

**KAJIAN LINGKUNGAN DALAM KEBIJAKAN KANTONG PLASTIK
BERBAYAR DI KOTA SEMARANG**



TESIS

Muhammad Muslihun
30000214410008

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU LINGKUNGAN
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2019**

LEMBAR PERSETUJUAN

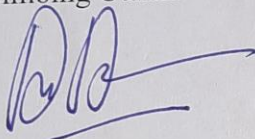
KAJIAN LINGKUNGAN DALAM KEBIJAKAN KANTONG PLASTIK
BERBAYAR DI KOTA SEMARANG

Disusun Oleh

Muhammad Muslihun
30000214410008

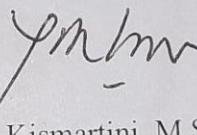
Mengetahui,
Komisi Pembimbing

Pembimbing Utama



Prof. Ir. Didi Dwi Anggoro, M.Eng., Ph.D.
NIP. 19671114 199303 1 001

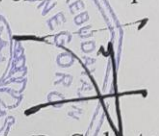
Pembimbing Kedua



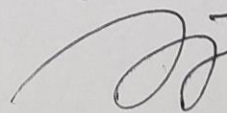
Dr. Kismartini, M.Si.
NIP. 19610328 198603 2 001



Dekan Sekolah Pascasarjana
Universitas Diponegoro


Dr. R. B. Sularto, S.H., M. Hum.
NIP. 19670101 199103 1 005

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Lingkungan



Dr. Eng. Maryono, S.T., M.T.
NIP. 19750811 200012 1 001

LEMBAR PENGESAHAN

KAJIAN LINGKUNGAN DALAM KEBIJAKAN KANTONG PLASTIK
BERBAYAR DI KOTA SEMARANG

Disusun Oleh

Muhammad Muslihun
30000214410008

Telah dipertahankan didepan tim penguji

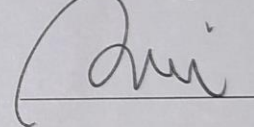
Pada tanggal 9 Oktober 2019

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Ketua,

Mochamad Arief Budihardjo, S.T., M.Eng., Env. Eng, Ph.D.

Tanda Tangan

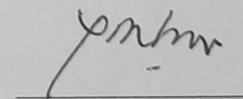
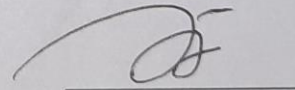


Anggota

1. Dr. Eng. Maryono, S.T., M.T

2. Dr. Kismartini, M.Si.

3. Prof. Ir. Didi Dwi Anggoro, M.Eng. Ph.D.



LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar magister dari Program Studi Magister Ilmu Lingkungan seluruhnya merupakan hasil karya sendiri.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan tesis yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian tesis ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Semarang, Oktober 2019



Muhammad Muslihun
30000214410008

BIODATA PENULIS



Muhammad Muslihun, lahir dikota Semarang pada tanggal 18 Desember 1988 dari pasangan Aman dan Munadhiroh. Menyelesaikan pendidikan sekolah dasar di Madrasah Ibtidaiyah (MI) Raudlotul Huda Sekaran, Gunungpati, kota Semarang pada tahun 1994 sampai dengan 2000. Kemudian melanjutkan sekolah menengah pertama pada Madrasah Tsanawiyah (MTs) Al Asror Patemon, Gunungpati, kota Semarang pada tahun 2000 sampai dengan 2003. Kemudian melanjutkan sekolah menengah atas pada Sekolah Menengah Atas Negeri 12, Gunungpati, kota Semarang pada tahun 2003 sampai dengan 2006, penulis melanjutkan pendidikan tinggi jenjang sarjana pada jurusan Teknik Sipil, Program Studi Pendidikan Teknik Bangunan Universitas Negeri Semarang di kota Semarang pada tahun 2006 sampai dengan 2013. Penulis bekerja paruh waktu sebagai staff pembantu pada Unit Layanan Pengadaan (ULP) Barang dan Jasa di Universitas Negeri Semarang (Unnes) pada tahun 2009 sampai dengan 2018. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan tinggi jenjang magister pada Sekolah Pascarajana Program Studi Ilmu Lingkungan Universitas Diponegoro di Semarang tahun 2014 sampai dengan 2019.

KATA PENGANTAR

Keharibaan Allah Yang Maha Esa, seluruh puja dipersembahkan. Rasa takzim yang penuh serta shalawat semoga selalu terhaturkan kepada Kanjeng Nabi yang mulia beserta seluruh umatnya. *Alhamdulillah* penulis sanggup menyelesaikan penelitian dan penyusunan tesis ini. Tesis yang berjudul *Kajian Lingkungan dalam Kebijakan Kantong Plastik Berbayar di Kota Semarang*, disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Ilmu Lingkungan pada Sekolah Pascasarjana Universitas Diponegoro. Berkenaan dengan telah tersusunnya tesis ini, perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada pihak yang telah membantu maupun bekerjasama dengan penulis dalam pelaksanaan penelitian serta penyusunan tesis ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada yang terhormat :

1. Prof. Dr. Yos Johan Utama, S.H., M.Hum., selaku Rektor Universitas Diponegoro (Undip);
2. Dr. R. B. Sularto, S.H., M. Hum., selaku Dekan Sekolah Pascasarjana Undip;
3. Dr. Eng. Maryono, S.T., M.T., selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Lingkungan Sekolah Pascasarjana Undip sekaligus sebagai anggota Penguji;
4. Prof. Ir. Didi Dwi Anggoro, M.Eng., Ph.D., selaku Pembimbing I dan anggota Penguji tesis;
5. Dr. Kismartini, Msi., selaku Pembimbing II dan anggota Penguji tesis.
6. Mochamad Arief Budihardjo, S.T., M.Eng., Env. Eng, Ph.D., selaku Ketua Penguji tesis;
7. Badan Kesbangpol Kota Semarang;
8. Informan penelitian tesis ini yaitu Dinas Lingkungan Hidup (DLH) Kota Semarang, Ritel Modern dan Konsumen Ritel/Masyarakat kota Semarang;
9. Staf pengajar, staf perpustakaan dan sekretariat program studi Magister Ilmu Lingkungan Undip;
10. Bapak Aman, Ibu Munadhiroh dan Sdr. Kamdi selaku Keluarga;

11. Kolega pada Magister Ilmu Lingkungan Undip, khususnya angkatan 43;
12. Teman-teman komunitas, kantor ULP Unnes, dan seluruh pihak yang tidak dapat penulis sampaikan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa tesis ini teramat jauh dari kesempurnaan, yang disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis. Akhir kata, penulis berharap semoga tesis ini dapat memberi manfaat kepada kita semua. Amiin.

Semarang, Oktober 2019

Penulis

Muhammad Muslihun
30000214410008

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN TESIS.....	I
LEMBAR PERSETUJUAN.....	II
LEMBAR PENGESAHAN.....	III
LEMBAR PERNYATAAN.....	IV
BIODATA PENULIS.....	V
KATA PENGANTAR.....	VI
DAFTAR TABEL.....	XI
DAFTAR GAMBAR.....	XII
ABSTRAK.....	XIV
BAB. 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
1.2. IDENTIFIKASI DAN PERUMUSAN MASALAH.....	4
1.3. TUJUAN PENELITIAN.....	5
1.4. MANFAAT PENELITIAN.....	5
1.5. PENELITIAN TERDAHULU.....	5
BAB. 2 KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1. MANAJEMEN PERSAMPAHAN.....	9
2.2. PENGERTIAN SAMPAH PLASTIK.....	11
2.2.1. <i>Jenis-jenis plastik.....</i>	<i>12</i>
2.2.2. <i>Kode dan Penomoran Plastik.....</i>	<i>13</i>
2.2.3. <i>Dampak Plastik.....</i>	<i>14</i>
2.3. KONSEP IMPLEMENTASI KEBIJAKAN.....	15
2.3.1. <i>Pengertian Implementasi Kebijakan.....</i>	<i>15</i>
2.3.2. <i>Perspektif Implementasi Kebijakan.....</i>	<i>16</i>
2.3.3. <i>Model Implementasi Kebijakan.....</i>	<i>19</i>
2.4. PERILAKU PRO-LINGKUNGAN.....	22
2.4.1. <i>Pengertian Perilaku Konsumen.....</i>	<i>22</i>
2.4.2. <i>Pengertian Perilaku Pro-Lingkungan.....</i>	<i>23</i>
2.4.3. <i>Aspek-Aspek Perilaku Pro-Lingkungan.....</i>	<i>24</i>
2.4.4. <i>Keputusan Konsumen Dalam Kebijakan Kantong Plastik Berbayar.....</i>	<i>26</i>
BAB. 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	31
3.1. JENIS DAN PENDEKATAN PENELITIAN.....	31
3.2. LOKASI PENELITIAN.....	31

3.3.	FOKUS PENELITIAN	32
3.4.	JENIS DAN SUMBER DATA	32
3.5.	FENOMENA PENELITIAN	34
3.6.	INFORMAN PENELITIAN	35
3.7.	INSTRUMEN PENELITIAN	36
3.8.	ANALISIS DATA	37
3.9.	VALIDITAS DATA	39
3.10.	ANALISIS SWOT	40
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN		43
4.1.	GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	43
4.1.1.	<i>Kondisi Geografi</i>	43
4.1.2.	<i>Kondisi Demografi</i>	43
4.1.3.	<i>Persebaran Pasar Modern Di Kota Semarang</i>	44
4.1.4.	<i>Jenis dan Ukuran Kantong Plastik</i>	45
4.1.5.	<i>Kronologis Penerapan Kebijakan Kantong Plastik Berbayar di Indonesia</i>	47
4.1.6.	<i>Mekanisme Penerapan Kebijakan Kantong Plastik Berbayar di Kota Semarang</i> ..	51
4.2.	IMPLEMENTASI KEBIJAKAN KANTONG PLASTIK BERBAYAR DI KOTA SEMARANG	53
4.2.1.	<i>Pelaksanaan Penerapan Kebijakan Kantong Plastik Berbayar</i>	53
4.2.2.	<i>Implementator Kebijakan Kantong Plastik Berbayar</i>	55
4.2.3.	<i>Kelompok Sasaran Kebijakan Kantong Plastik Berbayar</i>	56
4.2.4.	<i>Manfaat Kebijakan Kantong Plastik Berbayar</i>	58
4.3.	PERILAKU KONSUMEN DALAM MENYIKAPI KEBIJAKAN KANTONG PLASTIK BERBAYAR DI KOTA SEMARANG	61
4.3.1.	<i>Perilaku Konsumen Pada Green Product Price</i>	61
4.3.2.	<i>Perilaku Environmental Awareness</i>	61
4.3.3.	<i>Perilaku Konsumen Dalam Green Product Information</i>	62
4.3.4.	<i>Perilaku Konsumen Untuk Membawa Tas Belanja Sendiri</i>	63
4.4.	FAKTOR-FAKTOR PENDUKUNG DAN PENGHAMBAT DALAM KEBIJAKAN KANTONG PLASTIK BERBAYAR	65
4.4.1.	<i>Faktor Komunikasi</i>	65
4.4.2.	<i>Faktor Sumber-Sumber</i>	67
4.4.3.	<i>Faktor Kecenderungan-Kecenderungan</i>	68
4.4.4.	<i>Faktor Struktur Birokrasi</i>	69
4.5.	STRATEGI PENGEMBANGAN IMPLEMENTASI KEBIJAKAN KANTONG PLASTIK BERBAYAR DI KOTA SEMARANG	72
4.5.1.	<i>Analisis Internal</i>	72
4.5.2.	<i>Analisis external</i>	74
4.6.	ANALISIS SWOT (STRENGTHS, WEKANESSES, OPPORTUNITIES, AND THREATHS)	76
4.6.1.	<i>Matrik IFAS dan EFAS</i>	76
4.6.2.	<i>Matrik SWOT</i>	80
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN		82
5.1.	KESIMPULAN	82
5.2.	SARAN	84
DAFTAR PUSTAKA		85

