Susyani, dan Dea Prasetya, yang selalu anarki, semoga selalu bahagia untuk kita semua.
9. Sahabat saya Holmes Silalahi yang mengajarkan saya mengenai segala hal. Terima kasih untuk *Slimmers* yang tidak akan pernah slim, Natalia Hardini, Nova Widhiastuti, dan Devina Tedja yang selalu bergantian mengunjungi selama proses penulisan. Jangan lupa bahagia untuk kalian.
10. Sahabat saya Jessica Novia, terima kasih telah menjadi teman yang klop, klop buat tidur, klop buat makan, klop buat kerja, klop dalam hal apapun. Terima kasih juga untuk Victor Zefanya yang selalu memberi semangat dan menjadi teman dengan pola pikir tingkat dewa.

11. *Partner in crime* Raniah Destriany yang selalu menemani dalam gossip-gossip hangat di kos Melon.

12. Team pelayanan saya yang sangat luar biasa Naren, Putri, Vanesha, Allena, Kak Eidha, Kak Vira, Kak Ruth, Hana, dan Rista miliki kesatuan, kekompakan dan berikan yang luar biasa untuk Tuhan. Ingat bahwa saat kita mengerjakan bagian kita, Tuhan akan mengerjakan bagiannya.

13. Teman liburan, Lilian Dewiyan cepat sembuh dan ayuh kita liburan lagi !!!

14. Teman-teman MM September 2015 kompak selalu dan sukses untuk kalian semua.

15. Semua pihak yang telah mendukung dan motivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, semua kritik dan saran sangat diharapkan untuk menyempurnakan tesis ini. Semoga tesis yang jauh dari sempurna ini dapat bermanfaat bagi kepentingan semua orang.

Yogyakarta, 20 April 2017

Penulis

Yohana Paulina

Motto Hidup

“Tuhan tidak akan mempermalukan anak – anaknya”
“sebab hidup kami ini adalah hidup karena percaya, bukan
karena melihat.”

2 Korintus 5:7

“tetapi seperti ada tertulis: apa yang tidak pernah dilihat oleh mata,
dan tidak pernah didengar oleh telinga, dan yang tidak pernah timbul di
dalam hati manusia: semua yang disediakan Allah untuk mereka yang
mengasihi Dia.”

1 Korintus 2:9

~PaoPao Quotes~

#Terkadang hidup memang harus diperjuangkan. Tetapi ingatlah saat kita melayani Tuhan, saat kita melakukan bagian kita yang terbaik untuk Tuhan, Tuhan sedang kirimkan hal-hal yang lebih-lebih dari terbaik untuk kehidupan kita. Karena apa yang tidak akan dilihat oleh mata, apa yang tidak akan didengar, dan tidak akan timbul dalam hati, semuanya itu akan datang dalam kehidupanmu. Tuhan menenmpatkan mu saat ini bukan karena kebetulan, tetapi karena suatu rencana Tuhan ingin menjadikan engkau sumber berkat bagi yang lain#

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
HALAMAN MOTTO	xi
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7

1.4 Manfaat penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.4.2.1 Bagi Tempat Perbelanjaan Retail	8
1.4.2.2 Bagi Pemerintah	8
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Kemasan	11
2.1.1 Sejarah Kemasan	13
2.1.2 Desain Kemasan	14
2.2 Kemasan Tas Belanja Plastik	14
2.3 Retail	15
2.4 Sampah	16
2.4.1 Jenis-Jenis Sampah	17
2.3.2 Dampak Sampah	18
2.5 Perilaku Konsumen	20
2.5.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	21

2.5.1.1 Faktor-Faktor Kebudayaan	22
2.5.1.2 Faktor-Faktor Sosial	23
2.5.1.3 Faktor-Faktor Pribadi	24
2.5.2 Proses Psikologis	25
2.5.3 Proses Keputusan Pembelian.....	26
2.6 <i>Green Marketing</i>	29
2.6.1 Konsep Pemasaran Hijau	29
2.6.2 Penerapan Pemasaran Hijau di Indonesia	30
2.7 Kesadaran Lingkungan	31
2.7.1 Berperilaku Ramah Lingkungan	31
2.7.2 Konsep 3R	34
2.8 <i>Customer Learning</i>	35
2.9 Ketentuan Tas Belanja Plastik Berbayar	36
2.9.1 Ketentuan Tas Belanja Plastik Berdasarkan Surat Edaran	36
2.9.2 Harga Tas Belanja Plastik Berbayar	38
2.9.3 Pengurangan Sampah	40
2.10 Penelitian Sebelumnya	42

