

PENGARUH KESADARAN DAN KEBUTUHAN TERHADAP PERILAKU KONSUMEN TOKO SWALAYAN DI KOTA BANDUNG DALAM PENGELOLAAN SAMPAH PLASTIK

Alisya Fathia Mentari¹, Ratih Hendayani²

Universitas Telkom, Bandung, Indonesia¹

Universitas Telkom, Bandung, Indonesia²

E-mail: alisyafathia@student.telkomuniversity.ac.id¹

Abstract: Environmental problems are one of the ongoing challenges that occur worldwide, one of which is caused by plastic waste pollution. Plastic is often seen used in supermarkets, where ineffective use and management by consumers or workers lead to inappropriate disposal leading to the environmental challenges. Indonesia is known as one of the most populous countries facing the plastic waste management problem. This research investigates on whether consumer awareness of plastic waste and needs can influence their behaviour on plastic waste management in using plastic and disposing its waste in a proper way as an effort to continue to reduce plastic waste from the supermarkets or environment. This research specifically focuses on the top 5 supermarket with the largest number of outlets in Bandung city, using quantitative research method by gathering primary data from 385 consumers as the source. The data was gathered through questionnaire and analyse using the SEM-PLS tools and methods. This study found that consumers' are interested in learning more about bioplastics and see their applications firsthand. In addition, in contrast to the controversy over the price of plastic or more environmentally friendly products, consumers are more committed to reducing plastic waste by purchasing and using environmentally friendly plastic bags such as bioplastics, rather than taking direct action on the plastic waste they find. The results of the structural model show that consumers' awareness has the greatest influence on their needs in managing plastic waste and there was no mediating effect for needs on the relationship between awareness and behaviour nor direct effect of needs towards consumers' behaviour on plastic waste management. Therefore, this research recommended the help and collaboration from supermarket, government or law enforcement, and the society in Bandung city to increase their awareness and behaviour towards plastic waste management.

Keywords: Environmental Challenges; Plastic Waste Pollution; Waste Management; Consumer Awareness; Supermarket

Abstrak: Permasalahan lingkungan hidup merupakan salah satu tantangan berkelanjutan yang terjadi di seluruh dunia, salah satunya disebabkan oleh pencemaran sampah plastik. Plastik sering terlihat digunakan di swalayan, dimana penggunaan dan pengelolaan yang tidak efektif oleh konsumen atau pekerja menyebabkan pembuangan yang tidak tepat dan menimbulkan tantangan lingkungan. Indonesia dikenal sebagai salah satu negara dengan jumlah penduduk terbesar yang menghadapi masalah pengelolaan sampah plastik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kesadaran konsumen terhadap sampah plastik dan kebutuhannya dapat mempengaruhi perilaku mereka dalam pengelolaan sampah plastik dalam menggunakan plastik dan membuang sampahnya dengan benar sebagai upaya untuk terus mengurangi sampah plastik di swalayan atau lingkungan. Penelitian ini khusus berfokus pada 5 swalayan teratas dengan jumlah gerai terbanyak di kota Bandung, dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan mengumpulkan data primer dari 385 konsumen sebagai sumbernya. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan alat dan metode SEM-PLS. Studi ini menemukan bahwa konsumen tertarik untuk mempelajari lebih lanjut tentang bioplastik dan melihat penerapannya secara langsung. Selain itu, berbeda dengan kontroversi harga plastik atau produk yang lebih ramah lingkungan, konsumen lebih berkomitmen untuk mengurangi sampah plastik dengan membeli dan menggunakan kantong plastik ramah lingkungan seperti bioplastik, dibandingkan mengambil tindakan langsung terhadap sampah plastik yang mereka temukan. Hasil model struktural menunjukkan bahwa kesadaran konsumen mempunyai pengaruh yang paling besar terhadap kebutuhannya dalam mengelola sampah plastik dan tidak terdapat pengaruh mediasi kebutuhan terhadap hubungan kesadaran dengan perilaku maupun pengaruh langsung kebutuhan terhadap perilaku konsumen dalam pengelolaan sampah plastik. Oleh karena itu, penelitian ini merekomendasikan bantuan dan kolaborasi dari swalayan, pemerintah atau penegak hukum, dan masyarakat di Kota Bandung untuk meningkatkan kesadaran dan perilaku mereka terhadap pengelolaan sampah plastik.

Kata Kunci: Tantangan lingkungan; Pencemaran sampah plastic; Pengelolaan sampah; Kesadaran konsumen; Supermarket

PENDAHULUAN

Masalah lingkungan telah berlangsung selama beberapa dekade dan mempengaruhi aspek global seperti perekonomian. Salah satu masalah lingkungan yang signifikan adalah produksi plastik dan pengelolaan limbahnya. Plastik terbuat dari bahan bakar fosil yang mengandung bahan tambahan yang membuatnya lebih kuat, fleksibel, dan tahan lama, sehingga jika menjadi sampah yang terbuang atau terlantar di lingkungan akan lama atau susah terurai (Parker, 2019). Selain itu, polusi plastik juga berdampak negatif pada kehidupan laut dan ekosistemnya. Oleh karena itu hal berikut mengenai plastik itu sendiri menjadi sebuah permasalahan karena ketika kapasitas dunia untuk menghadapi peningkatan pesat produksi barang-barang plastik sekali pakai menjadi pembicaraan, polusi plastik telah muncul sebagai salah satu tantangan lingkungan hidup yang paling mendesak (Parker, 2019).