DAFTAR TABEL

TABEL 1. PENELITIAN TERDAHULU	6
TABEL 2. KRITERIA INFORMAN DAN RESPONDEN	36
TABEL 3 Matrik IFAS/EFAS	41
TABEL 4 Matrik SWOT	42
TABEL 5 JUMLAH PENDUDUK KOTA SEMARANG TAHUN 2017.....	43
TABEL 6 PERSEBARAN PASAR MODERN DI SEMARANG	44
TABEL 7 INTERNAL FACTOR ANALYSIS SUMMARY (IFAS).....	77
TABEL 8 EXTERNAL FACTOR ANALYSIS SUMMARY (IFAS).....	78
TABEL 9 PENYAJIAN Matrik SWOT	80
TABEL 10 GABUNGAN STRATEGI SWOT	81

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1. <i>WASTE MANAGEMENT HIERARCHY</i>	9
GAMBAR 2 PERGERAKAN RANTAI POLYMERS SAAT DIPANASKAN.....	12
GAMBAR 3 KODE PADA PLASTIK	13
GAMBAR 4 MODEL IMPLEMENTASI KEBIJAKAN GEORGE C. EDWARDS III	19
GAMBAR 5 MODEL IMPLEMENTASI KEBIJAKAN VAN METER DAN VAN HORN	19
GAMBAR 6 IMPLEMENTASI KEBIJAKAN GRINDLE	20
GAMBAR 7 MODEL IMPLEMENTASI KEBIJAKAN MAZMANIAN DAN VAN HORN SABATIER	21
GAMBAR 8 MODEL ANALISA INTERAKTIF	38
GAMBAR 9 KUADRAN IFAS/EFAS	41
GAMBAR 10 KANTONG PLASTIK DARI NON-RITEL MODERN	47
GAMBAR 11 KANTONG PLASTIK RITEL MODERN	47
GAMBAR 12 ESTIMASI PENGGUNAAN KANTONG PLASTIK.....	48
GAMBAR 13 KONTRIBUSI SAMPAH PLASTIK	48
GAMBAR 14 HASIL SURVEY KLHK	50

ABSTRAK

Indonesia merupakan negara penyumbang sampah plastik terbesar kedua di lautan. Inisiatif pemerintah pusat melalui KLHK dalam mengurangi timbulan sampah plastik adalah dengan meluncurkan kebijakan kantong plastik berbayar. Kebijakan ini diatur oleh surat edaran yang dikeluarkan KLHK kepada pemerintah daerah dan pelaku usaha. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis implementasi kebijakan, menganalisis perilaku konsumen dan menganalisis faktor pendukung dan penghambat dalam kebijakan kantong plastik berbayar yang diterapkan di Kota Semarang. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pengumpulan data menggunakan data primer dan sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan kantong plastik berbayar mendapatkan dukungan pemerintah daerah, pelaku usaha dan konsumen. Dengan berbagai upaya telah dilakukan sebagai bentuk dukungan untuk mengurangi timbulan sampah sesuai tujuan dalam kebijakan ini. Meskipun konsumen mengetahui dan mendukung kebijakan ini tetapi tidak banyak merubah perilaku konsumen. Mereka masih menggunakan kantong plastik dari ritel ketika selesai berbelanja. Konsumen tidak merasa keberatan untuk membayar Rp. 200. Kebijakan ini tidak banyak membawa perubahan signifikan dalam perilaku konsumen dalam menggunakan kantong plastik baru, meskipun kecenderungan konsumen mengetahui dampak sampah kantong plastik jika tidak dikelola dengan baik. Konsumen masih terkesan acuh dalam menganggap sampah kantong plastik sebagai prioritas persampahan yang mendesak. Sehingga kebijakan ini masih kurang efektif dalam merubah perilaku konsumen.

Kata Kunci : implementasi kebijakan, kantong plastik berbayar, lingkungan

BAB. 1 PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah populasi terbesar di dunia yaitu lebih dari 250 juta jiwa. Dengan jumlah populasi yang sangat banyak tersebut secara langsung juga akan berpengaruh terhadap jenis dan volume *output* sampah yang akan dihasilkan (Patel and Meka, 2013). Indonesia merupakan penyumbang sampah plastik di lautan terbesar kedua didunia (Hoegh-Guldberg *et al.*, 2015). Diperkirakan setiap tahun setidaknya 500 milyar sampai 1 triliun kantong plastik digunakan diseluruh dunia, yang mana hampir 1 juta kantong plastik per-menit digunakan secara global, hal ini mengindikasikan bahwa ketergantungan akan kantong plastik sangat besar (Spokas, 2008). Sedangkan di Indonesia sendiri mencapai 9 miliar lembar kantong plastik per tahun, dan di kota besar rata-rata satu orang menyumbang sampah plastik 700 lembar per tahunnya (dikutip dari Tirto.id, berita tanggal 17 Oktober 2016). Sampah plastik yang akan berakhir di tempat pemrosesan akhir (TPA) membawa beban lingkungan yang signifikan terhadap daya tampung yaitu penggunaan sumber daya (Musa *et al.*, 2013), ketika dibuang ke tempat pemrosesan akhir sampah, sampah plastik membutuhkan 400-1000 tahun untuk terurai (Bashir, 2013).

Sampah plastik membawa berbagai kerugian ekonomi. Dalam laporan tahunan UNEP tahun 2014, kerusakan lingkungan akibat sampah plastik pada ekosistem laut diperkirakan \$ 17,3 miliar pertahun (Unep, 2014). Sampah plastik merupakan permasalahan besar yang harus segera ditangani untuk meminimalisir dampak pada lingkungan baik darat maupun laut dan kerugian ekonomi yang ditimbulkan. Meskipun menyadari begitu banyaknya dampak dan kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh konsumsi plastik yang berlebihan. Kantong plastik merupakan salah satu jenis plastik yang sering digunakan oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Usaha dan upaya pemerintah dalam menangani dan menanggulangi dampak negatif yang ditimbulkan kantong plastik sangat

diperlukan. Salah satu upaya pemerintah dalam mengurangi timbulan sampah yaitu dengan menerbitkan kebijakan lingkungan.

Dalam UU No. 18 Tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah salah satu pertimbangan dalam undang-undang ini adalah Pengelolaan sampah diselenggarakan berdasarkan asas tanggung jawab, asas berkelanjutan, asas manfaat, asas keadilan, asas kesadaran, asas kebersamaan, asas keselamatan, asas keamanan, dan asas nilai ekonomi. Pengelolaan sampah bertujuan untuk meningkatkan kesehatan masyarakat dan kualitas lingkungan serta menjadikan sampah sebagai sumber daya. Salah satu pertimbangan didalam undang-undang ini adalah bahwa sampah telah menjadi permasalahan nasional sehingga pengelolaannya perlu dilakukan secara komprehensif dan terpadu dari hulu ke hilir agar memberikan manfaat secara ekonomi, sehat bagi masyarakat, dan aman bagi lingkungan, serta dapat mengubah perilaku masyarakat. Oleh karenanya diperlukan usaha-usaha aktif dari pemerintah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat. Sebagai upaya untuk menjalankan Undang-Undang tersebut pemerintah telah melakukan usaha aktif dengan merumuskan berbagai kebijakan terkait lingkungan. Salah satu usaha tersebut yaitu dengan diluncurkannya kebijakan kantong plastik berbayar. Kebijakan kantong plastik berbayar merupakan kebijakan yang diluncurkan pemerintah pusat melalui Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) untuk diteruskan ke pemerintah daerah dan penyedia kantong plastik. Tidak semua kota ikut berpartisipasi dalam kebijakan ini dikarenakan berbagai hal. Kota Semarang merupakan salah satu kota dari dua puluh tiga kota yang ikut berpartisipasi dalam kebijakan ini,

Kantong plastik umum digunakan kota Semarang. Kebanyakan toko menyediakan kantong plastik secara gratis. Selain karena murah, alasan lain kebanyakan toko memberikan kantong plastik untuk konsumen adalah ringan tetapi kuat, bersih ketika digunakan pertama kali (Jalil, Mian and Rahman, 2013). Mereka menggunakan kantong plastik sebagai kantong cangking dimana-mana didunia setiap tahunnya (Miller, 2012). Kantong plastik yang dibuang ke sungai dan lautan dapat berpotensi membahayakan hewan air. Hal ini terjadi ketika hewan menganggap kantong plastik sebagai makanan dan mencernanya,

membahayakan bagi sistem pencernaannya dan kemungkinan kematian (Ayalon *et al.*, 2009). Kematian hewan dari menelan kantong plastik lebih tinggi dari penyakit di Afrika (Bashir, 2013). Limbah plastik ketika terpecah juga dapat mempengaruhi kadar hormon hewan melalui rantai makanan, yang akhirnya dapat mempengaruhi manusia juga (Musa *et al.*, 2013). Selain itu kantong plastik dapat membahayakan dalam bidang pertanian yang menjadikan ancaman terhadap produk pertanian dan kehidupan manusia (Jalil, Mian and Rahman, 2013). Oleh karenanya usaha aktif pemerintah sangat diperlukan guna membatasi penggunaan kantong plastik untuk meminimalisir dampak yang ditimbulkan. Berbagai negara telah mengambil kebijakan antisipatif untuk meminimalisir penggunaan kantong plastik, misalkan mengenakan pajak atau retribusi langsung, pelarangan dan denda terhadap penggunaan kantong plastik. Hal tersebut sangat diperlukan untuk mengurangi sampah plastik yang ada di bumi. Australia, Tanzania, Italia, Amerika Serikat, dan Irlandia telah mengenakan pajak dan melarang produksi kantong plastik sebagai pembawa barang belanjaan dan tujuan lainnya (Jalil, Mian and Rahman, 2013).

