

MINAT KONSUMEN TERHADAP PRODUK PERTANIAN BERKEMASAN BERKELANJUTAN

CONSUMER INTEREST IN SUSTAINABLE PACKAGED AGRICULTURAL PRODUCTS

Salwa Nadira Adriana¹, Agriani Hermita Sadeli², Sulistyodewi³ dan
Nur Syamsiyah⁴

¹Program Studi Agribisnis, Universitas Padjadjaran, Jl. Raya Jatinangor
Sumedang KM.22

^{2,3,4}Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Universitas Padjadjaran, Jl.
Raya Jatinangor Sumedang KM.22

E-mail: salwa18002@mail.unpad.ac.id

ABSTRAK

Produk pertanian memiliki sifat perishable atau mudah rusak. Oleh karena itu, hasil produk pertanian biasa dikemas menggunakan kemasan konvensional yang terbuat dari plastik supaya dapat tahan lebih lama. Namun seiring berjalannya waktu kemasan plastik akan membuat dampak buruk bagi lingkungan dan akhirnya terdapat pergantian kemasan kepada kemasan berkelanjutan yang masih dianggap baru oleh konsumen. Konsumen belum terbiasa menggunakan kemasan berkelanjutan pada pilihan berbelanja produk pertanian karena konsumen terbiasa menggunakan kemasan konvensional serta masih sedikit produk pertanian dengan kemasan berkelanjutan yang dijual di Kota Jakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) minat beli konsumen dalam membeli produk segar dengan kemasan berkelanjutan. 2) faktor apa yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk segar dengan kemasan berkelanjutan. Metode yang digunakan adalah survey, dengan teknik non probability sampling, serta menggunakan teori dari Theory of Planned Behavior. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi dalam minat beli konsumen adalah faktor sikap konsumen sedangkan norma subjektif dan kontrol perilaku persepsian tidak mempengaruhi minat beli konsumen hal ini menunjukkan bahwa konsumen lebih mengandalkan sikapnya sendiri untuk membeli produk segar dengan kemasan berkelanjutan.

Kata kunci: minat beli, kemasan berkelanjutan, theory of planned behavior

PENDAHULUAN

Produk pertanian sifat *perishable* atau mudah hancur. Hasil pertanian memang tidak mampu bertahan dalam kurun waktu yang lama tanpa penyimpanan dan penanganan yang tertentu. Sifat ini sudah menjadi karakteristik biologis serta fisiologis dari hasil pertanian (Yudaprasta, 2019). Salah satu hal yang menjadi penyebab sifat mudah rusak ini bisa terjadi karena rendahnya kualitas pascapanen dan adanya kandungan air yang berlebih yang membuat produk lebih cepat busuk. Penyebab-penyebab ini membuat produk tidak lagi segar, sedangkan yang dibutuhkan konsumen merupakan produk yang segar sampai dikonsumsi.

Karakteristik sifat fisik hasil pertanian sangat berbeda dengan sifat fisik hasil industri. Sifat fisik yang merupakan ciri khas produk pertanian diantaranya yaitu, *perishable*, yaitu mudah busuk dan rusak, *bulky*, mengambil banyak tempat sehingga sulit untuk dipindahkan karena berat dan sifat fisiknya agak kaku, dan *voluminous*, yaitu hasil pertanian yang tidak berat membutuhkan ruang atau tempat yang cukup besar.

Cara agar tetap menjaga kesegaran produk pertanian membutuhkan kemasan agar ketahanan produk bisa lebih panjang. Kemasan merupakan hal yang paling penting. Tanpa kemasan, keamanan serta kualitas produk akan terganggu dan akan susah untuk mencapai ke rantai pemasaran konsumen (Robertson, 2009).

Kemasan plastik banyak digunakan dalam dunia pertanian. Plastik digunakan untuk membuat makanan tidak rusak, membantu dalam hal pengangkutan barang dengan energi yang lebih sedikit dan tingkat kerusakan yang dihasilkan jauh lebih sedikit daripada bahan lain. Plastik untuk produk-produk segar seperti sayur dan buah, berfungsi untuk memperlambat waktu pembusukan.