Dalam kebanyakan kasus, sampah yang dihasilkan berasal dari plastik yang sering terlihat digunakan di toko swalayan, seperti supermarket atau minimarket. Pemerintah Indonesia mencatat, ritel modern menghasilkan 9,85 miliar kantong plastik setiap tahun, menjadikan Indonesia negara penghasil sampah plastik terbesar di dunia yang dibuang ke laut (Fatwa, 2019). Permasalahan nasional di Indonesia mengenai sampah plastik yang harus ditangani adalah rendahnya tingkat pengumpulan dan daur ulang, kurangnya fasilitas pengelolaan sampah, tidak efektifnya kolaborasi, serta persepsi dan perilaku masyarakat dalam pengelolaan sampah kota (Prabawati A., dkk., 2023). Di Kota Bandung sendiri, menurut data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik pada tahun 2023, jumlah sampah per hari mencapai 1.594,18 ton, dengan sumber sampah plastik berada di posisi kedua sejumlah 266,23 ton (Wamad & Detik Jabar, 2023). Untuk mencegah penggunaan plastik, terutama di pasar swalayan, Pemerintah Indonesia telah memberikan peraturan dalam beberapa tahun terakhir, seperti penerapan kantong plastik berbayar (Aranditio, 2023), peraturan menteri LHK No.75 Tahun 2019 yang mewajibkan produsen untuk mengurangi sampah plastik berasal dari produk dan kemasan (Andriansyah, 2022), serta rencana produksi barang-barang plastik ramah lingkungan dan strategi 3R sampah plastik (Global Business Guide Indonesia, 2017).

Namun di kota Bandung, beberapa swalayan belum sepenuhnya menerapkan peraturan tersebut. Menurut Ma'Rup (2021), hanya 12% ritel yang mengikuti kebijakan pengurangan kantong plastik, dan hanya 29% ritel yang menyediakan kantong plastik belanja yang dapat digunakan kembali. Dalam Deliana Y., Fatimah S., Trimo L., dan Djali M. (2023) yang telah melakukan penelitian pada tahun 2021 di Kota Bandung, menemukan bahwa konsumen yang mengetahui kantong plastik merusak lingkungan ada sebanyak 14,70 %, pengetahuan sedang sebanyak 63,39 %, dan pengetahuan rendah sebanyak 21,91 %. Beberapa konsumen di Bandung cenderung tetap menggunakan kantong plastik karena peraturan yang tidak wajib atau karena mereka tidak memiliki alternatif tas ramah lingkungan untuk dibawa berbelanja. Peraturan penetapan harga yang dipaksakan juga dinilai tidak efektif karena tidak mempengaruhi konsumen untuk tidak menggunakan plastik. Tingginya tingkat ketidakpedulian terhadap pengelolaan sampah menurut Pramiaty S.K., dkk. (2021) disebabkan oleh perilaku rumah tangga di Indonesia dalam hal penanganan sampah yang menunjukkan sebagian besar masyarakat mengelola sampah plastik dengan cara membakar (53%) dan membuang sampah sembarang (2.7%), sehingga menyebabkan semakin banyak plastik yang terbuang. dalam sistem lingkungan hidup (Prabawati A., dkk., 2023).

Hal ini menunjukkan bahwa meskipun pemerintah dan swalayan telah berupaya meningkatkan kesadaran akan sampah plastik, kurangnya kesadaran dan perbedaan kebutuhan yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen menimbulkan pertanyaan apakah kesadaran konsumen terhadap sampah plastik dan kebutuhannya dapat mempengaruhi perilaku mereka. mengenai efektivitas penggunaan dan pembuangan plastik untuk terus mengurangi limbah atau sampah plastik dari supermarket dan lingkungan sekitar. Oleh karena itu, penelitian ini mengkaji apakah kesadaran dan kebutuhan konsumen mempengaruhi perilaku mereka dalam pengelolaan sampah plastik, serta apakah kebutuhan mereka memediasi hubungan antara kesadaran dan perilaku.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu metode yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dengan cara pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, menganalisis data kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang terbentuk (Sugiyono, 2019). Tujuan penelitian ini adalah penelitian deskriptif atau korelasional karena tujuan

penelitian adalah untuk menggambarkan hubungan antar variabel. Penelitian ini juga dilakukan dalam latar belakang yang tidak dibuat-buat, yang digambarkan oleh Sekaran U. dan Bougie R. (2016) sebagai lingkungan alam dimana peristiwa terjadi secara normal, yang dalam tesis ini adalah swalayan. Penelitian ini mengkaji kesadaran dan kebutuhan konsumen di toko swalayan mengenai perilaku mereka dalam pengelolaan sampah plastik atau penggunaan plastik. Dengan demikian, unit analisis yang digunakan adalah konsumen dalam objek penelitian, yang merupakan individu yang diuji untuk menilai tingkat kesadaran dan kebutuhannya terhadap isu tersebut.

Strategi yang tepat dilakukan dalam penelitian ini adalah metode survei, dimana disebutkan bahwa strategi ini digunakan untuk memperoleh data dari tempat alami atau non buatan (Sugiyono, 2019), didukung dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Data kemudian dianalisis menggunakan IBM Statistics 29.0 (untuk menganalisis karakteristik sampel atau responden) dan program SEM-PLS 4 (untuk menguji validitas, reliabilitas, dan hipotesis data).