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	46
3.1 Metode Penelitian	46
3.1.1 Riset Kualitatif	46
3.1.2 <i>Grounded Theory</i>	47
3.2 Desain Penelitian	49
3.3 Alat Analisis	50
3.3.1 <i>Content Analysis</i>	51
3.4 Lingkup Penelitian	53
3.5 Subjek dan Objek Penelitian	53
3.6 Metode Pengumpulan Data	55
3.7 Panduan Pertanyaan Terbuka Terhadap Informan	57
3.7.1 Konsumen	57
3.7.2 Retail	59
3.7.3 Pemerintah	62
3.8 Prosedur Penelitian	64
3.9 Trianggulasi dan Orisinalitas	65
3.10 Laporan Pelaksanaan Penelitian	67

3.11 Pengumpulan Data	70
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	73
4.1 Pendahuluan	73
4.2 Konsumen	73
4.2.1 Karakteristik Informan	74
4.2.1.1 Karakteristik Informan Ibu Rumah Tangga	74
4.2.1.2 Karakteristik Informan Remaja Putri...	77
4.2.2 Latar Belakang Informan	81
4.2.2.1 Latar Belakang Informan IRB dan RB yang Membawa Tas Belanja Sendiri	81
4.2.2.2 Latar Belakang Informan IRTB dan RTB yang tidak Membawa Tas Belanja Sendiri	83
4.2.3 Pengetahuan Mengenai Tas Belanja Plastik Berbayar	85
4.2.3.1 Pengetahuan IRB dan RB mengenai Kebijakan Tas Belanja Plastik Berbayar..	85
4.2.3.2 Pengetahuan IRTB dan RTB mengenai Kebijakan Tas Belanja Plastik Berbayar..	89