Kinerja dari biaya plastik yang terbilang rendah bisa menciptakan tantangan dalam tingkat pertumbuhan sampah plastik — termasuk kepada kemasan dan limbah dari hasil kemasan makanan sekali pakai. Kemasan plastik yang dipakai untuk mengemas makanan terlebih produk-produk segar pertanian merupakan jenis plastik sekali pakai. Karena penggunaan plastik akan selalu dibutuhkan maka konsumsi plastik akan selalu meningkat dan akhirnya terakumulasi oleh volume plastik yang belum hilang dari bumi.

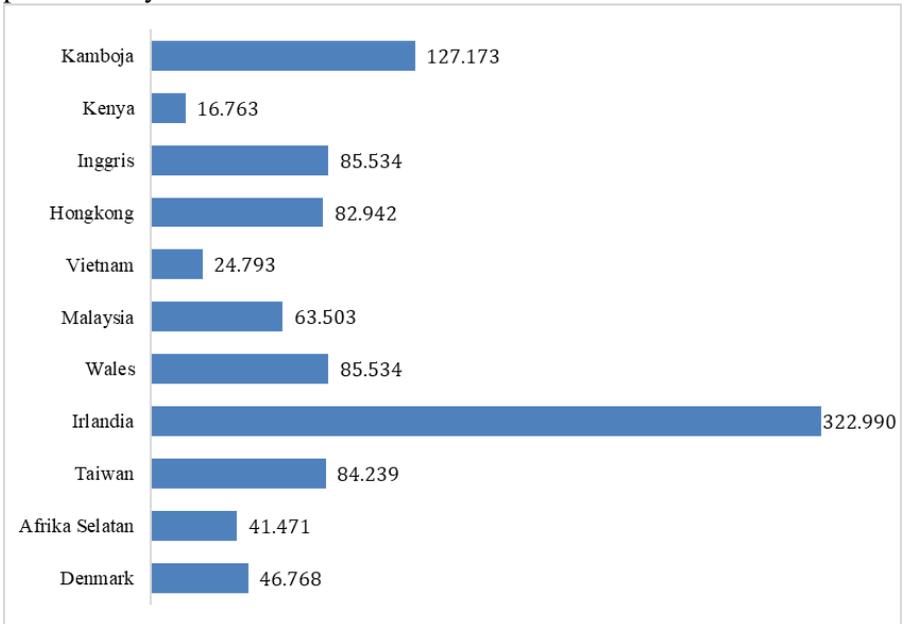
Dua tahun terakhir, limbah plastik yang berada di kehidupan ini

telah tumbuh pesat. Hal ini didorong oleh dampak yang sangat nyata pada lingkungan laut dan gaya hidup yang berkelanjutan dalam keberlangsungan hidup. Studi menunjukkan bahwa polusi plastik di laut sebagian besar hasil dari limbah yang tidak bisa dikelola di negara berkembang di Asia (Jenna, 2015). Setengah abad terakhir, penggunaan plastik menjadi sangat tinggi hingga meningkat sebanyak dua puluh kali lipat. Sampah plastik diperkirakan akan berlipat ganda lagi dalam 20 tahun kedepan. Sampai hari ini, hampir semua orang bersentuhan dengan plastik terutama kemasan plastik.

Masalah tentang sampah plastik di dunia ini tidak hanya menjadikan negara berkembang sebagai penyumbang terbesar, namun negara-negara besar di dunia juga. Sampah plastik ini menjadi fenomena yang menjadi isu global. Ekspor kertas bekas yang ternyata juga disisipi adanya ekspor sampah plastik, menandakan bahwa negara-negara maju turut andil dalam adanya kontribusi sampah plastik di dunia. Terdapat 150 juta ton plastik yang tercemar di laut dunia dan Asia Timur menjadi penyumbang produksi sampah yang terbanyak di dunia. Terdapat 192 negara yang dikaji, Indonesia berada di peringkat kedua setelah Tiongkok yang berada di Kawasan Asia Timur atas sumbangan setengah sampah plastik yang berada di lautan dunia. Vietnam, Filipina, dan Thailand menyusul setelah Indonesia dalam peringkat 5 besar. Menurut Rosadi (2019), Sampah plastik yang berjumlah 187,2 juta ton adalah milik Indonesia yang akhirnya berada di laut. Sampah-sampah ini pun akhirnya tidak hanya menjadi objek utama, namun merupakan bagian dari masalah yang lebih besar dan kompleks dari pada itu.