HASIL PENELITIAN

Hasil kuesioner yang disebarakan menunjukkan karakteristik responden dan jawaban mereka terhadap pernyataan mengenai variabel yang diuji. Pengambilan data responden dilakukan dalam kurun waktu 1 bulan (19 Februari s/d 20 Maret 2024), dengan diperoleh total responden sebanyak 422 orang, dimana 37 orang diantaranya dikeluarkan karena tidak memenuhi karakteristik populasi atau syarat sampel (belum pernah berbelanja di supermarket tersier). dan selalu membeli produk tanpa kemasan plastik (tidak terkena kemasan plastik yang tersedia di swalayan)). Sehingga, 385 orang dijadikan sampel. Mayoritas responden dalam penelitian ini yang melakukan pembelanjaan di toko swalayan di Bandung merupakan dari kelompok jenis kelamin wanita, sebanyak 260 orang atau 67.5% dari total sampel tersebut. Lalu, rentang usia dari mayoritas responden adalah 26-35 sebanyak 110 orang atau 28.6% dan merupakan karyawan. Kebanyakan dari responden melakukan pembelanjaan pada toko swalayan sebanyak 2-3 kali sebulan dan kadang-kadang membeli produk tanpa kemasan plastik.

Selanjutnya, hasil kuesioner penelitian diuji validitas dan reliabilitas (keandalan) dari kumpulan jawaban responden tersebut, yang dapat dilihat dari outer model atau model pengukuran pada tabel 1 dan selanjutnya.

Outer Model

Uji Validitas Konvergen dan Reliabilitas

Tabel 1 Hasil Outer Loadings

Variabel	Indikator	Loading Factor
Kesadaran Konsumen (X)	KS1	0.586
	KS2	0.623
	KS3	0.681
	KS4	0.668
	KS5	0.861
	KS6	0.866
	KS7	0.854
	KS8	0.878
Kebutuhan Konsumen (Z)	KB1	0.747
	KB2	0.716
	KB3	0.828
	KB4	0.835
	KB5	0.818
Perilaku Konsumen (Y)	PK1	0.73
	PK2	0.628
	PK3	0.61
	PK4	0.715

	PK5	0.607
	PK6	0.695
	PK7	0.802
	PK8	0.79
	PK9	0.8

Sumber: Data Olahan Peneliti (2024)

Outer loadings dengan nilai 0,708 atau lebih menunjukkan bahwa indikator terkait memiliki kesamaan dengan konstruk, atau dapat digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang ada (Hair et al., 2017). Hasil tabel 4.1 tersebut merupakan nilai outer loadings yang keluar pertama. Dapat dilihat bahwa untuk item tertentu seperti KS1-KS4 (item variabel kesadaran), PK2-PK3 dan PK5-PK6 (variabel item perilaku) memiliki nilai outer loadings kurang dari 0,708. Hal ini menunjukkan bahwa indikator terkait memiliki kesamaan dengan konstruk yang rendah yang dapat menyebabkan masalah validitas konvergen dan mungkin menghindari pengujian validitas diskriminan. Untuk menangani masalah tersebut, maka item-item dengan nilai luar beban yang rendah tersebut perlu dihilangkan. Hasil setelahnya dikeluarkan beberapa item tersebut adalah sebagai berikut, termasuk dengan nilai AVE (untuk validitas) dan hasil reliabilitasnya:

Tabel 2 Hasil Outer Loadings setelah dihapus, nilai AVE, dan reliabilitas

Variabel	Indikator	Loading Factor	AVE	Cronbach alpha	CR (rho_a)	CR (rho_c)
Kesadaran Konsumen (X)	KS5	0.867	0.828	0.93	0.931	0.95
	KS6	0.928				
	KS7	0.914				
	KS8	0.928				
Kebutuhan Konsumen (Z)	KB1	0.747	0.674	0.837	0.41	0.891
	KB3	0.828				
	KB4	0.835				
	KB5	0.818				
Perilaku Konsumen (Y)	PK1	0.73	0.669	0.876	0.896	0.91
	PK6	0.695				
	PK7	0.802				
	PK8	0.79				
	PK9	0.8				

Sumber: Data Olahan Peneliti (2024)

Hasil tersebut merupakan nilai outer loadings setelah dilakukan penghapusan dan olah ulang outer loadings pada PLS, serta nilai AVE yang menunjukkan bahwa semua item sudah valid (nilai AVE lebih tinggi dari 0.50 menyatakan bahwa konstruk tersebut terdefinisi dengan baik dan mampu menangkap konsep variabel yang diinginkan). Hal ini berarti bahwa item-item tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang ada. Kemudian reliabilitas atau keandalan dari variabel tersebut dapat dilihat dari nilai Cronbach alpha dan reliabilitas komposit (CR). Dapat disimpulkan bahwa nilai Cronbach Alpha dan juga nilai reliabilitas komposit untuk masing-masing variabel berjumlah di atas 70 dan 60 (alpha Cronbach > 0.70; Composite reliability > 0.60). Sehingga, sesuai kriterianya, maka hasil tersebut menyatakan bahwa item reliabel untuk digunakan dalam penelitian ini.