4.2.4 Respon Perilaku Konsumen pada Harga Tas

Belanja Plastik Berbayar	92
--------------------------------	----

4.2.4.1 Respon IRB dan RB mengenai Harga

Tas Belanja Plastik Berbayar.....	92
-----------------------------------	----

4.2.4.2 Respon IRTB dan RTB mengenai

Harga Tas Belanja Plastik Berbayar	94
--	----

4.2.5 Kesadaran dan Edukasi Konsumen mengenai

Tas Belanja Plastik Berbayar	97
------------------------------------	----

4.2.5.1 Kesadaran dan Edukasi Konsumen

IRB dan RB mengenai Tas Belanja Plastik Berbayar	97
---	----

4.2.5.2 Kesadaran dan Edukasi Konsumen

IRTB dan RTB mengenai Tas Belanja Plastik Berbayar	100
---	-----

4.2.6 Evaluasi terhadap Berlakunya Tas Belanja Plastik

Berbayar	102
----------------	-----

4.2.6.1 Evaluasi IRB dan RB mengenai

Kebijakan Tas Belanja Plastik Berbayar	102
---	-----

4.2.6.2 Evaluasi IRTB dan RTB mengenai

Kebijakan Tas Belanja Plastik Berbayar.....	106
--	-----

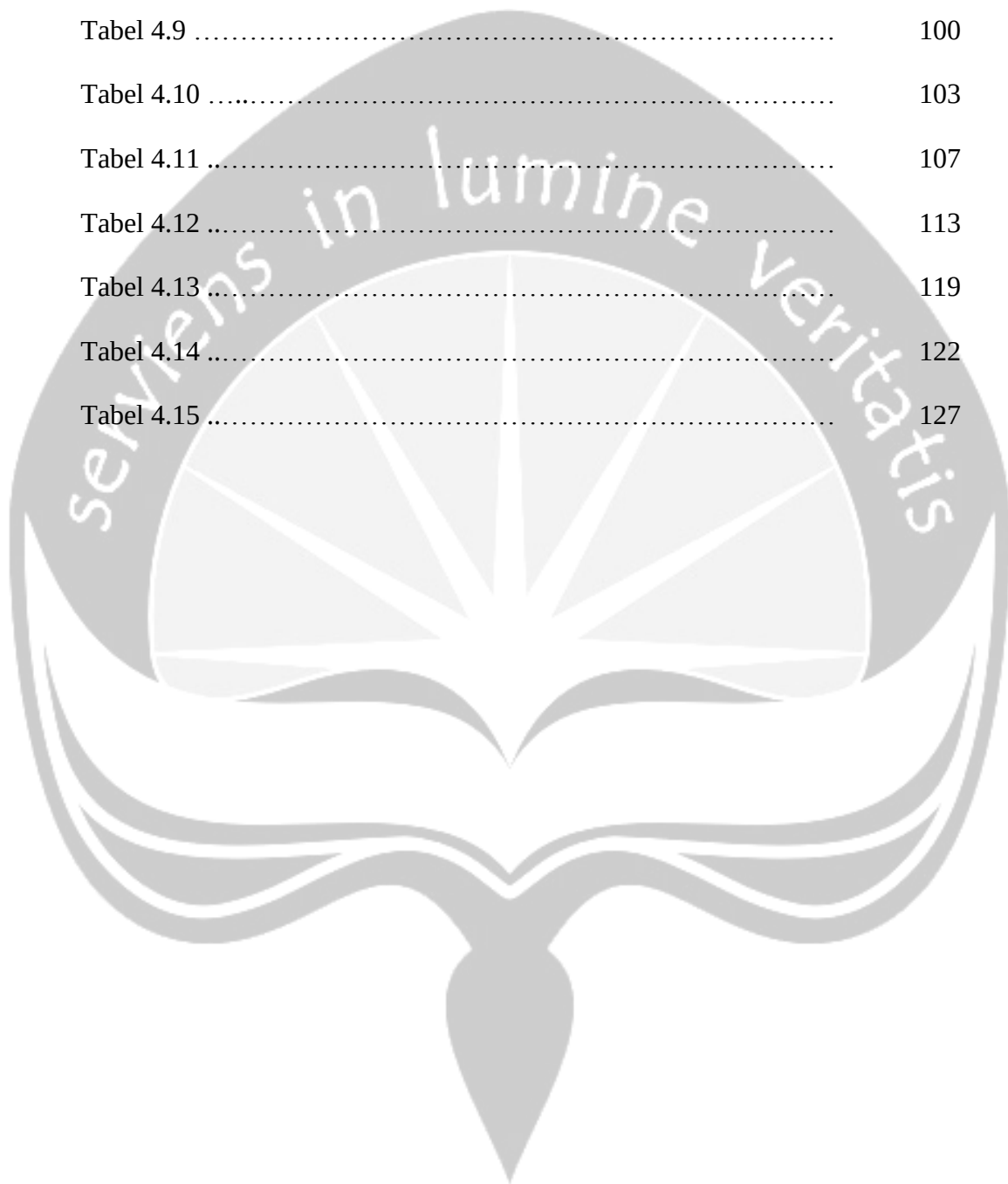
4.3 Retail	110
4.3.1 Profil Informan Retail	110
4.3.2 Pengetahuan Retail mengenai Kebijakan Tas Belanja Plastik Berbayar	113
4.3.3 Respon Perilaku Konsumen pada Harga Tas Belanja Plastik Berbayar	119
4.3.4 Kesadaran dan Edukasi Konsumen mengenai Tas Belanja Plastik Berbayar	122
4.3.5 Evaluasi terhadap Berlakunya Kebijakan Tas Belanja Plastik Berbayar	127
4.4 Pemerintah (BLH)	132
4.4.1 Profil Informan Pemerintah	132
4.4.2 Pengetahuan mengenai Kebijakan Tas Belanja Plastik Berbayar	132
4.4.3 Respon Perilaku Konsumen pada Harga Tas Belanja Plastik Berbayar	134
4.4.4 Kesadaran dan Edukasi Konsumen mengenai Tas Belanja Plastik Berbayar	134
4.4.5 Evaluasi terhadap Berlakunya Kebijakan Tas Belanja Plastik Berbayar	135

4.5 Ringkasan Penelitian	137
4.5.1 Ringkasan Penelitian Konsumen	137
4.5.2 Ringkasan Penelitian Ritel	139
4.5.3 Ringkasan Penelitian Pemerintah (BLH)	141
BAB V PENUTUP	143
5.1 Temuan	143
5.1.1 Kebijakan Tas Belanja Plastik Berbayar	143
5.1.2 Harga Tas Belanja Plastik Berbayar.....	145
5.1.3 Kesadaran dan Edukasi Konsumen Tas Belanja Plastik Berbayar	146
5.1.4 Evaluasi Tas Belanja Plastik Berbayar.....	147
5.2 Diskusi	148
5.3 Keterbatasan Penelitian	152
5.4 Implikasi Managerial	154
DAFTAR PUSTAKA	157
LAMPIRAN	163