Indonesia telah menghasilkan 85 ribu ton sampah setiap harinya. Jumlah ini diperkirakan terus naik hingga 150 ribu ton per hari pada 2025. Sampah yang dihasilkan tersebut, timbunan sampah di Indonesia pada 2016 diketahui mencapai 65,2 juta ton per tahun. Jumlah tersebut memiliki komposisi sampah plastik berkontribusi sebesar 16 persen, atau sekitar 10 juta ton. Kenyataan yang terjadi di Indonesia adalah, sampah yang terurai baru mencapai 32 persen, maka 68 persen sampah plastik masuk ke lingkungan. Selama itu pula, sampah plastik menjadi permasalahan (Rosadi, 2019). Pemerintah membuat langkah-langkah untuk mengurangi sampah plastik yang telah tercantum dalam Perpres 83 Tahun 2018 tentang Penanganan Sampah Laut dan terdapat peraturan lain tentang Rancangan Peraturan Pemerintah tentang cukai plastik.

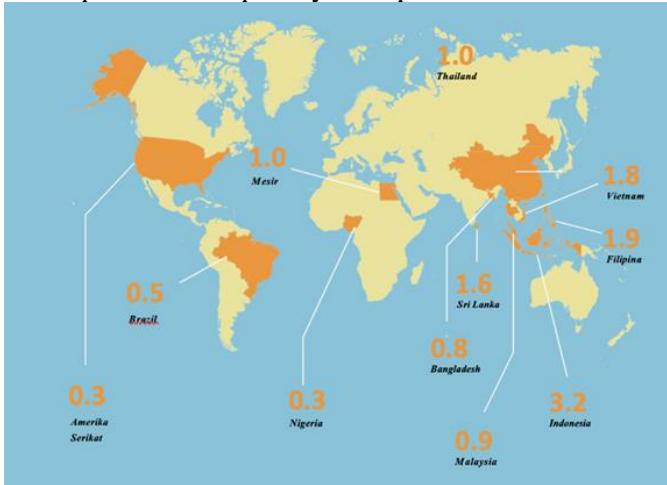
Cukai yang diperuntukkan pada kantong plastik atau biasa yang disebut sebagai kantong kresek. "Skema cukai adalah untuk kantong plastik 75 mikron atau dikenal dengan kantong plastik. Cukai menjadi alat fiskal yang digunakan pemerintah untuk mengendalikan konsumsi barang-barang yang mempunyai eksternalitas, atau berdampak negatif bagi kesehatan, masyarakat, maupun lingkungan (Pambudi, 2020). Perumusan kebijakan saat ini sudah dalam tahap penyusunan Rancangan Peraturan Pemerintah (RPP) oleh anggota Panitia Antar Kementerian (PAK). Biaya cukai pada plastik ini nantinya dihargai Rp 30.000 per kilogram atau sebesar Rp 200 per lembarnya.



Gambar 1. Peneanaan cukai kantong plastik di beberapa negara (Rosadi 2019)

Penetapan tarif ini ditetapkan untuk para industri dan produsen dan jika dibandingkan dengan harga peneanaan cukai kantong plastik dengan beberapa negara, harga yang ditetapkan Indonesia masih tergolong rendah. Jika dibandingkan dengan Gambar 1., rancangan regulasi cukai untuk Indonesia masih jauh dari negara-negara lain. Misal jika dibandingkan dengan negara tetangga, Malaysia yang menetapkan biaya cukainya sebesar Rp 63.503. Cukai plastik Indonesia pun ditetapkan sesuai dengan harga

yang masyarakat harus keluaran jika ingin berbelanja di supermarket menggunakan plastik sekali pakai yaitu Rp 200.



Gambar 2. Perbandingan data sampah plastik yang tidak dikelola dengan baik di berbagai negara (dalam juta ton) (Rosadi, 2019)

Limbah sampah plastik di Indonesia menjadi paling tinggi di Dunia setelah Tiongkok yang berjumlah 8 juta ton. Pada Gambar 2. Indonesia termasuk ke dalam negara yang menghasilkan sampah plastik yang tidak dapat dikelola paling banyak di Asia Tenggara. Indonesia dibandingkan dengan Malaysia, Bangladesh, serta beberapa negara lainnya sampah yang dihasilkan menyentuh total 3,2 juta ton.