Uji Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan merupakan metode lainnya untuk mengevaluasi validitas variabel atau item yang digunakan ataupun menilai seberapa besar perbedaan suatu konstruk dengan konstruk lainnya; menggunakan kriteria cross-loading, Fornell-Larcker, dan Heterotraty-monotrait (HTMT).

Tabel 3 Hasil nilai Cross-loadings

	Kesadaran	Kebutuhan	Perilaku
KS5	0.867	0.499	0.558
KS6	0.928	0.527	0.497
KS7	0.914	0.548	0.485
KS8	0.928	0.558	0.522
KB1	0.471	0.717	0.268
KB3	0.497	0.843	0.375
KB4	0.501	0.865	0.317
KB5	0.455	0.851	0.338
PK1	0.381	0.258	0.752
PK6	0.357	0.289	0.725
PK7	0.539	0.355	0.876
PK8	0.535	0.403	0.866
PK9	0.467	0.296	0.859

Sumber: Data Olahan Peneliti (2024)

Pada tabel 3 tersebut menunjukkan bahwa indikator-indikator dari variabel kesadaran (KS5-KS8) memiliki korelasi tertinggi dibanding dengan variabel laten lainnya (kebutuhan dan perilaku). Hal ini juga berlaku sama dengan korelasi antar indikator-indikator dari variabel kebutuhan (KB1, KB3-KB5) dan variabel perilaku (PK1, PK6-PK9) dengan variabel laten lainnya selain variabelnya sendiri. Maka dari segi pengukuran cross-loadings menyatakan bahwa item-item yang digunakan dinyatakan valid untuk mengukur variabel-variabel yang ada.

Tabel 4 Hasil nilai *Fornell Larcker*

	Kesadaran	Kebutuhan	Perilaku
Kebutuhan	0.821		
Kesadaran	0.587	0.91	
Perilaku	0.397	0.567	0.818

Sumber: Olahan Penulis (2024)

Dari hasil pada tabel 4 tersebut, maka dapat dilihat pertama bahwa nilai akar AVE dari variabel kebutuhan (0.821) lebih besar dibanding dengan variabel latennya (kesadaran dan perilaku dengan nilai 0.587 dan 0.397). Lalu nilai akar AVE dari variabel kesadaran (0.91) lebih besar dibanding dengan variabel latennya, yakni perilaku (0.567). Sehingga, kesimpulannya, dengan nilai setiap akar AVE lebih besar dibanding variabel latennya masing-masing, maka item-item dinyatakan valid untuk digunakan atau mengukur variabel-variabel yang ada

Tabel 5 Hasil nilai HTMT

	HTMT
Kesadaran <-> Kebutuhan	0.665
Perilaku <-> Kebutuhan	0.456
Perilaku <-> Kesadaran	0.618

Sumber: Olahan Penulis (2024)

Dari hasil pada tabel 5 tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa nilai rasio Heterotrait-monotrait (HTMT) atau korelasi antar hubungan tiap variabel (termasuk konstruksinya) di bawah 1.0. Sehingga, sesuai kriterianya, maka hasil dari rasio HTMT menyatakan bahwa item valid dalam penelitian ini.

Inner Model

Uji Kolineritas

Kolineritas merupakan fenomena yang terjadi ketika dua atau lebih indikator formatif dalam suatu model mempunyai korelasi yang tinggi (Hair et al., 2017). Jika hasilnya bias, maka model tersebut mungkin tidak akurat untuk mengukur hubungan antar variabel. Oleh karena itu, penting untuk mengidentifikasi dan mengatasi masalah kolineritas dengan menghilangkan variabel yang berkorelasi tinggi untuk mengurangi multikolineritas. Hal ini dapat dinilai dengan menggunakan metode seperti menghitung faktor inflasi varian (VIF).

Tabel 6 Uji Kolineritas dengan VIF

	VIF
Kesadaran <-> Kebutuhan	1
Kesadaran <-> Perilaku	1.524
Kebutuhan <-> Perilaku	1.524

Sumber: Olahan Penulis (2024)

Nilai VIF harus lebih rendah dari 6 sehingga menunjukkan hubungan rendah antar variabel yang dapat menghindari potensi masalah kolineritas atau koefisien regresi yang tidak dapat diandalkan (tidak reliabel). Dari hasil pada tabel 4.6 tersebut, dapat disimpulkan bahwa dengan nilai VIF lebih kurang dari 5, maka tidak terdapat multikolineritas atau varians dari setiap hubungan antar variabel yang ada rendah.

Koefisien determinasi R² dan Relevansi prediktif Q²

R² digunakan dalam mengevaluasi model struktural untuk menilai kemampuannya dalam memprediksi nilai konstruk endogen berdasarkan konstruk eksogen dengan menghitung korelasi kuadrat antara nilai aktual dan prediksi konstruk endogen tertentu (Hair et al., 2017). Nilai 0,67, 0,33, atau 0,19 untuk variabel laten endogen atau variabel dependen masing-masing menunjukkan pengaruh besar, sedang, atau kecil variabel laten eksogen (independen) terhadap variabel endogen (Garson, 2016). Sedangkan, Q² dalam SEM PLS digunakan sebagai untuk mengetahui apakah model jalur PLS memiliki relevansi prediktif. Nilai Q² yang lebih besar dari 0 menunjukkan bahwa model tersebut mempunyai relevansi prediktif untuk konstruksi endogen tertentu atau menunjukkan bahwa model jalur PLS tersebut dapat secara akurat memprediksi data yang tidak digunakan dalam estimasi model (Hair et al., 2017).