Beberapa penelitian terkait sampah kantong plastik telah dilakukan oleh beberapa peneliti misalkan dalam penelitian (Asmuni *et al.*, 2015) tersebut peneliti mengukur tingkat partisipasi dan keefektifan program “No Plastic Day” dalam mengubah perilaku masyarakat, program tersebut berhasil mengubah persepektif masyarakat dalam penggunaan kantong plastik dan dapat dikatakan efektif dengan adanya program tersebut dapat merubah perilaku masyarakat dalam menggunakan kantong plastik. Penelitian mengenai kebijakan kantong plastik berbayar di Indonesia, dalam (Saraswaty, 2018) penelitian tersebut mengukur tingkat efektifitas pada ritel selaku penyedia bahwa kecenderungan dalam harga dalam kebijakan kantong plastik berbayar tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan ritel secara ekonomi dan merubah perilaku konsumen dalam menggunakan kantong plastik.

Kantong plastik yang tidak dikelola dengan baik dapat menyebabkan berbagai kerugian baik lingkungan maupun kesehatan. Oleh karenanya urgensi regulasi dan kebijakan akan penggunaan kantong plastik perlu didukung berbagai

pihak. Salah satu regulasi tersebut adalah melalui berbagai peraturan dan kebijakan untuk meminimalisir penggunaan kantong plastik sekali pakai secara berlebihan. Suatu kebijakan lingkungan diperlukan untuk mengintervensi dan meningkatkan kesadaran dampak dari suatu kegiatan di masa depan bagi kelangsungan bumi. Oleh karenanya evaluasi sebuah kebijakan diperlukan untuk perbaikan kebijakan. Kajian mengenai keberhasilan dan keefektifan suatu kebijakan perlu diteliti lebih lanjut untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai dalam suatu kebijakan. Identifikasi faktor-faktor maupun penghambat-penghambat dalam suatu kebijakan perlu ditelaah untuk menemukan kelebihan dan kekurangan adanya suatu kebijakan. Implementasi kebijakan akan berhasil dan efektif jika didukung oleh pelaksana dan kelompok sasaran. Perlunya identifikasi dalam suatu kebijakan adalah untuk perbaikan dan peningkatan keefektifan kebijakan. Dengan diluncurkannya kebijakan plastik berbayar merupakan upaya untuk mengurangi timbulan sampah. Oleh karenanya diperlukan penelitian mendalam untuk menemukan keuntungan maupun kerugian adanya kebijakan ini. Implementasi kebijakan kantong plastik berbayar merupakan kebijakan yang mempunyai maksud dan tujuan mengurangi timbulan sampah dari sumber penghasil sampah. Perlunya kerjasama berbagai pihak pemerintah daerah, pelaku usaha dan konsumen dalam efektifitas kebijakan kantong plastik berbayar ini.

1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Dari uraian diatas, terdapat beberapa permasalahan yang akan dirumuskan terkait implementasi kebijakan kantong plastik berbayar. Beberapa pertanyaan yang akan diteliti diantaranya :

1. Bagaimana implementasi kebijakan kantong plastik berbayar di kota Semarang?
2. Bagaimana perilaku konsumen dalam menyikapi kebijakan kantong plastik berbayar di kota Semarang?
3. Apakah faktor-faktor yang menjadi penghambat dan pendukung kebijakan kantong plastik berbayar di kota Semarang?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis implementasi kebijakan kantong plastik berbayar di kota Semarang.
2. Menganalisis perilaku konsumen dalam menyikapi kebijakan kantong plastik berbayar Semarang.
3. Menganalisis faktor-faktor yang menjadi penghambat dan pendukung kebijakan kantong plastik berbayar Semarang..

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya informasi, wawasan dan pengetahuan mengenai kantong plastik khususnya berkaitan dengan kebijakan kantong plastik berbayar dan meningkatkan kesadaran akan dampak penggunaan kantong plastik sekali pakai yang berlebihan. Selain itu dengan penelitian ini peneliti berharap dapat memberikan gambaran secara komprehensif akan kebijakan kantong plastik berbayar yang digulirkan pemerintah pusat untuk mengurangi timbulan sampah.

1.5. Penelitian Terdahulu

Berbagai kajian dan penelitian terkait permasalahan kantong plastik dan kebijakannya telah banyak dilakukan peneliti diberbagai negara. Kajian dan penelitian mengenai efektifitas suatu kebijakan terkait permasalahan kantong plastik perlu terus dilakukan sebagai bahan masukan untuk kebijakan yang akan dilakukan selanjutnya terkait permasalahan sampah kantong plastik. Evaluasi kebijakan akan memberikan manfaat bagi pemangku kepentingan dalam merumuskan dan mencari alternatif solusi untuk memecahkan persoalan persampahan, khususnya sampah kantong plastik. Dengan diluncurkannya kebijakan kantong plastik di Indonesia akan memberikan dampak positif bagi lingkungan. Oleh karenanya penelitian setelah diluncurkannya kebijakan kantong plastik berbayar perlu dikaji lebih lanjut untuk menambah wawasan. Berikut adalah penelitian terdahulu terkait permasalahan kantong plastik dan kebijakan.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
1.	(Saraswaty, 2018)	Kebijakan Publik dan Ritel: Studi Kasus Pelaksanaan Kebijakan Plastik Berbayar	Mengetahui dampak ekonomi dari kebijakan kantong belanja plastik sekali pakai tidak gratis terhadap pengusaha ritel modern.	Terdapat kecenderungan bahwa toko ritel tidak mendukung kebijakan tersebut. Karena kekhawatiran akan kepuasan konsumen serta tidak ada perubahan signifikan dari segi ekonomi dan konsumen masih mau membayar.
2.	(Suryani, 2016)	Persepsi Masyarakat dan Analisis <i>willingness to pay</i> terhadap Kebijakan kantong belanja plastik sekali pakai tidak gratis Studi di Jakarta dan Bandung	Mengetahui persepsi masyarakat terkait kebijakan plastik berbayar, mengetahui besaran kesediaan masyarakat membayar (<i>willingness to pay</i>) kantong plastik berbayar.	Masyarakat setuju apabila sampah plastik dikelola dengan baik. Meskipun persetujuan dan ketidaksetujuan hampir berimbang, Jumlah masyarakat berimbang terhadap pengenaan tarif. Usia dan tempat belanja mempengaruhi besaran WTP.
3.	(Asmuni <i>et al.</i> , 2015)	<i>Public Participation and Effectiveness of the No Plastic Bag Day Program in Malaysia</i>	Mengevaluasi program “No Plastic Bag Day” apakah efektif mengurangi sampah kantong plastik selama program berlangsung	Toko mengenakan biaya retribusi MYR 0.20 (USD 0.06) untuk kantong plastik baru dalam program <i>no plastic day</i> (NPD), dari hasil studi 52.3% program ini sukses membuat konsumen menghindari pemakaian kantong plastik baru.

4.	(Ohtomo and Ohnuma, 2014)	<i>Psychological interventional approach for reduce resource consumption: Reducing plastic bag usage at supermarkets</i>	Eksperimen terhadap perilaku pro-lingkungan dengan intervensi penggunaan kantong plastik di supermarket.	Kondisi pertama toko akan memberikan plastik secara gratis dan kondisi kedua toko akan mengenakan biaya untuk kantong plastik. Dengan adanya intervensi, perilaku konsumen berubah dengan mengurangi penggunaan kantong plastik.
5.	(Jakovcevic et al., 2014)	<i>Charges for plastic bags: Motivational and behavioral effects</i>	Mengobservasi penggunaan kantong plastik sebelum dan setelah implementasi dilakukan.	Dengan adanya implemementasi kebijakan kebijakan pengenaan biaya kantong plastik telah efektif dalam meningkatkan penggunaan kantong pribadi konsumen di Argentina.
6.	(Dikgang, Leiman and Visser, 2012)	<i>Analysis of the plastic-bag levy in south africa</i>	Menguji keefektifan regulasi Plastic-Bag-Regulations in South Africa	Pengenaan harga 46 rand cents efektif mengurangi sampah plastik. Meskipun program ini tidak berjalan sukses dalam waktu lama.
7.	(Kamaruddin and Yusuf, 2012)	<i>Selangor Government's "No Plastic Day" Campaign : Motivation and Acceptance Level</i>	Mengidentifikasi sikap rumah tangga terhadap kampanye, level kesadaran, tingkat penerimaan rumah tangga terhadap kampanye "No Plastic Bag"	Secara umum rumah tangga mendukung kampanye hari tanpa kantong plastik sebesar 80% dan kesadaran rumah tangga terhadap lingkungan 89%.

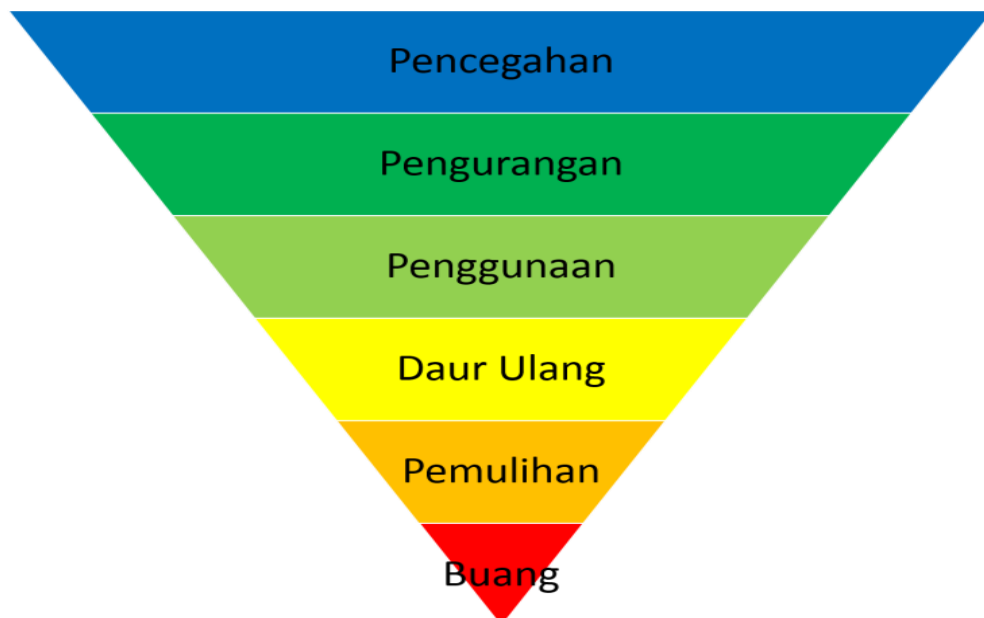
8.	(Adane and Muleta, 2011)	<i>Survey on the Usage of Plastic Bag, their Disposal and Adverse Impacts on Environmen: A Case Study In Jimma City, Southwestern Ethiopia</i>	Menganalisis penggunaan dan dampak kantong plastik di Kota Jimma Ethiopia.	Survey dilakukan kepada 230 responden. Hasil survey 76.52% mereka menggunakan tas plastik lebih banyak ketimbang produk plastik lainnya. Alasan menggunakan tas plastik 69.13% (murah) dan 66.08% (mudah didapat). Dampak kematian binatang 72.60%, kerusakan lingkungan 62.60%, kesehatan manusia 51.57%.
9.	(Ayalon et al., 2009)	<i>Reduction of plastic carrier bag use: An analysis of alternatives in Israel</i>	Assesment terhadap permasalahan-permasalahan yang berhubungan dengan kantong plastik dilihat dari sisi lingkungan.	Penggunaan kantong plastik secara gratis selama ini di Israel membuat sampah kantong plastik sangat besar Oleh karenanya diperlukan suatu kebijakan khusus dalam penggunaan kantong plastik seperti retribusi dan pajak.
10.	(Basili, Di Matteo and Ferrini, 2006)	<i>Analysing demand for environmental quality: A willingness to pay/accept study in the province of Siena (Italy)</i>	Mengevaluasi biaya dan manfaat dalam NGP (New Garbage Plan) in Sienna Italy	Program NGP untuk melindungi kualitas lingkungan, survey dilakukan untuk mengukur kemampuan rumah tangga mengeluarkan biaya untuk jasa lingkungan rata rata WTP €3.09 dan WTA €29.80.