Indonesia memiliki beberapa gerakan mengurangi sampah plastik yang diluncurkan sejumlah aktivis di Indonesia, salah satunya dari *Bye Bye Plastic Bags* yang dibuat pertama kali di Kota Bali, Indonesia. Gerakan ini yang akhirnya membuat Bali menjadi kota pertama di Indonesia yang menetapkan peraturan larangan penggunaan kantong plastik di Bali. Seiring berjalannya waktu, ekosistem di Bali pun mulai berdampak hingga ke sektor pertanian dan makanan yang mulai tidak menggunakan kemasan plastik.

Tidak hanya Bali yang telah menetapkan larangan penggunaan kantong plastik, Jakarta akhirnya menetapkan regulasi pada larangan penggunaan kantong plastik. Dalam Peraturan Gubernur Provinsi DKI 142/2019 tentang larangan penggunaan kantong plastik berisi tentang adanya kewajiban memakai kantong belanja ramah lingkungan atau

kantong yang dapat didaur ulang, melarang adanya penggunaan kantong plastik, kantong plastik kiloan masih akan diperbolehkan sampai ada pengganti yang ramah lingkungan, serta subjek yang diharuskan mengikuti peraturan ini antara lain adalah UMKM di pusat perbelanjaan, toko swalayan, serta pasar tradisional (Peraturan Gubernur, 2019).

Penggunaan kemasan berkelanjutan bisa mengurangi limbah plastik yang semakin meningkat di Indonesia. Namun, konsumen belum terbiasa menggunakan kemasan berkelanjutan pada pilihan berbelanja produk pertanian karena konsumen terbiasa menggunakan kemasan konvensional serta masih sedikit produk pertanian dengan kemasan berkelanjutan yang dijual di Kota Jakarta.

Penting untuk meneliti, mengukur dan mengklasifikasikan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku dan niat pembelian konsumen dalam perubahan keputusan berbelanja untuk mengganti pilihan penggunaan plastik kepada barang-barang lain yang dapat mendukung pertumbuhan keberlanjutan negara dengan menggunakan Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991). Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui minat beli konsumen terhadap produk segar dengan kemasan berkelanjutan di Jakarta.

METODE PENELITIAN

Objek penelitian yang diteliti merupakan minat beli konsumen terhadap produk segar dengan kemasan berkelanjutan di Kota Jakarta. Tempat penelitian yang menjadi bahan penelitian ini adalah Kota Jakarta. Penelitian ini didesain menggunakan desain kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama atau data yang didapat langsung dari responden penelitian (Hasan, 2002).

Responden penelitian ini tidak melibatkan seluruh populasi karena populasi terlalu besar, sehingga yang digunakan adalah teknik *non probability sampling*. Metode pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*, yaitu prosedur *sampling* yang memilih sampel dari seseorang atau unit yang paling mudah dijumpai atau diakses (Santoso dan Tjiptono, 2001). Dengan syarat responden konsumen yang berbelanja sayur dan buah di Kota Jakarta.

Menurut Pratama (2015), jika populasi tidak diketahui, maka perlu diestimasi populasi sampel dengan menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{z^{\alpha/2}}{E} \right]^2$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

$z^{\alpha/2}$ = Nilai yang didapat dari table normal atas tingkat keyakinan

E = Kesalahan penarikan sampel (*Error*)

Tingkat keyakinan dalam penarikan sampel ini ditentukan sebesar 95% artinya penelitian meyakini kesalahan dugaan sampel sebesar 5% ($\alpha = 0,05$), maka nilai $z^{\alpha/2}$ adalah 1,96%. Tingkat kesalahan penarikan sampel sebesar 10%, artinya peneliti hanya mentolelir kesalahan responden dalam proses pencarian data tidak boleh melebihi jumlah 10% dari keseluruhan responden. Maka dapat dihitung jumlah sampel yang dibutuhkan adalah:

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{z^{0,05/2}}{0,1} \right]^2$$

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{1,96}{0,1} \right]^2$$

$$n = \frac{1}{4} [19,6]^2$$

$$n = \frac{1}{4} [384,16]^2 = 96,04 = 96 \text{ responden}$$

Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan sebanyak 100 sampel.