Tabel 7 Hasil R² dan Q²

	<i>R-square adjusted</i>	<i>Q²predict</i>
Kebutuhan	0.342	0.331
Perilaku	0.325	0.313

Sumber: Olahan Penulis (2024)

Berdasarkan tabel 7 tersebut menunjukkan hasil nilai R² untuk masing-masing variabel endogen atau dependen. Dari tabel tersebut yang digunakan untuk menganalisis nilai R² adalah *R-square adjusted* disebabkan penelitian mengambil sampel dari populasi dengan jumlah yang besar sejumlah 385, dimana nilai 0.342 untuk variabel kebutuhan dan 0.325 untuk variabel perilaku menunjukkan pengaruh sedang. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel laten eksogen (kesadaran) mempunyai pengaruh yang moderat terhadap konstruk endogen (kebutuhan, perilaku). Tabel tersebut juga menunjukkan hasil nilai Q² untuk variabel kebutuhan dan perilaku. Nilai Q² untuk kebutuhan adalah 0.331 yang lebih besar dari 0 (0.331 > 0); berarti bahwa kesadaran memiliki relevansi prediktif untuk kebutuhan. Lalu nilai Q² untuk perilaku adalah 0.313, yang berarti bahwa kesadaran dan kebutuhan memiliki relevansi prediktif terhadap perilaku.

Nilai ukuran efek f²

Nilai ukuran efek f² menilai apakah konstruk eksogen yang dihilangkan mempunyai pengaruh signifikan terhadap konstruk endogen, dimana nilai 0.02, 0.15, dan 0.35 mewakili pengaruh kecil, sedang, dan besar dari variabel laten eksogen.

Tabel 8 Hasil f²

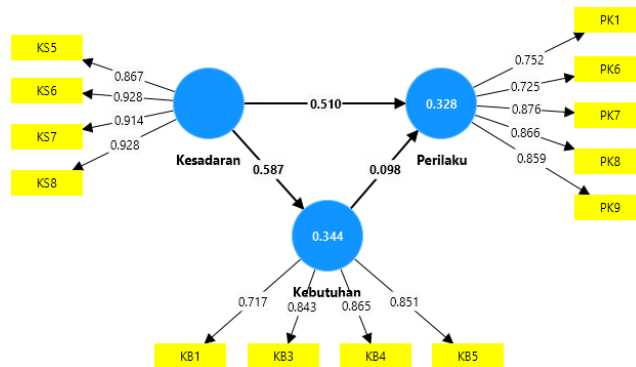
	F-square
Kesadaran <-> Kebutuhan	0.524
Kesadaran <-> Perilaku	0.524
Kebutuhan <-> Perilaku	0.009

Sumber: Olahan Penulis (2024)

Tabel 8 tersebut menunjukkan hasil nilai f² untuk hubungan langsung antara variabel dependen dan independen dalam penelitian ini. Dengan ketentuan yang disebut di atas, maka penjelasan dari hasil nilai tersebut adalah sebagai berikut:

- Pengaruh kesadaran terhadap kebutuhan besar atau signifikan, dengan nilai 0.524.
- Pengaruh kesadaran terhadap perilaku sedang dengan nilai 0.254.
- Kebutuhan tidak memengaruhi perilaku, dengan nilai di bawah 0.02 (f square = 0.009).

Model Jalur dan Uji Hipotesis



Gambar 1 Model Jalur SEM PLS (Olahan Penulis, 2024)

Berdasarkan gambar 1 terlihat koefisien jalur terstandar antar masing-masing variabel yaitu sebesar 0,587 untuk hubungan antara kesadaran dan kebutuhan, 0,510 antara kesadaran dan perilaku, dan 0,098 antara kebutuhan dan perilaku. Signifikansi koefisien jalur, nilai t dan nilai p dari model atau hubungan antar variabel juga ditunjukkan pada tabel 4.9 di bawah ini;

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Kesadaran -> Kebutuhan	0.587	0.586	0.054	10.954	0
Kesadaran -> Perilaku	0.510	0.514	0.057	8.948	0
Kebutuhan -> Perilaku	0.098	0.097	0.063	1.561	0.059
Kesadaran -> Kebutuhan -> Perilaku	0.057	0.056	0.037	1.555	0.12

Sumber: Olahan Penulis (2024)

Dari hasil pada tabel 9 tersebut, dapat dilihat hasil nilai t statistik dan nilai p untuk mengetahui setiap hubungan signifikan antar konstruk atau hipotesis yang dibentuk. Berikut merupakan hasil analisis dari tabel 9 di atas:

H1: Kesadaran konsumen terhadap sampah plastik memengaruhi kebutuhannya akan informasi dan kegunaan kemasan ramah lingkungan dengan nilai t statistik = 10.954 ($t > 1.65$) dan nilai p = 0.00 ($p < 0.05$), maka hipotesis 1 diterima.

H2: Kesadaran konsumen terhadap sampah plastik memengaruhi perilakunya dalam pengelolaan sampah plastik Dengan nilai t statistik = 8.948 ($t > 1.65$) dan nilai p = 0.00 ($p < 0.05$), maka hipotesis 2 diterima.