BAB. 2 KAJIAN PUSTAKA

2.1. Manajemen Persampahan

Manajemen persampahan pada dasarnya tidak dapat dipisahkan dari konsep manajemen secara umum, yang di dalamnya mencakup tahapan perencanaan pengorganisasian, pengaktualisasian dan pengawasan. Artinya manajemen persampahan merupakan proses yang saling berhubungan dan saling berkaitan antara satu tahapan dengan tahapan lainnya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Menurut Hussein (2003): Manajemen persampahan dilaksanakan sebagai upaya pencegahan timbulan sampah dari sumber penghasil sampah. Selain itu dengan pengelolaan sampah yang baik akan mencegah dampak negatif dari sampah itu sendiri. Konsep dari manajemen persampahan diarahkan untuk mencapai tujuan pemanfaatan dan meminimalisir sampah secara maksimal. Terdapat enam hierarki pengelolaan (manajemen) sampah modern yaitu:



Sumber: (Hyman, Turner and Carpintero, 2013)

Gambar 1. *Waste Management Hierarchy*

Menurut departemen Pekerjaan Umum (2014) timbulan sampah adalah volume sampah yang dihasilkan dari jenis sumber sampah di suatu wilayah persatuan (m^3/h) waktu. Timbulan sampah adalah sampah yang dihasilkan dari sumber sampah (SNI, 1995). Mengetahui timbulan sampah sangat dibutuhkan untuk menentukan dan mendesain peralatan yang digunakan dalam sistem transportasi persampahan, fasilitas recovery material, dan lokasi tempat pemrosesan akhir sampah (TPA).

Menurut SNI 19-3964-1995, bila pengamatan dilapangan belum tersedia, maka dalam menghitung besaran sistem, dapat digunakan angka timbulan sampah sebagai berikut:

1. Kota sedang satuan timbulan sampah = 2,75 - 3,25 L/org/hr atau 0,70 – 0,80 kg/org/hr
2. Kota kecil satuan timbulan sampah = 2,5 – 2,75 L/org/hr atau 0,625 – 0,70 kg/org/hr

Perkiraan timbulan sampah baik untuk saat sekarang maupun dimasa yang akan datang merupakan dasar perencanaan, perancangan dan pengkajian sistem pengelolaan persampahan. Satuan timbulan sampah biasanya dinyatakan sebagai satuan skala kuantitas perorang atau perunit bangunan. Rata-rata timbulan sampah tidak akan sama antara satu daerah dengan daerah lainnya. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor. Menurut Damanhuri dan Padmi (2004) faktor tersebut adalah :

1. Jumlah penduduk dan tingkat pertumbuhannya,
2. Tingkat hidup,
3. Perbedaan musim,
4. Cara hidup dan mobilitas penduduk
5. Iklim
6. Cara penangan makanannya

2.2. Pengertian sampah Plastik

Secara umum pengertian sampah adalah buangan hasil dari aktifitas manusia yang tidak terpakai. Menurut undang-undang nomor 18 tentang pengelolaan sampah, sampah adalah sisa kegiatan sehari-hari manusia dan/atau proses alam yang berbentuk padat.

Kata plastik berasal dari kata *plastikos* yang berarti mudah dibentuk/dicetak. Plastik merupakan material yang terdiri dari molekul besar (*polymers*) yang dapat terbentuk secara alami/sintetik dan dapat termodifikasi secara luas. Sedangkan polimer itu sendiri adalah bahan yang non-logam, terdiri dari molekul makro yang memiliki satuan monomer berulang-ulang. Alasan plastik sering digunakan adalah karena lebih ringan dibanding bahan lain, plastik dapat menjaga produk dari kelembaban, plastik tahan terhadap zat kimia, secara umum plastik dapat bertahan lama, sifatnya yang elastis, tahan terhadap tekanan dan korosi dan kedap terhadap air (Andi, 2009).

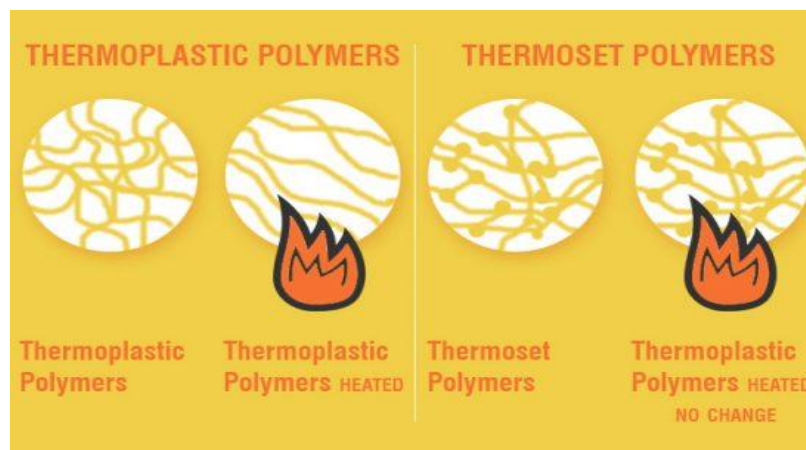
Dari pengertian sampah dan plastik diatas, pengertian sampah plastik adalah adalah bahan buangan yang terbuat dari plastik yang sudah tidak digunakan dan tidak memberikan manfaat lagi bagi kegiatan manusia. Pada dasarnya plastik memiliki fungsi penting dalam kehidupan manusia, permasalahan yang timbul adalah jika plastik tidak dikelola dengan baik ketika sudah menjadi sampah, plastik dapat memberikan dampak negatif bagi makhluk hidup termasuk manusia itu sendiri (Wahid, 2006). Plastik mempunyai banyak fungsi diantaranya adalah sebagai pembungkus barang belanja yang umumnya dikenal dengan nama tas belanja atau kantong plastik.

Tas belanja umumnya terbuat dari plastik berbahan plastik meskipun terdapat alternatif lain seperti berbahan kertas atau kain. Umumnya toko akan memberikan kantong pembawa barang belanjaan konsumen ketika berbelanja di toko mereka. Menurut Jalin Mian et. al. (2013) selain karena murah, alasan lain kebanyakan toko memberikan kantong plastik untuk konsumen adalah ringan tetapi kuat, bersih ketika digunakan pertama kali. Alasan tersebut merupakan faktor yang menjadikan kantong plastik populer dikalangan konsumen.

2.2.1. Jenis-jenis plastik

Menurut Hermono (2009) berdasarkan sifat fisika nya secara garis besar, jenis plastik dapat digolongkan dalam dua sifat, yaitu plastik yang bersifat thermoplastik dan thermoset. Dari kedua jenis plastik tersebut, umumnya thermoplastic merupakan jenis plastik yang sering dijumpai dalam kehidupan sehari-hari.

1. *Thermoplastic (reversible)* merupakan jenis plastik yang memungkinkan untuk didaur ulang atau dicetak dengan proses pemanasan kembali. Contoh thermoplastic: Polistirena (PS), Polikarbonat (PC), Akrilonitril Butadiena Stirena (ABS), Poliethylene (PE), dll.
2. *Thermoset (irreversible)* merupakan jenis plastik yang hampir/tidak bisa untuk didaur ulang atau decetak dengan pemanasan kembali, karena akan merusak molekul-molekulnya. Contoh thermoset: bakelit, resin melamin, urea-formaldehid, resin epoksi, dll.



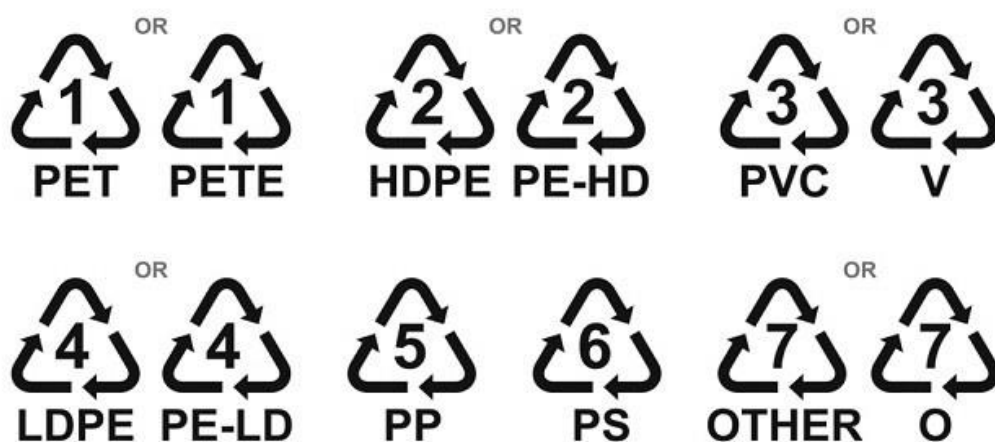
Gambar 2 Pergerakan rantai polymers saat dipanaskan

Pada gambar diatas *polymers thermoplastic* terjadi pergerakan rantai polymers ketika dipanaskan, pada rantai polymers menjadi mudah bergerak dan plastik menjadi lebih mudah dibentuk. Bentuk baru ini akan menjadi kaku setelah proses pendinginan. Dan pada thermoset kebalikannya, tidak terjadi pergerakan sehingga sulit dibentuk ulang ketika dipanaskan. Hal ini berhubungan dengan proses daur ulang (*recycle*) plastik.