DAFTAR TABEL

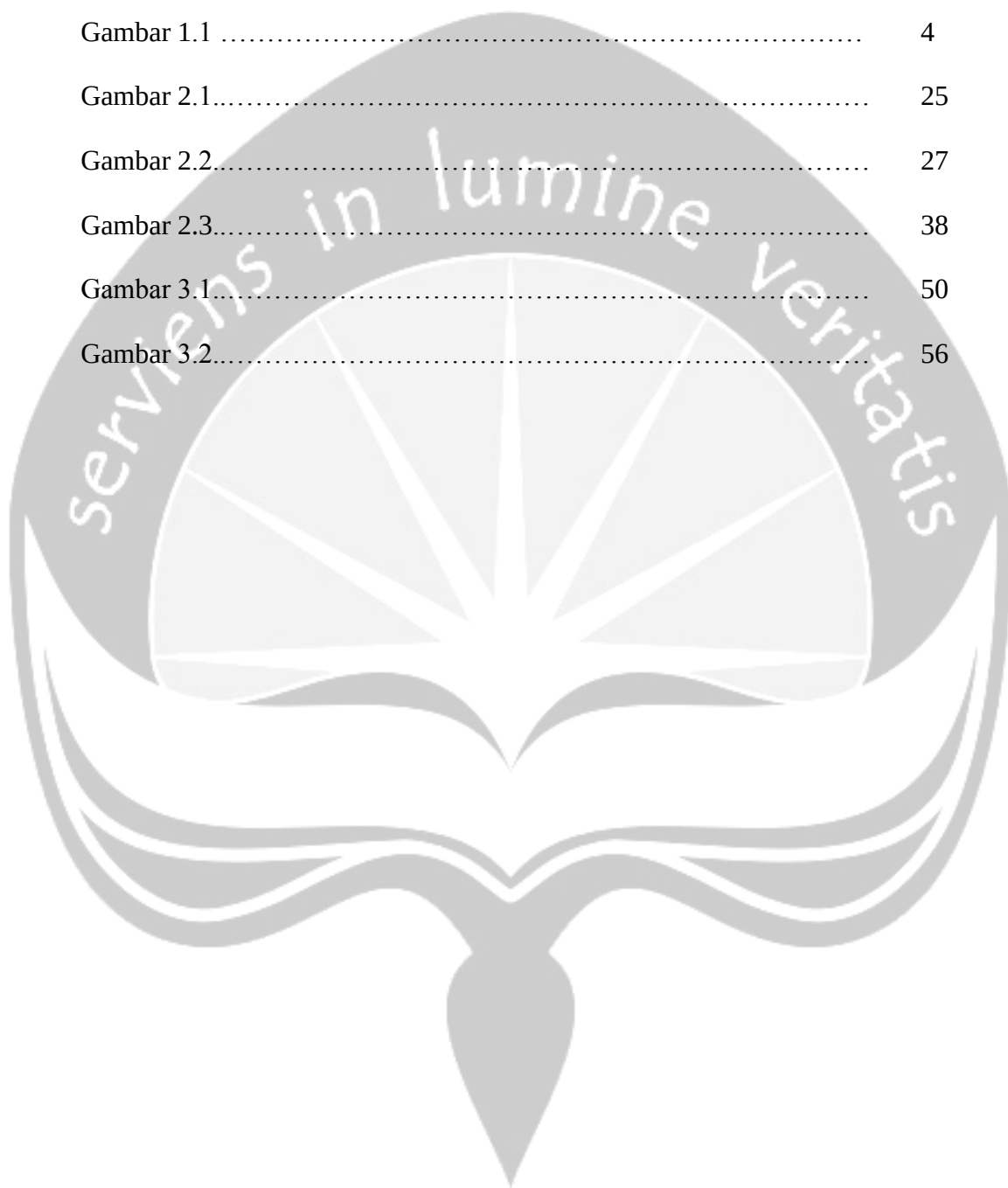
	Halaman
Tabel 2.1	42
Tabel 3.1	53
Tabel 3.2	57
Tabel 3.3	59
Tabel 3.4	62
Tabel 3.5	67
Tabel 3.6	68
Tabel 3.7	69
Tabel 3.8	69
Tabel 3.9	70
Tabel 3.10	70
Tabel 3.11	71
Tabel 3.12	71
Tabel 3.13	72
Tabel 3.14	72
Tabel 4.1	73
Tabel 4.2	81
Tabel 4.3	83
Tabel 4.4	86
Tabel 4.5	89
Tabel 4.6	92

Tabel 4.7	95
Tabel 4.8	97
Tabel 4.9	100
Tabel 4.10	103
Tabel 4.11	107
Tabel 4.12	113
Tabel 4.13	119
Tabel 4.14	122
Tabel 4.15	127



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1	4
Gambar 2.1.....	25
Gambar 2.2.....	27
Gambar 2.3.....	38
Gambar 3.1.....	50
Gambar 3.2.....	56



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1	163
Lampiran 2	186
Lampiran 3	200
Lampiran 4	205
Lampiran 5	215