H3: Kebutuhan konsumen akan informasi dan kegunaan kemasan ramah lingkungan memengaruhi perilakunya dalam pengelolaan sampah plastic. Dengan nilai t statistik = 1.561 ($t < 1.65$) dan nilai p = 0.059 ($p > 0.05$), maka hipotesis 3 ditolak.

PEMBAHASAN

Berdasarkan tabel 9, hasil nilai t (*T statistics*) dan nilai p menunjukkan bahwa terdapat hubungan atau pengaruh yang positif dan signifikan antara kesadaran konsumen terhadap sampah plastik dengan kebutuhannya akan informasi dan kegunaan kemasan ramah lingkungan, serta antara kesadaran konsumen terhadap sampah plastik dengan perilakunya dalam pengelolaan sampah plastik. Sedangkan pengaruh kebutuhan akan informasi dan kegunaan kemasan ramah lingkungan terhadap perilaku konsumen dalam pengelolaan sampah plastik maupun peran kebutuhan sebagai mediator dinyatakan hubungan atau memiliki pengaruh yang lemah atau bisa dibilang tidak saling memengaruhi serta tidak signifikan.

Selain menunjukkan hasil pengaruh antar variabel, model jalur juga menunjukkan pengaruh item terhadap variabel. Berdasarkan gambar 4.8 *Path Model*, item KS6 "Saya lebih memilih produk bioplastik karena dapat terurai aman bagi kelestarian alam." dan item KS8 "Saya lebih memilih produk bioplastik karena dapat terurai lebih awal di alam." mempunyai pengaruh paling besar terhadap variabel kesadaran dengan nilai koefisien sebesar 0,928. Sebaliknya, item KS5 "Saya lebih memilih produk yang diperoleh dari industri bioplastik karena terbarukan." mempunyai pengaruh paling kecil terhadap kesadaran dibanding item atau faktor lainnya, dengan nilai koefisien sebesar 0,867. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen dari 5 toko swalayan di kota Bandung yang memprioritaskan bioplastik karena biodegradabilitasnya (terurai dalam alam) cenderung memiliki kesadaran lingkungan yang lebih tinggi dibandingkan dengan mereka yang memilih bioplastik karena sifatnya yang terbarukan.

Demikian juga untuk variabel kebutuhan dimana item KB4 "Menurut saya bioplastik sebaiknya digunakan dalam acara sosial massal." memberi pengaruh paling besar terhadap variabel tersebut, dengan nilai koefisien sebesar 0.865 dan item KB1 "Saya ingin mendapatkan informasi baru tentang penggunaan produk bioplastik." memberikan pengaruh yang kecil terhadap kebutuhan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa sikap dan kebutuhan konsumen terhadap bioplastik lebih dipengaruhi oleh keyakinan tertentu seperti dengan melihat langsung kesesuaian penggunaan bioplastik dalam acara sosial massal dibandingkan dengan informasi mengenai manfaat atau penggunaan produk bioplastik. Hal ini terjadi karena pada toko swalayan tersebut, konsumen lebih mudah melihat langsung penggunaan kemasan daripada mendapatkan informasi dari penelitian terkait produk ramah lingkungan.

Untuk variabel perilaku, item PK7 "Saya membeli produk bioplastik, meskipun harganya mahal." memberi pengaruh paling besar terhadap variabel perilaku, dengan nilai koefisien sebesar 0,876, sedangkan item PK6 "Ketika saya melihat plastik di area hijau, saya mengambil dari sana." memberi pengaruh kecil terhadap variabel perilaku, dengan nilai koefisien sebesar 0,725. Hasil tersebut menunjukkan bahwa konsumen toko swalayan yang membeli bioplastik meskipun harganya mahal (PK7) menunjukkan komitmen pengurangan sampah plastik yang lebih kuat, dibandingkan dengan mereka yang melihat dan memungut sampah plastik di kawasan terbuka hijau (PK6). Ini disebabkan mahalnya harga barang ramah lingkungan (dalam hal ini bioplastik) dapat dilihat sebagai pengganti atau alternatif mengurangi dampak negatif plastik terhadap lingkungan yang mudah untuk dilakukan langsung pada toko swalayan, sedangkan memungut sampah di tempat terbuka dapat dilihat sebagai tindakan yang tidak ideal dalam toko swalayan dimungkinkan karena kurang layanan atau penyediaan tempat untuk membuang atau mengelola sampah plastik tersebut.

KESIMPULAN

Dengan melibatkan 385 konsumen dari 5 swalayan dengan gerai terbanyak di Kota Bandung, dan melalui penelitian kuantitatif, hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa kesadaran memiliki pengaruh terbesar terhadap kebutuhan konsumen dalam pengelolaan sampah plastik. Lalu dalam pengujiannya, ditemukan juga bahwa kebutuhan konsumen akan informasi maupun penggunaan kemasan ramah lingkungan tidak memengaruhi perilaku konsumen dalam pengelolaan sampah plastik dan kebutuhan konsumen tersebut tidak memediasi pengaruhnya kesadaran konsumen terhadap perilaku mereka; berarti bahwa kebutuhan tidak menjembatani, menjelaskan, ataupun mendorong maupun memperlemah hubungan yang terjadi antara kesadaran dan perilaku konsumen.