2.2.2. Kode dan Penomoran Plastik

Pada tahun 1998 *The Society Of The Plastic Industry* yaitu industri penggiat daur ulang di Amerika Serikat menerbitkan RIC (Resin Identification Code), kode plastik ini merupakan penunjuk yang ada pada jenis plastik. Kemudian diadopsi oleh ISO (International Organization for Standardization) RIC wajib dicantumkan pada kemasan plastik untuk memudahkan proses daur ulangnya. Kode-kode dalam plastik tersebut adalah:

1. PETE/PET (*Poly Ethylene Terephthalate*) dengan kode angka 1
2. HDPE/PE-HD (*High Density Polyethylene*) dengan kode angka 2
3. PVC/V (*Polyvinyl Chloride*) dengan kode angka 3
4. LDPE/PE-LD (*Low Density Polyethylene*) dengan kode angka 4
5. PP (*Polyproylene*) dengan kode angka 5
6. PS (*Polystyrene*) dengan kode angka 6
7. Other/O



Gambar 3 Kode pada Plastik

Umumnya kantong plastik yang beredar dimasyarakat adalah jenis LPDE (*Low Density Polyethylene*) adapun sifat jenis plastik ini adalah relatif keras, fleksibel, dan berwarna transparan. Selain sebagai kantong belanja umumnya jenis plastik ini digunakan sebagai kantongf sampah, strech film, cling wrap, tutup minuman dan pelapis kertas karton (dikutip www.aladokter.com pada tanggal 01 Agustus 2019).

2.2.3. Dampak Plastik

a. Terhadap Kesehatan

Menurut Kostwara (2006) terdapat bermacam-macam zat dalam plastik yang membahayakan kesehatan manusia.

1. *Vynil Chloride Monomer (VCM)*: jika bereaksi dengan sitosi dan guanin dalam DNA dan mengalami metabolisme di tubuh, berpotensi menyebabkan kanker dan tumor.
2. *Acrylonitire (Vinyl Cyanide)*: jika bereaksi dengan adenin pada DNA berpotensi menyebabkan kanker. Hasil riset pada hewan tikus terbukti dapat menyebabkan cacat lahir.
3. *Vynil Acetate Monomer (VAM)*: dari berbagai riset telah terbukti dapat menyebabkan kanker *tyroid*, liver pada (hewan) dan uterus.
4. *Monomer* yang lain (stirena, akrilat, metakriat dan senyawa turunannya) dapat menyebabkan iritasi pada saluran pencernaan (mulut, tenggorokan dan lambung)

b. Terhadap Pencemaran Lingkungan

Menurut Chandra (2000) beberapa dampak plastik jika tidak dikelola dengan baik terhadap pencemaran lingkungan, diantaranya: mengurangi estetika ruang, menghambat proses jalannya air yang meresap kedalam tanah, sarang vektor, pencemaran air dan udara, kematian hewan-hewan air, dll.

c. Terhadap Udara

Menurut Alex (2012) indikasi dari adanya pencemar di udara biasanya ditandai oleh bau yang tidak sedap, debu dan gas yang bersifat racun. Hal ini dapat membahayakan bagi makhluk hidup. Pembakaran sampah secara langsung akan meningkatkan karbonmonoksida CO, karbondioksida CO₂, nitrogen monoksida (NO), gas belerang dan bersifat karsinogen yang berpotensi sebagai pemicu kanker.

2.3. Konsep Implementasi Kebijakan

2.3.1. Pengertian Implementasi Kebijakan

Menurut Grindle (1980) mengungkapkan implementasi merupakan suatu proses tindakan administratif sebagai upaya untuk mendukung evaluasi implementasi kebijakan. Sedangkan pendapat Van Meter dan Horn (Wibawa, dkk., 1994) menyatakan bahwa implementasi kebijakan merupakan suatu tindakan yang dirumuskan pemerintah maupun non-pemerintah baik secara kelompok maupun individu dengan maksud untuk mencapai tujuan tertentu yang telah dirumuskan. Grindle (1980) menambahkan bahwa proses implementasi akan dilaksanakan apabila sasaran kebijakan telah ditetapkan.

Menurut Lane (1995) implementasi sebagai dasar dari konsep dapat dibagi ke menjadi dua bagian. Pertama, implementation yaitu F (*Intention, Output, Outcome*). Sesuai definisi tersebut, implementasi merupakan fungsi yang terdiri dari maksud dan tujuan, hasil sebagai produk dan hasil dari akibat. Kedua, implementasi merupakan persamaan fungsi dari implementation yaitu F (*Policy, Formator, Implementor, Initiator, Time*). Penekanan utama pada kedua fungsi ini yaitu kepada kebijakan itu sendiri, kemudian hasil yang dicapai dan dilaksanakan oleh implementor dalam kurun waktu tertentu (Sabatier, 1986).

Implementasi kebijakan menghubungkan antara tujuan suatu kebijakan dan realisasinya dengan hasil kegiatan dari pemerintah. Hal ini sesuai dengan pandangan Van Meter dan Horn (Grindle, 1980) bahwa tugas implementasi adalah membangun jaringan yang memungkinkan tujuan dari kebijakan publik direalisasikan melalui aktivitas-aktifitas instansi pemerintah dengan melibatkan berbagai pihak yang berkepentingan (*policy stakeholders*).

Secara umum implementasi kebijakan kantong plastik berbayar adalah kebijakan pemerintah melalui surat edaran Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) kepada pemerintah daerah dan ritel untuk mengurangi timbulan sampah dari sumber penghasil sampah melalui penerapan harga kantong plastik yang akan digunakan konsumen dari ritel mereka berbelanja. Dengan adanya kebijakan ini diharapkan konsumen mau berpikir ulang sebelum menggunakan kantong plastik baru dari ritel.

2.3.2. Perspektif Implementasi Kebijakan

Terdapat berbagai persepektif dalam implementasi kebijakan salah satunya adalah *implementation problems approach* yang diperkenalkan oleh Edward III pada tahun 1984. Pada hakekatnya terdapat dua pertanyaan penting dalam suatu kebijakan yaitu:

1. Faktor-faktor apakah yang mendukung keberhasilan pada implementasi kebijakan?
2. Faktor-faktor apakah yang menghambat keberhasilan pada implementasi kebijakan?

Berdasarkan kedua pertanyaan diatas dapat dirumuskan empat faktor yang merupakan aspek penting dalam keefektifan implementasi kebijakan, keempat aspek tersebut adalah aspek komunikasi, aspek sikap pelaksana, aspek struktur organisasi dan aspek sumber daya. Keempat aspek tersebut menjadi kriteria dalam implementasi suatu kebijakan.

Aspek komunikasi kebijakan hanya dapat dilaksanakan dengan baik apabila jelas bagi pelaksana kebijakan. Hal ini terkait pada proses penyampaian informasi, konsistensi dan kejelasan informasi kebijakan. Sumberdaya meliputi empat indikator yaitu staf yang memadai (kualitas dan kuantitas), informasi yang dibutuhkan untuk pengambilan keputusan, kewenangan dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab serta prasarana yang dibutuhkan dalam proses implementasi. Pelaksana merupakan pihak yang melaksanakan implementasi. Struktur birokrasi didasarkan pada standar pelaksanaan yang mengatur tata aliran pekerjaan dan pelaksanaan kebijakan. Dalam memperlancar implementasi kebijakan perlu dilakukan penyebaran informasi yang baik. Adapun syarat penyebaran informasi yang baik dalam kebijakan yaitu:

1. *Respect* anggota masyarakat terhadap kewenangan pemerintah untuk menjelaskan perlunya dalam mematuhi perundangan yang berlaku,
2. Kesadaran individu dalam menerima kebijakan. Terbentuknya kesadaran dan kemauan untuk menerima dan maleksanakan kebijakan akan terwujud apabila kebijakan dianggap logis,

3. Meyakini bahwa kebijakan dirumuskan dengan prosedur yang sah,
4. Meskipun awalnya kebijakan dianggap tidak sesuai dan menimbulkan pro-kontra dengan berjalannya waktu kebijakan tersebut akan dianggap wajar oleh masyarakat.

Menurut Mazmanian dan Sabatier (1983), terdapat dua persepektif dalam analisis implementasi kebijakan, yaitu persepektif keilmuan administrasi publik dan persepektif keilmuan politik. Menurut persepektif keilmuan administrasi publik implementasi pada awalnya dipandang sebagai pelaksanaan kebijakan secara tepat dan efisien. Namun pada akhir Perang Dunia II dari berbagai penelitian administrasi negara menunjukkan bahwa ternyata agen administrasi publik tidak hanya dipengaruhi oleh mandat resmi, tetapi juga oleh tekanan-tekanan dari kelompok yang berkepentingan, anggota lembaga legislatif dan berbagai faktor dalam lingkungan politis, persepektif keilmuan politik mendapat dukungan dari pendekatan sistem terhadap kehidupan politik. Dalam pendekatan ini seolah-olah mematahkan persepektif organisasi dalam administrasi publik dan mulai memberikan perhatian terhadap pentingnya input dari luar keilmuan administrasi publik seperti ketentuan administratif dan perubahan preferensi publik. Dalam persepektif ini yang menjadi fokus pertanyaan dalam analisis implementasi kebijakan adalah seberapa jauh konsistensi antara output kebijakan dengan tujuannya.

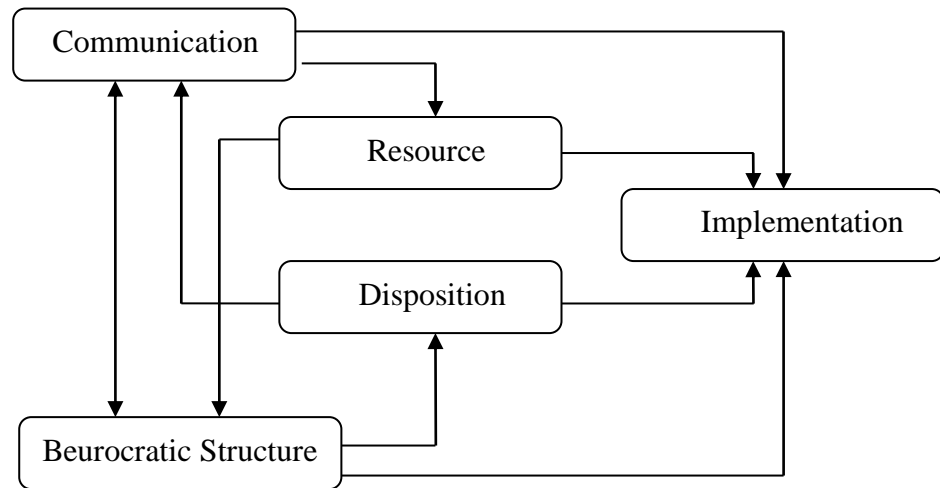
Teori Ripley memperkenalkan pendekatan kepatuhan dan faktual didalam implementasi kebijakan. Pendekatan kepatuhan sering dijumpai dalam literatur keilmuan administrasi publik. Pendekatan ini memfokuskan pada tingkat kepatuhan individu bawahan terhadap individu atasan. Persepektif kepatuhan adalah analisis karakter dan kualitas perilaku dalam organisasi. Terdapat kekurangan dalam persepektif kepatuhan ini yaitu faktor non-birokratis yang berpengaruh tetapi justru kurang menjadi fokus dan kebijakan yang tidak didesain dengan baik. Persepektif yang kedua yaitu persepektif faktual yang mengasumsikan bahwa terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi proses implementasi kebijakan yang mana mengharuskan pelaksana agar lebih fleksibel dalam mengadakan penyesuaian. Kedua persepektif tersebut sebnarnya tidak

kontradiktif, akan tetapi sebagai pelengkap satu dengan yang lain. Persepektif kepatuhan mengakui faktor eksternal dalam organisasi juga mempengaruhi kinerja agen administratif. Meskipun kecenderungan itu sama sekali tidak bertentangan dengan persepektif faktual yang juga memfokuskan perhatian berbagai faktor non-organisasional yang berpengaruh terhadap implementasi (Grindle, 1980).