Analisis deskriptif merupakan sebuah statistik deskriptif yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi, (Sugiyono, 2009). Analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan ciri-ciri responden dan variabel penelitian, sedangkan penelitian kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Analisis deskriptif juga digunakan untuk menyusun tabel frekuensi distribusi untuk mengetahui (skor) variabel penelitian masuk dalam kategori sangat setuju, setuju, netral, kurang setuju, dan tidak setuju. Menurut teori Hewlett-Packard, jawaban responden pada instrumen penelitian dapat diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\% \text{ Skor Aktual} = \frac{\text{skor aktual}}{\text{skor ideal}} \times 100\%$$

Keterangan:

1. Skor aktual adalah jawaban seluruh responden atas kuesioner yang telah diajukan.
2. Skor ideal adalah nilai tertinggi dalam penelitian ini yaitu ($5 \times 100 = 500$)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tanggapan Responden terhadap Variabel Sikap Konsumen

Tabel 1. merupakan data hasil tanggapan responden yang telah diolah dan dihitung sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan. Hasil pengolahan data tanggapan responden terhadap variabel sikap konsumen adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Rekapitulasi tanggapan responden untuk variabel sikap konsumen

Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	Presentase (%)	Kriteria
Kualitas lingkungan berpengaruh terhadap kesehatan	458	500	91,6	Sangat Baik
Limbah kemasan merupakan masalah utama	456	500	91,2	Sangat Baik
Kebutuhan daur ulang	442	500	88,4	Sangat Baik
Limbah sampah (padat) merupakan masalah yang paling penting	427	500	85,4	Sangat Baik
Adanya keperluan daur ulang sampah kemasan yang dilakukan oleh masyarakat	427	500	85,4	Sangat Baik
Memilah sampah dibutuhkan untuk daur ulang	425	500	85	Sangat Baik
Solusi yang dibutuhkan adalah penggunaan bahan ramah lingkungan	417	500	83,4	Sangat Baik
Masalah lingkungan adalah	413	500	82,6	Sangat Baik

masalah terbesar				
Daur ulang menimbulkan rasa kontribusi untuk lingkungan	412	500	82,4	Sangat Baik
Teknologi merupakan solusi untuk masalah limbah	410	500	82	Sangat Baik
Kemasan harus dapat didaur ulang	400	500	80	Baik
Harga merupakan poin utama dalam keputusan membeli produk	383	500	76,6	Baik
Total	5070	6000	84,5	Sangat Baik

Berdasarkan Tabel 1, maka dapat disimpulkan bahwa tanggapan terhadap sikap konsumen dengan 12 indikator pernyataan menghasilkan nilai sebesar 84,5%. Tanggapan responden untuk sikap konsumen yang mempengaruhinya dalam pemilihan penggunaan kemasan berkelanjutan termasuk dalam kriteria sangat baik. Indikator yang memiliki presentase nilai tertinggi yaitu kualitas lingkungan berpengaruh terhadap Kesehatan dan limbah kemasan merupakan masalah utama dengan skor sebesar 91,6%. responden sangat memperhatikan kesehatan dirinya serta limbah-limbah yang mereka buang setiap harinya dan mulai memikirkan tentang kemasan berkelanjutan. Secara umum, sikap merupakan salah satu penentu minat beli dan perhatian konsumen terhadap kepedulian lingkungan sejalan dengan sikap terhadap perilaku konsumsi berkelanjutan (Yang dkk, 2018).

Tanggapan Responden terhadap Norma Subjektif

Data hasil tanggapan responden yang diolah dan dihitung sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan dapat dilihat pada Tabel 2. Hasil pengolahan data tanggapan responden terhadap variabel Norma Subjektif.

Tabel 2. Rekapitulasi tanggapan responden untuk variabel norma subjektif

Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	Presentase (%)	Kriteria
Pengaruh dari pertimbangan orang sekitar	403	500	80,6	Sangat Baik

Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	Presentase (%)	Kriteria
Kesadaran dari orang sekitar dalam memilah sampah yang dapat didaur ulang	376	500	75,2	Baik
Referensi dan saran dari orang sekitar	290	500	58	Cukup
Total	1069	1500	71,2	Baik

Berdasarkan Tabel 2, maka dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap norma subjektif dengan 3 indikator pernyataan menghasilkan nilai sebesar 71,2%. Norma subjektif masuk dalam kategori baik, dengan indikator yang memiliki presentase nilai tertinggi yaitu pengaruh dari pertimbangan orang sekitar dengan skor sebesar 80,6%. Responden sangat memperhatikan lingkungan sekitarnya karena orang sekitarnya sudah mulai berpikir untuk mempertimbangkan lingkungan.