Hasil dari PLS *cross-model* juga menyatakan bahwa banyak responden lebih memilih bioplastik dibandingkan plastik tradisional karena dianggap ramah lingkungan atau dilihat dari karakteristik biodegradabilitasnya. Studi ini juga menemukan bahwa konsumen tertarik untuk mempelajari lebih lanjut tentang bioplastik dan penerapannya, yang berarti dapat meningkatnya permintaan akan informasi mengenai produk ramah lingkungan. Namun peningkatan perilaku ramah lingkungan atau sampah plastik lebih besar kemungkinannya terjadi jika mereka melihat langsung penggunaannya secara tepat. Terakhir, berbeda dengan kontroversi harga atas plastik atau produk yang lebih ramah lingkungan, konsumen lebih berkomitmen untuk mengurangi sampah plastik dengan membeli dan menggunakan kantong plastik ramah lingkungan seperti bioplastik, dibandingkan melakukan tindakan langsung terhadap limbah plastik yang ditemukan.

SARAN

Saran Praktis

Beberapa saran praktis yang dapat dipertimbangkan adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kesadaran konsumen terkait limbah plastik terhadap kebutuhan informasi maupun kegunaan terkait produk ramah lingkungan (termasuk bioplastik) dengan:
 - a. Meningkatkan penyediaan alternatif produk ramah lingkungan dengan harga yang terjangkau serta manfaatnya.
 - b. Memberikan informasi yang jelas dan edukatif tentang manfaat pengurangan sampah plastik, pengelolaan akhir produk atau kemasannya setelah penggunaannya dalam toko swalayan maupun sekitarnya.
 - c. Menyediakan kantong atau kemasan bioplastik maupun produk sejenis yang mudah terurai dan terbarukan.
2. Meningkatkan kesadaran konsumen terkait limbah plastik terhadap perilaku ramah lingkungan dengan:
 - a. Berpartisipasi dalam program daur ulang yang ada di lingkungan sekitar.
 - b. Menyediakan program, layanan, atau tempat yang memudahkan pengelolaan sampah plastik, seperti meletakkan tempat pengumpulan daur ulang sampah plastik yang mudah diakses.
 - c. Meningkatkan tempat pembuangan sampah dengan khusus jenis sampah yang ada.
 - d. Melarang penggunaan kantong plastik di swalayan Kota Bandung atau perketat regulasi dan kebijakan terkait pembuangan plastik sembarangan, serta dalam pengelolaan sampah plastik seperti dalam mendaur ulang sampah plastik.
 - e. Menjualkan plastik hanya untuk tujuan tertentu saja (seperti produk yang perlu dipisahkan atau untuk digunakan sebagai tempat pembuangan yang benar dengan harga lebih tinggi).
 - f. Meningkatkan aturan penggunaan kemasan ramah lingkungan kepada perusahaan.