Merujuk pada pemahaman persepektif kepatuhan dan faktual dapat dinyatakan bahwa keberhasilan suatu kebijakan akan ditentukan oleh tahap implementasinya dan keberhasilan pada proses implementasinya ditentukan oleh aden pelaksana dalam mengimplementasikan kebijakan. Beberapa syarat keberhasilan implementasi kebijakan yaitu kepatuhan pelaksana menjalankan apa yang ditugaskan oleh atasan dan kemampuan pelaksana melakukan tindakan yang dianggap sesuai dengan keputusan pribadi dalam menanggapi pengaruh dari lingkungan eksternal dan faktor yang bersifat non-organisational, atau perspektif faktual. Keberhasilan dalam kebijakan perlu dikaji berdasarkan persepektif proses dan persepektif hasil implementasi. Dalam perspektif implementasi, kebijakan pemerintah dapat dikatakan berhasil jika pelaksana mampu menjalankan dan menjabarkan implementasi sesuai petunjuk dan ketentuan yang dibuat oleh pembuat kebijakan yang mencakup: cara pelaksanaan, agen pelaksana, kelompok sasaran dan manfaat kebijakan. Sedangkan pada persepektif hasil, kebijakan dapat dikatakan berhasil ketika kebijakan membawa dampak seperti yang diharapkan dalam kebijakan. Suatu kebijakan kemungkinan dikatakan berhasil jika dilihat dari persepektif proses, tetapi gagal jika dilihat dari persepektif lain dari dampak yang dihasilkan dan sebaliknya. Implementasi kebijakan merupakan tahap pelaksanaan kebijakan setelah perencanaan kebijakan. Keberhasilan implementasi kebijakan akan memberikan dampak efektif jika perencanaan kebijakan melibatkan berbagai elemen yang benar-benar memahami permasalahan. Implementasi merupakan proses penjabaran perencanaan yang akan dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan. Evaluasi dalam implementasi kebijakan merupakan proses untuk perbaikan kebijakan dikemudian hari, sehingga kebijakan akan dapat terlihat hasilnya.

2.3.3. Model Implementasi Kebijakan

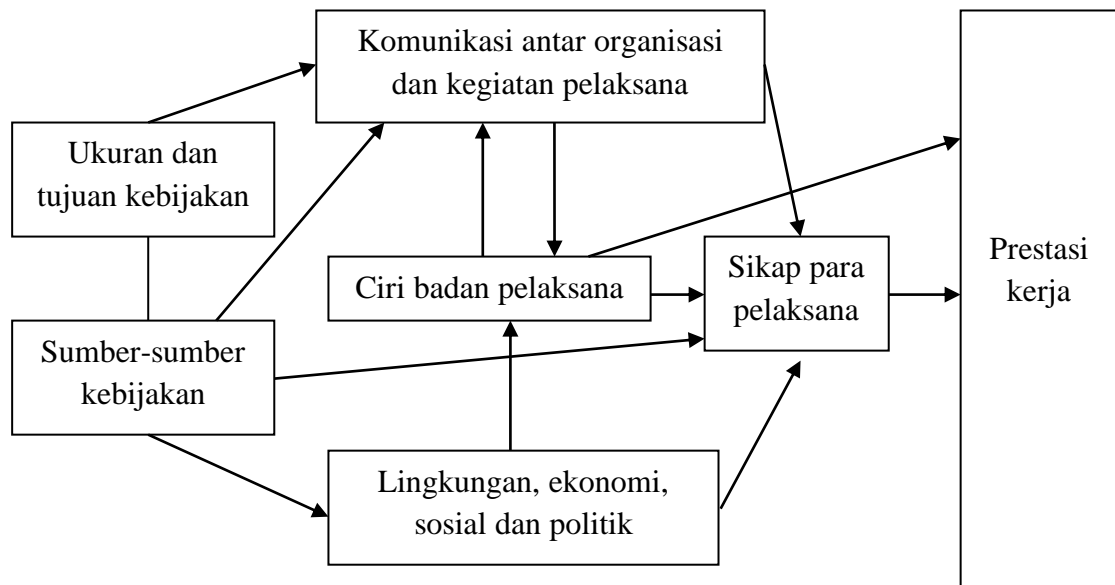
A. George C. Edwards III (1980)



Sumber: Widodo, 2011

Gambar 4 Model Implementasi Kebijakan George C. Edwards III

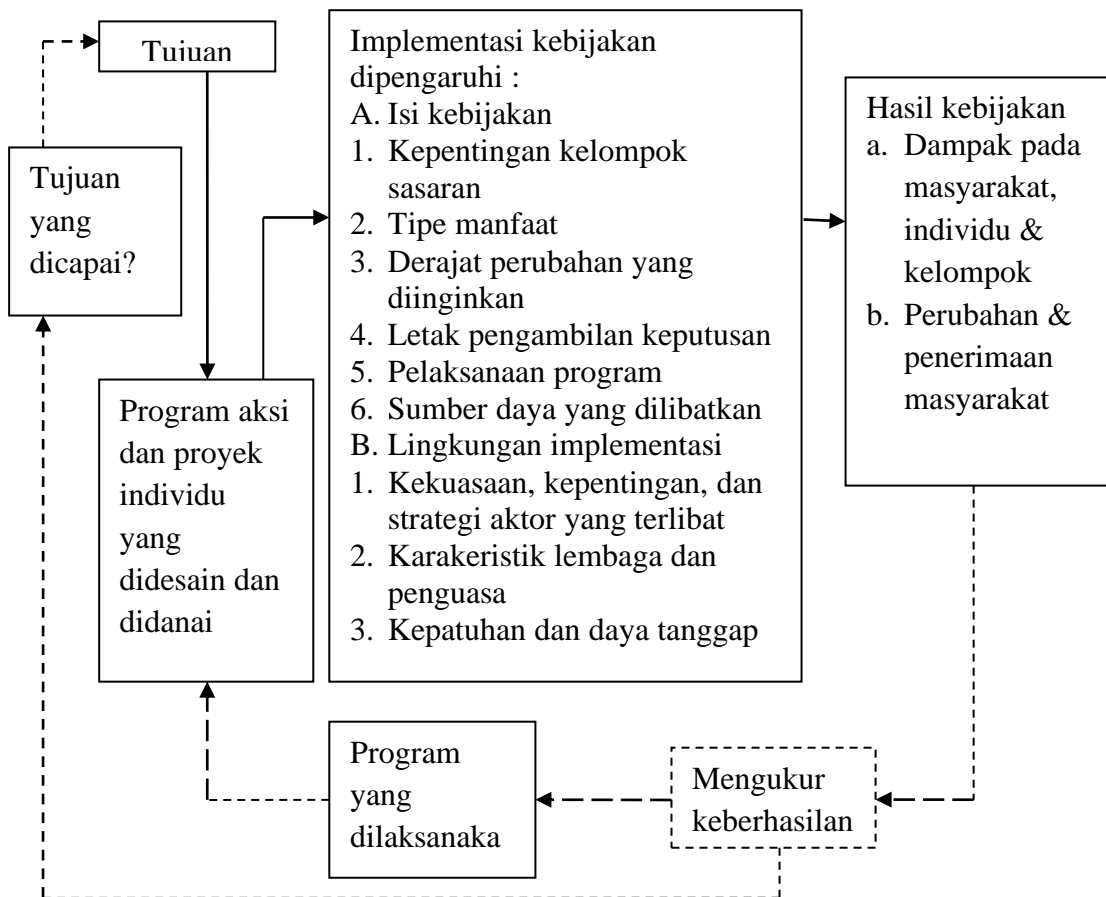
B. Model Donald Van Meter dan Carel Van Horn



Sumber: Agostino, 2006

Gambar 5 Model Implementasi Kebijakan Van Meter dan Van Horn

C. Model Marilee S. Grindle (1980)



Sumber: Subarsono, 2002

Gambar 6 Implementasi Kebijakan Grindle

D. Model Daniel A. Mazmanian dan Paul A. Sabatier



Sumber: Subarsono, 2002

Gambar 7 Model Implementasi Kebijakan Mazmanian dan Van Horn Sabatier

2.4. Perilaku Pro-Lingkungan

2.4.1. Pengertian Perilaku Konsumen

Menurut Griffin dalam Sopiah dan Sangadji (2013), perilaku konsumen merupakan semua aktifitas dari kegiatan, tindakan-tindakan, serta proses respon yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum memutuskan untuk membeli, ketika akan membeli, akan menggunakan, akan menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan kegiatan evaluasi. Sedangkan menurut Hasan (2013), perilaku konsumen merupakan studi pada proses yang terlibat ketika seseorang dalam memilih, membelanjakan, menggunakan, dan mengatur produk dan jasa, untuk memuaskan keperluan dan keinginan konsumen. Kotler dan Keller (2009) Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana seseorang, kelompok, dan organisasi dalam memilih, dalam membeli, dalam menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan keperluan konsumen. Sunyoto (2012) mendefinisikan perilaku konsumen (*consumer behavior*) adalah aktifitas seseorang yang secara langsung terlibat dalam memperoleh dan memanfaatkan barang atau jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan. Menurut Sopiah dan Sangadji (2013) menyimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah:

- Suatu disiplin ilmu untuk mempelajari perilaku seseorang, dan proses yang dipakai untuk menyeleksi, menggunakan produk, pelayanan, pengalaman dalam hal sebagai pemuas kebutuhan dan keinginan.
- Tindakan-tindakan yang dilakukan oleh konsumen untuk mencapai dan memenuhi kebutuhan baik dalam menggunakan, mengkonsumsi, dan memanfaatkan barang dan jasa, termasuk proses sebelum dan setelah keputusan dalam membeli.
- Perilaku yang dilakukan oleh seseorang yang dimulai dengan pemenuhan adanya kebutuhan dan keinginan, kemudian usaha-usaha dalam mendapatkan produk yang diinginkan, mengonsumsi produk, dan berakhir dengan tindakan setelah pembelian yaitu kepuasan atau ketidakpuasan.

2.4.2. Pengertian Perilaku Pro-Lingkungan

Perilaku pro-lingkungan adalah perilaku secara sadar dalam usaha meminimalisir dampak negatif yang ditimbulkan dari tindakan seseorang kepada alam dan lingkungan yang berada disekitarnya (Kollomus dan Ageyman, 2002).