Tanggapan Responden terhadap Variabel Kontrol Perilaku Persepsian

Berikut ini merupakan data hasil tanggapan responden yang diolah dan dihitung sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan. Hasil pengolahan data tanggapan responden terhadap variabel kontrol perilaku persepsian adalah sebagai berikut.

Tabel 3. Rekapitulasi tanggapan responden untuk variabel kontrol perilaku persepsian

Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	Presentase (%)	Kriteria
Dampak daur ulang sampah kemasan	314	500	62,8	Baik
Pemilihan produk berkelanjutan untuk memecahkan masalah	256	500	51,2	Cukup
Daur ulang sampah tidak menyelesaikan masalah limbah padat	242	500	48,4	Cukup
Total	812	1500	54,1	Cukup

Berdasarkan hasil pengolahan data di Tabel 10. dapat disimpulkan

bahwa tanggapan responden terhadap kontrol perilaku persepsian dengan 3 indikator pernyataan menghasilkan nilai sebesar 54,1%. Tabel 10. menunjukkan bahwa tanggapan responden untuk kontrol perilaku persepsian yang mempengaruhinya dalam pemilihan penggunaan kemasan berkelanjutan termasuk dalam kriteria cukup. Indikator yang memiliki presentase nilai tertinggi yaitu dampak daur ulang kemasan terhadap dampak tindakan lain pada pengurangan masalah limbah dengan skor sebesar 62,8%. Sedangkan indikator daur ulang sampah tidak menyelesaikan masalah limbah padat berada di paling rendah seharusnya diharapkan responden menggunakan ulang (*reuse*) kemasan dari produk yang dibeli, bukan dibuang. Data Tabel 3. mencerminkan pengalaman responden serta kesulitan yang mereka antisipasi. Responden yang beranggapan sulit untuk melakukan suatu perilaku tertentu mungkin saja tidak mempunyai niat yang kuat, padahal sikap dan norma subjektifnya kuat (Yang dkk, 2018). Maka dari itu, dari hasil penjabaran Tabel 3. terlihat bahwa responden sudah memperhatikan dampak dari daur ulang kemasan.

Tanggapan Responden terhadap Variabel Minat Beli

Berikut ini merupakan data hasil tanggapan responden yang diolah dan dihitung sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan. Hasil pengolahan data tanggapan responden terhadap variabel minat beli adalah sebagai berikut.

Tabel 4. Rekapitulasi tanggapan responden untuk variabel minat beli

Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	Presentase (%)	Kriteria
Harapan untuk membeli produk yang menggunakan kemasan berkelanjutan	448	500	89,6	Sangat Baik
Pertimbangan perpindahan penggunaan material yang berkelanjutan	440	500	88%	Sangat Baik
Pertimbangan memilih produk yang menggunakan kemasan ramah lingkungan dibanding kemasan konvensional	429	500	85,8%	Sangat Baik

Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	Presentase (%)	Kriteria
Pertimbangan pembelian produk yang menggunakan kemasan berkelanjutan	421	500	84,2	Sangat Baik
Adanya intensi untuk membeli secara berulang	410	500	82	Sangat Baik
Total	2148	2500	85,9	Sangat Baik

Berdasarkan Tabel 4. tanggapan responden terhadap minat beli dengan 5 indikator pernyataan menghasilkan nilai sebesar 85,9%. Tanggapan responden untuk minat beli yang mempengaruhinya dalam pemilihan penggunaan kemasan berkelanjutan termasuk dalam kriteria sangat baik. Indikator yang memiliki presentase nilai tertinggi yaitu harapan untuk membeli produk dengan kemasan berkelanjutan dengan skor sebesar 89,6%. Kepedulian terhadap lingkungan sangat penting untuk proses pengambilan keputusan responden. Alasan yang mendasari hal ini adalah konsumen yang sangat peduli terhadap lingkungan cenderung berperilaku ramah lingkungan (Yang dkk, 2018). Maka dari itu, dari hasil penjabaran di atas terlihat bahwa adanya intensi dan minat untuk membeli produk dengan kemasan berkelanjutan dari konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat diambil kesimpulan bahwa sikap konsumen terhadap minat beli sangat baik dikarenakan responden sudah memiliki sikap untuk mengganti kemasan menjadi kemasan berkelanjutan dilihat dari sikap responden yang sangat mementingkan lingkungan dan kesehatannya. Norma subjektif terhadap minat beli baik karena responden merasa dorongan dari orang sekitarnya penting. Kontrol perilaku persepsian cukup karena masih sedikit ditemukannya produk segar dengan kemasan berkelanjutan dan hal ini membuat responden tidak dapat membeli secara terus menerus.