Saran Akademis

1. Peneliti selanjutnya dapat mengeksplorasi lebih jauh mengenai berbagai variabel yang mungkin mempengaruhi perilaku ramah lingkungan atau pengelolaan sampah.
2. Penelitian ini dilakukan terhadap objek atau konsumen dalam 5 swalayan dengan gerai terbanyak di Kota Bandung. Peneliti masa depan mungkin dapat melakukan penelitian serupa pada jenis swalayan lainnya atau objek yang berbeda, maupun kota atau negara yang berbeda.
3. Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian untuk menemukan penyebab dari perilaku lingkungan yang berbeda, yang akan lebih fokus pada studi sebab akibat dengan menggunakan metode yang berbeda seperti wawancara.
4. Peneliti selanjutnya dianjurkan tidak meneliti pengaruh kebutuhan terhadap perilaku maupun efek mediasi kebutuhan dalam hubungan antara kesadaran dan perilaku dalam pengelolaan sampah plastik karena sudah terbukti tidak terdapat pengaruh atau hubungan antara variabel-variabel tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Adimah, N., & Hendayani, R. (2023). Pengaruh Penerapan Supply Chain Management Practices Terhadap Kinerja Organisasi Dan Keunggulan Kompetitif Pada Umkm Minuman Di Kota Makassar The Impact Of Supply Chain Management Practice Of Organizational Performance And Competitive Advantage On Smes Beverage In The City Of Makassar. *EProceeding of Management*, 10(4), 1860.
- Andriansyah, A. (2022, February 25). KLHK: Gaya Hidup Praktis Dorong Timbulan Sampah Plastik. <https://www.voaindonesia.com/a/klhk-gaya-hidup-praktis-dorong-timbulan-sampah-plastik/6458621.html>
- Aranditio, S. (2023, October 4). Jalan Panjang Melarang Kantong Plastik Sekali Pakai. <https://www.kompas.id/baca/humaniora/2023/10/02/jalan-panjang-melarang-kantong-plastik-sekali-pakai>
- Azis, A. M., & Irjayanti, M. (2023). How Does The Coffee Supply Chain Work in Indonesia? *Journal of Optimization in Industrial Engineering*, 16(2), 87–97. <https://doi.org/10.22094/JOIE.2023.1986337.2068>
- Boca, G. D., & Saraçlı, S. (2023). Effects of Romanian Student’s Awareness and Needs Regarding Plastic Waste Management. *Sustainability (Switzerland)*, 15(8). <https://doi.org/10.3390/su15086811>
- Candiwan, C., Azmi, M., & Alamsyah, A. (2022). Analysis of Behavioral and Information Security Awareness among Users of Zoom Application in COVID-19 Era. *International Journal of Safety and Security Engineering*, 12(2), 229–237. <https://doi.org/10.18280/ijss.120212>
- Deliana, Y., Trimo, L., Fatimah, S., & Djali, M. (2023). Consumers’ Willingness To Pay For Plastic Bags. *Sosiohumaniora*, 25(1), 36. <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v25i1.39514>
- Dinaryanti, R. F., & Indrawati. (2024). Analysis Of Consumer Preferences In Choosing Smartphone Through User Comments On Youtube. *Quality - Access to Success*, 25(200), 323–330. <https://doi.org/10.47750/QAS/25.200.34>
- Fatwa, A. (2019, July 2). Gerai Ritel Hasilkan 9,85 Miliar Lembar Sampah Plastik Per Tahun. <https://www.validnews.id/ekonomi/Gerai-Ritel-Hasilkan-9-85-Miliar-Sampah-Kantong-Plastik-Per-Tahun-wqI>
- Global Business Guide Indonesia. (2017, November). Indonesia’s Recycling and Bio-based Plastic Sector: A Promising Future Investment. *Global Business Guide Indonesia*. https://www.gbgingonesia.com/en/manufacturing/article/2017/indonesia_s_recycling_a_nd_bio_based_plastic_sector_a_promising_future_investment_11819.php
- Hazen, B. T., Russo, I., Confente, I., & Pellathy, D. (2020). Supply chain management for circular economy: conceptual framework and research agenda. *International Journal of Logistics Management*, 32(2), 510–537. <https://doi.org/10.1108/IJLM-12-2019-0332>
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2016). *Consumer behavior : building marketing strategy* (13th ed.). McGraw Hill Education.
- He, B., Cai, H., Ji, Y., & Zhu, S. (2023). Supply Chain Green Manufacturing and Green Marketing Strategies under Network Externality. *Sustainability (Switzerland)*, 15(18). <https://doi.org/10.3390/su151813732>
- Heizer, J., Render, B., & Alamsyah, I. P. (2019). *Operations Management*. In Pearson. <https://doku.pub/download/operations-management-10th-edition-by-jay-heizer-barry-render-scannedpdf-30j73k99vg0w>
- Herrmann, F. F., Barbosa-Povoa, A. P., Butturi, M. A., Marinelli, S., & Sellitto, M. A. (2021). Green supply chain management: Conceptual framework and models for analysis. *Sustainability (Switzerland)*, 13(15). <https://doi.org/10.3390/su131518127>
- Irwana, R., & Hendayani, R. (2023). Green Supply Chain Management pada Industri Pertanian. *EProceeding of Management*, 10(2), 582.
- Ketelsen, M., Janssen, M., & Hamm, U. (2020). Consumers’ response to environmentally-friendly food packaging - A systematic review. *Journal of Cleaner Production*, 254. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.120123>
- Ma’rup, M. (2021, February 22). Kota Bandung Kurangi Penggunaan Kantong Plastik di Pasar Tradisional. <https://www.greeners.co/berita/kota-bandung-kurangi-penggunaan-kantong-plastik-di-pasar-tradisional/>
- Michalos Editor, A. C. (2014). *Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research*. <https://doi.org/10.1007/978-94-007-0753-5>
- Ozturk, Z. K. (2020). *Inventory Management in Supply Chains*. <https://www.researchgate.net/publication/356085653>
- Parker, L. (2019, June 7). The world’s plastic pollution crisis explained. *National Geographic*. <https://www.nationalgeographic.com/environment/article/plastic-pollution>
- Prabawati, A., Frimawaty, E., & Haryanto, J. T. (2023). Strengthening Stakeholder Partnership in Plastics Waste Management Based on Circular Economy Paradigm. *Sustainability* <https://doi.org/10.3390/su15054278>

- Pramiati, S. K., Soesilo, T. E. B., & Agustina, H. (2021). Post-Consumer plastic packaging waste management in Indonesia: a producer responsibility approach. *E3S Web of Conferences*, 2021, 03005. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202132503005>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business*. Wileypluslearningspace.com
- Stanislawski, R., & Szymonik, A. (2024). *Supply Chains in Reverse Logistics*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003372615>
- Sugandini, D., Muafi, M., Susilowati, C., Siswanti, Y., & Syafri, W. (2020). Green supply chain management and green marketing strategy on green purchase intention: SMEs cases. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 13(1), 79–92. <https://doi.org/10.3926/jiem.2795>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Ir. Sutopo, Ed.; 2nd ed.). ALFABETA, CV.
- Taghipour, H., Mohammadpoorasl, A., Tarfiei, M., & Jafari, N. (2023). Single-use plastic bags: challenges, consumer's behavior, and potential intervention policies. *Journal of Material Cycles and Waste Management*. <https://doi.org/10.1007/s10163-023-01763-z>
- Wamad, S., & Detik Jabar. (2023, March 16). Sampah Sisa Makanan di Bandung Capai 709 Ton Per Hari. <https://www.detik.com/jabar/berita/d-6622353/sampah-sisa-makanan-di-bandung-capai-709-ton-per-hari>
- Yildiz Çankaya, S., & Sezen, B. (2019). Effects of green supply chain management practices on sustainability performance. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 30(1), 98–121. <https://doi.org/10.1108/JMTM-03-2018-0099>