Menurut ulasan berbagai literatur, hal-hal utama yang dapat mempengaruhi perilaku pro-lingkungan ialah sikap, motivasi, persepsi dan pengetahuan (Vicente-molina et al., 2013). Pengetahuan yang cenderung kurang memadai kemungkinan akan membatasi perilaku pro-lingkungan, seperti yang diungkapkan oleh penelitian Kennedy bahwa sejumlah 60% responden merasa bahwa perilaku pro-lingkungan dibatasi oleh kurangnya pengetahuan (Vicente-molina et al., 2013). Sejalan dengan hal ini dengan sistem nilai yang menjelaskan bahwa pengetahuan dan sikap seseorang merupakan hal yang penting karena akan berdampak potensial pada pembentukan perilaku (Zsóka, Szerényi, Széchy, & Kocsis, 2013). Perilaku seseorang (termasuk perilaku pro-lingkungannya) dipengaruhi oleh begitu berbagai faktor-faktor internal dan eksternal dari dimensi masa lalu, saat ini dan masa yang akan datang (Azwar, 2015). Kendati demikian, seperti yang telah diungkapkan di awal bahwa faktor-faktor tersebut terlibat secara rumit dalam hal mempengaruhi perilaku pro-lingkungan, sebab bahwasanya perilaku manusia tidaklah mudah untuk dipahami dan diprediksi (Azwar, 2015). Dengan adanya berbagai jenis faktor yang mempengaruhi perilaku pro-lingkungan mendorong beragam penelitian yang menghasilkan berbagai macam teori untuk memprediksi variabel yang signifikan terlibat. Beberapa teori yang sering dipakai diantaranya adalah teori perilaku berencana (*theory of planned behavior/TPB*) oleh Ajzen yang menerangkan bahwa terdapat tiga variabel anteseden, yaitu, sikap terhadap perilaku, norma subyektif dan kontrol perilaku (Greaves, Zibarras, & Stride, 2013). Ketiga variabel anteseden tersebut telah disebutkan mempengaruhi terbentuknya suatu intensitas perilaku individu yang dalam hal ini ialah perilaku pro-lingkungan. Beberapa dekade terakhir, peneliti telah memanfaatkan berbagai macam istilah untuk menggambarkan tindakan-tindakan yang mencakup perilaku yang sejenis dengan perilaku pro-lingkungan (Larson, et. all., 2015).

Beberapa istilah-istilah yang telah dikembangkan meliputi dalam perilaku pro-lingkungan diantaranya adalah:

- a. Perilaku Ekologis (*ecological behaviors*)
- b. Perilaku Tanggung Jawab Secara Lingkungan (*environmentally responsible behaviors*)
- c. Perilaku Tanggung Jawab Terhadap Lingkungan (*responsible environmental behaviors*)
- d. Perilaku Pro-Lingkungan (*pro-environmental behaviors*)
- e. Perilaku Konservasi (*conservation behaviors*)

Perilaku ekologi merupakan suatu tindakan yang bertujuan memberikan kontribusi terhadap kelestarian lingkungan (Kaiser, 1999). Perilaku ekologi atau perilaku pro-lingkungan memiliki banyak istilah seperti yang telah dikemukakan di atas. Kendati demikian, berbagai istilah tersebut merujuk pada suatu konsep yang sama yaitu ramah terhadap lingkungan. Perilaku pro-lingkungan bertujuan untuk mengurangi dan memberikan solusi terkait permasalahan lingkungan hidup (Homburg & Stolberg, 2006). Perilaku pro-lingkungan memiliki kemungkinan terbaik dilihat sebagai kombinasi antara kepentingan pribadi dan kepedulian terhadap orang lain maupun lingkungan sekitar, generasi selanjutnya, makhluk hidup secara keseluruhan (Bamberg & Moser, 2007). Dari paparan di atas, dapat disimpulkan bahwa perilaku pro-lingkungan merupakan berbagai macam bentuk tindakan dan usaha manusia dalam meminimalkan dampak negatif pada lingkungan.

2.4.3. Aspek-Aspek Perilaku Pro-Lingkungan

Sedangkan menurut Kaiser (Kaiser, Oerke, & Bogner, 2007), terdapat enam komponen tindakan dalam perilaku pro-lingkungan, komponen tersebut adalah:

- a. Konservasi energi (*Energy Conservation*) : Tindakan yang bertujuan untuk menghemat konsumsi energi yang digunakan.
- b. Mobilitas dan transportasi: Tindakan yang bertujuan untuk menggunakan alat transportasi secara efektif dan efisien.

- c. Menghindari limbah: Tindakan yang bertujuan untuk menghindari limbah yang dihasilkan.
- d. Daur ulang (*Recycle*): Tindakan yang bertujuan untuk mendaur ulang bahan-bahan bekas untuk dimanfaatkan kembali.
- e. Konsumerisme: Tindakan yang bertujuan untuk memilih dan menggunakan produk yang ramah lingkungan.
- f. Konservasi: Tindakan yang bertujuan untuk merawat kelestarian lingkungan.

Selain pengelompokkan tindakan perilaku pro-lingkungan melalui enam komponen seperti yang telah disampaikan di atas, terdapat pula pengelompokkan melalui empat komponen atau aspek tindakan perilaku pro-lingkungan oleh Larson (Larson et al., 2015), empat komponen tindakan perilaku pro-lingkungan tersebut meliputi:

- a. Environmentalisme sosial
Tindakan ini berkaitan dengan perilaku masyarakat yang didasarkan pada ide atau paham untuk berperan dalam mengelola lingkungan secara bersama-sama. Hal tersebut dapat dilaksanakan melalui usaha mendukung dan mengedukasi orang lain tentang pentingnya menjaga lingkungan.
- b. Pengelolaan tanah
Tindakan ini berkaitan dengan perilaku dalam usaha meningkatkan kualitas tanah dari berbagai jenis pencemaran dari aktifitas kegiatan disekitar.
- c. Gaya hidup
Tindakan yang berkaitan perilaku yang mempunyai tujuan bertujuan untuk mendukung usaha-usaha dalam konservasi
- d. Kewarganegaraan yang peduli lingkungan
Tindakan ini berkaitan dengan perilaku yang mempunyai tujuan untuk berpartisipasi dalam proses perencanaan, implementasi dan pelaksanaan kebijakan yang dapat meningkatkan kualitas lingkungan hidup.

2.4.4. Keputusan Konsumen Dalam Kebijakan Kantong Plastik Berbayar

Dalam Kotler dan Keller (2009) terdapat lima tahapan dalam proses pengambilan keputusan konsumen yaitu: mengenai masalah, mencari informasi, mengevaluasi alternatif, memutuskan pembelian dan melakukan tindakan setelah pengambilan keputusan. Pada tahap memutuskan pembelian terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi antara maksud pembelian dan keputusan pembelian, faktor tersebut adalah sikap orang lain dan situasi yang tidak dapat diantisipasi. Kedua faktor tersebut dapat muncul secara tiba-tiba dalam mengubah minat dan niat pembelian.

Sedangkan dalam keputusan pembelian terdapat tujuh komponen yang mempengaruhi yaitu: jenis, merek, bentuk, penjual, kuantitas, waktu pembelian dan cara pembayaran produk. Menurut Swastha dan Handoko (2013) mengemukakan bahwa keputusan dalam membeli yang diambil oleh pembeli itu adalah merupakan kumpulan dari berbagai keputusan.

Dalam kebijakan kantong plastik berbayar konsumen diharuskan membeli kantong plastik yang akan mereka gunakan. Adapun beberapa hal yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan untuk membeli atau menggunakan kantong plastik diantaranya yaitu:

1. *Environmental Awareness*

Kesadaran lingkungan sebagai salah satu cara untuk memahami kondisi lingkungan dan akan pentingnya perlindungan akan hal itu. Kesadaran lingkungan dapat dimulai dengan memahami gerakan lingkungan atau biasa disebut environmentalisme (*environmentalism*) yaitu suatu pandangan ekologi yang membangkitkan kebutuhan akan tanggung jawab manusia dalam menghormati, melindungi, dan melestarikan bumi dari kegiatan yang dilakukan (www.pachmama.org). Konsumsi produk yang ramah lingkungan saja tidak cukup dalam mendukung pengembangan pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Konsumen mulai sadar untuk mendukung kelestarian lingkungan dengan menggunakan kekuatan daya beli mereka dengan tanggung jawab dalam mengkonsumsi. Kecenderungan untuk menggunakan produk yang ramah lingkungan

menjadi populer dikalangan konsumen. Dalam hal ini, konsumen yang bertujuan untuk melindungi diri mereka sendiri dan lingkungan dengan kekuatan daya beli mereka diidentifikasi sebagai konsumen hijau (*green consumers*) (Boztepe, 2012). Menurut Barr dan Gilg dalam Suki (2013) mengemukakan bahwa individu yang berkomitmen dan menghargai lingkungan cenderung mengedepankan kepentingan yang lebih tinggi pada isu-isu lingkungan, mereka mengekspresikan tanggung jawab pribadi dan kewajiban moral berdasarkan kesadaran akan pentingnya menjaga lingkungan dari kegiatan manusia.

2. *Green Product Feature*

Suatu produk harus mempunyai kelebihan dari produk yang lain baik dari segi desain, kualitas, ukuran, bentuk, pelayanan, kemasan, garansi dan rasa agar dapat menarik minat konsumen dalam mempertimbangkan dan membeli produk tersebut. Menurut Kotler dan Armstrong (2001) produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dipertimbangkan, dibeli, dikonsumsi untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Beberapa atribut yang melekat dan melengkapi produk diantaranya (karakter atribut produk) yaitu merek (*branding*), pengemasan (*packing*), dan kualitas produk (*product quality*). Menurut pendapat John Elkington (Octaviani, 2011) menyebutkan bahwa kriteria yang dapat digunakan untuk menentukan suatu produk ramah atau tidak terhadap lingkungan yaitu:

- a. Bahaya suatu produk bagi kesehatan makhluk hidup dan lingkungan.
- b. Tingkat kerusakan lingkungan selama produksi, digunakan dan dibuang sebagai sampah.
- c. Konsumsi energi selama produksi, digunakan dan dibuang sebagai sampah.
- d. Efisiensi produksi terhadap limbah yang dihasilkan dalam proses produksi dan konsumsi suatu produk.
- e. Penggunaan material dalam suatu produk.

Dalam hal peningkatan variasi produk untuk mendukung pengembangan pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) dapat menerapkan dasar-dasar dalam memproduksi produk, yaitu:

- a. Produk merupakan hasil dari daur ulang (*recycle*)
- b. Sampah produk dapat digunakan kembali (*reuse*)
- c. Efisiensi dalam memproduksi
- d. *Green packing*
- e. Terbuat dari *green material*
- f. Produk tersertifikasi *green label*
- g. Terbuat dari bahan organi

Fitur pada produk merupakan sarana kompetitif sebagai pembeda produk yang satu dengan lainnya (Kotler dan Armstrong, 2008).