SARAN

Para peritel bisa mulai mengganti kemasan-kemasan konvensional

menjadi kemasan berkelanjutan seperti mengganti plastik dengan daun pisang dan mengganti *styrofoam* dengan besek bambu karena konsumen sudah mulai terbuka dan memiliki keinginan menyelamatkan lingkungan dimulai dengan membeli produk-produk yang menggunakan kemasan berkelanjutan.

Para komunitas ramah lingkungan dan *zero waste* membuat penyuluhan dan membuat acara-acara terkait memulai menggunakan pilihan kemasan yang berkelanjutan ke tempat-tempat belanja sayur dan buah agar terbentuknya sikap dari konsumen untuk mengkonsumsi sayur dan buah yang menggunakan kemasan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, Icek. 1991. *The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes.*
- Ardianto Iqbal, Umi Lisyarningsih. 2015. "Peran Perempuan dalam Pengambilan Keputusan Rumah Tangga di Kecamatan Kraton Kota YOGYAKARTA." *Jurnal Bumi Indonesia*, vol. 4, no. 3.
- Firhas, Randy. 2018. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sayuran Organik di All Fresh Cilandak dan Total Buah Segar Thamrin.* Skripsi.
- Hasan, I., 2002. *Pokok – Pokok Materi Teori Pengambilan Keputusan.* Ghalia Indonesia: Jakarta
- Jenna R. Jambeck et al., 2015. "Plastic waste inputs from land into the ocean," *Science*, Volume 347, Issue 6223.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Kotler and Armstrong Principles of Marketing.* 17th Edition
- Oblinger, Diana G., James L. Oblinger. 2005. *Is It Age or IT: First Steps Toward Understanding the Next Generation*, Educating the Net Generation: 2.1-2.16. Online.
- PlasticsEurope, *Plastics – the Facts 2013* (2013); PlasticsEurope, *Plastics – the Facts 2015* (2015).
- Prasetijo, R dan Ihalauw, J (2005), *Perilaku Konsumen*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Pratama, M. Hendrian. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan dan*

- Berdampak Pada Penciptaan Word Of Mouth*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Bandung Lampung
- Rosadi, F, 2019. “Cukai Plastik untuk Lingkungan Lebih Baik” Media Keuangan Kemenkeu, Volume XIV, No. 144.
- Rosadi, F, 2019. “Darurat Sampah Bukan Fatamorgana,” Media Keuangan Kemenkeu, Volume XIV, No. 144.
- Singgih Santoso dan Tjiptono. 2001. Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Siracusa, V & Dalla Rosa, M. 2018 Sustainable Packaging. 10.1016/B978-0-12-811935-8.00008-1.
- Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung Alfabeta
- Wade, C., Tavis, C. (2007). Psikologi. Edisi Kesembilan. Jilid 2. Jakarta: Erlangga
- Wikamorys, D. A & Rochmach, T. A (2017). Aplikasi Theory Of Planned Behavior Dalam Membangkitkan Niat Pasien Untuk Melakukan Operasi Katarak. Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia Volume 5 Nomor 1.
- Yang, Shuai, et al. 2018. “Understanding Consumers’ Sustainable Consumption Intention at China’s Double-11 Online Shopping Festival: An Extended Theory of Planned Behavior Model.” Sustainability, vol. 10, no. 6, 2018, p. 1801.,
- Yudaprista, Rangga. 2019. “Mengetahui Sifat-Sifat Hasil Pertanian.” *Mengetahui Sifat-Sifat Hasil Pertanian Dan Cara Penanganannya*,
www.pioneer.com/web/site/indonesia/Mengetahui-Sifat-Sifat-Hasil-Pertanian-dan-Cara-Penanganannya.
- Zabaniotou, A; Kassidi. 2003 “*Life cycle assessment applied to egg packaging made from polystyrene and recycled paper*”. Journal of Cleaner Production.
- Zhou, Y.; Thøgersen, J.; Ruan, Y.; Huang, G. 2013. *The moderating role of human values planned behaviour: The case of chinese consumers’ intention to buy organic food*. J. Consum. Mark.