Pelabelan pada produk mempunyai tujuan dalam menyampaikan informasi kepada konsumen sebagai atribut produk (Kotler, 2001). Misalnya *eco-label* pada produk untuk mempermudah persepsi dan meningkatkan kesadaran akan aspek produk yang ramah lingkungan. *Eco-label*, *eco-product*, *eco-brand* dan *environmental advertisement* dapat memberikan kemudahan konsumen untuk membeli produk yang ramah terhadap lingkungan (Delafrooz et. all., 2014)

3. *Green Product Price*

Harga merupakan elemen yang penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli suatu produk. Harga dapat membenuk interpretasi konsumen terhadap kualitas suatu produk. Environmentalist rela untuk membayar dengan harga lebih mahal untuk sebuah produk ketika mereka memiliki persepsi tambahan terhadap produk. Nilai tambah sebuah produk dapat disebabkan oleh persepsi produk yang dipersepsikan (Haryadi, 2009). Kualitas secara objektif (*objective quality*) dapat didefinisikan sebagai komponen yang dapat diukur dan dikualifikasikan dalam produk dibandingkan dengan produk umum yang dapat dibuat. Sedangkan secara persepsi kualitas (*perceived quality*) didefinisikan sebagai keputusan konsumen tentang keunggulan dari suatu produk

(Zaithami dalam Haryadi, 2009). Harga merupakan salah satu komponen penting yang dipertimbangkan konsumen. Harga sebagai komponen dapat diartikan bahwa harga merupakan konsep keanekaragaman yang mempunyai arti berbeda bagi tiap konsumen, tergantung karakteristik konsumen, kondisi dan produk (Mowen dan Minor, 2002). Pada tingkat harga tertentu konsumen dapat merasakan manfaat yang mereka dapatkan sebanding atau bahkan lebih tinggi dari uang yang mereka belanjakan, dalam produk yang ramah lingkungan, banyak konsumen menganggap bahwa *green product* memiliki nilai lebih dan manfaat yang baik bagi dirinya sendiri dan bumi karena berasal dari bahan-bahan yang tidak merusak lingkungan. Alasan tersebut, konsumen yang memilih *green product* menganggap bahwa pengobanan uang yang dikeluarkan sebanding dengan manfaat jangka panjang yang diterima. Konsumen mulai mencari kesempatan untuk mengurangi dampak lingkungan terhadap pembeliannya dengan membeli *green product*.

4. Green product promotion (informasi produk ramah lingkungan)

Menurut Kotler dan Armstrong (2001), promosi adalah kegiatan-kegiatan dalam mengkomunikasikan keunggulan suatu produk untuk mengajak konsumen membeli produk tersebut. Promosi merupakan komponen yang sering digunakan untuk menginformasikan dan mempengaruhi pasar bagi suatu produk (Octaviani, 2011). Kegiatan promosi melibatkan penjualan itu sendiri, periklanan, usaha penjualan, hubungan dengan masyarakat, dan pemasaran secara langsung (Kotler dan Keller, 2009). Periklanan (*advertising*) adalah semua bentuk terbayar dari presentasi non-pribadi dan promosi barang, ide dan jasa. Bentuk promosi melalui iklan bisa menjadi cara yang baik dari segi biaya untuk menyampaikan pesan, dengan tujuan membangun preferensi merek dan mengedukasi. Secara umum promosi penjualan akan menawarkan insentif untuk membeli, sedangkan dalam iklan menawarkan alasan untuk membeli. Meningkatnya *green movement* secara global dan meningkatnya perhatian publik terhadap masalah-masalah lingkungan, banyak perusahaan telah memilih *environmental*

advertisement melalui berbagai media elektronik atau media cetak sebagai metode untuk memperkenalkan produk mereka kepada konsumen yang mempunyai tanggung jawab terhadap lingkungan. Tujuan *environmental adverstisemnt* adalah sebagai pengaruh dalam perilaku pembelian konsumen untuk mendorong mereka dalam membeli produk yang pro-lingkungan dan untuk mengarahkan perhatian mereka terhadap dampak positif dari perilaku pembelian mereka, untuk diri sendiri maupun untuk lingkungan (Rahbar dan Wahid, 2011). Berbagai bentuk pemasaran dalam meningkatkan dan memotivasi pelanggan untuk bergerak dari produk konvensional ke produk yang ramah lingkungan melalui iklan interaktif dan kampanye yang berbeda (Golkanda dalam Hussain, 2014). Pesan perusahaan mengenai tanggung jawab mereka terhadap lingkungan melalui produk dan kemasan yang ramah lingkungan. Davis dalam Rahbar dan Wahid (2011) menerangkan bahwa *environmental advertising* dari perusahaan biasanya mengandung tiga elemen yaitu pertama iklan dengan pernyataan kekhawatiran perusahaan terhadap lingkungan. Kedua iklan mendeskripsikan cara perusahaan telah merubah prosedur untuk menunjukkan perhatian dan dedikasi dalam memperbaiki lingkungan. Ketiga iklan mendeskripsikan upaya dalam kepedulian lingkungan dimana perusahaan terlibat dalam kegiatan dan hasilnya. *Green adverstiment* mampu memberikan persepsi kepada konsumen terhadap nilai-nilai *green product* dan memanfaatkan nilai-nilai tersebut dalam keputusan membeli *green product*.

BAB. 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Metode penelitian merupakan faktor penting dalam melakukan suatu penelitian, metode penelitian adalah usaha dalam mencari, menemukan, mengembangkan dan menguji suatu kebenaran informasi dan pengetahuan melalui cara-cara yang sistematis dan ilmiah. Oleh karenanya dalam mendesain suatu penelitian metode merupakan kunci untuk melakukan penelitian. Jenis dan pendekatan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini untuk mengeksplorasi detail-detail dan karakteristik individu maupun kelompok melalui wawancara mendalam (*in depth interview*). Data yang diperoleh dari hasil wawancara akan diolah dengan analisis deskriptif yaitu penggambaran dengan kata-kata secara terperinci dan jelas (KBBI, 2001) dalam menginterpretasi hasil wawancara dengan informan dalam penelitian ini. Sifat penelitian ini adalah *ex post facto* dengan tujuan menemukan penyebab-penyebab yang kemungkinan menjadi dasar dalam perubahan perilaku, indikasi dan fenomena yang terjadi pada suatu peristiwa dalam penelitian ini. Secara langsung maupun tidak langsung adanya suatu peristiwa akan mempengaruhi perilaku individu maupun kelompok dalam menyikapi dan bertindak.

3.2. Lokasi Penelitian

Penentuan lokasi dalam penelitian kebijakan kantong plastik berbayar ini dilakukan secara *purposive* atau disengaja yaitu kota Semarang. Kota ini merupakan satu dari dua puluh tiga kota yang menerapkan kebijakan. Dalam menentukan lokasi penelitian beberapa hal yang perlu dipertimbangkan adalah teori, substansi, observasi lapangan untuk menemukan kesesuaian fakta dan keterbatasan geografis serta kepraktisan seperti waktu, biaya dan tenaga (Moleong, 2004). Dengan jumlah penduduk yang besar tersebut akan secara langsung mempengaruhi *output* sampah yang dihasilkan dan daya tampung Tempat Pemrosesan Akhir (TPA) yang menjadi tempat berakhirnya sampah-sampah rumah tangga perkotaan.

3.3. Fokus Penelitian

Dalam penelitian kualitatif permasalahan yang akan diteliti dan dikaji dinamakan fokus. Tujuan dari fokus penelitian adalah memudahkan peneliti dalam memusatkan proses penelitian dan kajian untuk ditarik kesimpulannya. Permasalahan adalah situasi yang bersumber dari hubungan antara berbagai faktor yang menyebabkan situasi menjadi membingungkan (Guba dan Moleong, 1996). Dengan fokus penelitian peneliti membatasi hasil temuan dengan ranah penelitian, sehingga dapat diketahui secara mendalam hasil temuan yang perlu dimasukan sebagai data hasil penelitian. Selain itu dengan menetapkan fokus penelitian adalah sebagai pemandu dalam mengarahkan jalannya penelitian agar jalannya penelitian tidak terdistorsi dengan hal-hal yang tidak menjadi fokus dalam penelitian. Maksud utama dalam fokus penelitian adalah untuk membatasi *inquiry* dan sebagai kriteria untuk memenuhi inklusi-eksklusi informasi baru dari temuan dilapangan.

Merujuk pada pengertian fokus penelitian diatas adapun hal-hal yang akan dijadikan fokus dalam penelitian ini yaitu implementasi kebijakan kantong plastik berbayar, peranan pelaksana kebijakan yaitu pemerintah daerah dan ritel, perilaku kelompok sasaran kebijakan khususnya konsumen, dan faktor yang mendukung dan menghambat dalam pelaksanaan implementasi kebijakan kantong plastik berbayar yang ada dikota Semarang.

3.4. Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh peneliti secara langsung dilapangan melalui observasi lapangan dan wawancara kepada informan. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti melalui kajian dokumen, telaah pustaka, dan perkembangan teori-teori melalui kajian jurnal terbaru yang terkait dengan implementasi kebijakan kantong plastik berbayar yang dilaksanakan di kota Semarang.

Sumber data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi.

1. Observasi

Observasi adalah pengamatan langsung terhadap objek yang akan diteliti. Observasi merupakan pengumpulan data dengan terjun langsung dilapangan untuk mengetahui kondisi, ruang, dan kinerja suatu objek penelitian (Satori, 2009). Observasi merupakan data awal untuk dibandingkan dengan hasil sumber lain.

2. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data secara bertemu langsung maupun tidak langsung dengan informan untuk menggali berbagai informasi yang diperlukan dalam penelitian. Pengumpulan data melalui panduan wawancara terstruktur/tidak terstruktur ataupun kuesioner yang telah disiapkan. Wawancara merupakan pertemuan dengan informan untuk bertukar pikiran, ide, dan informasi melalui tanya jawab sehingga dapat disusun makna dalam topik tanya jawab wawancara tersebut (Sugiyono, 2009). Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *puposive*.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan penelusuran dokumen terkait dengan kebijakan kantong plastik berbayar. Dokumen adalah catatan kegiatan mengenai peristiwa yang telah terjadi, studi dokumen bertujuan untuk melengkapi observasi dan wawancara. Tahap selanjutnya dalam dokumentasi adalah melakukan tabulasi silang antara dokumen dan hasil observasi dan wawancara dengan menggunakan teknik triangulasi yaitu pemeriksaan kesahihan data dengan memanfaatkan sesuatu yang lain sebagai pembanding terhadap data yang dikumpulkan Sugiyono (2009).

3.5. Fenomena Penelitian

No	Tujuan Penelitian	Fenomena	Variabel	Sumber Data/Informan	Metode
1	Menganalisis implementasi kebijakan kantong plastik berbayar.	Implementasi kebijakan kantong plastik berbayar di kota Semarang	a.Pelaksanaan, b.Implementor, c.Kelompok sasaram, dan d.Manfaat	Dinas Lingkungan Hidup (DLH) kota Semarang dan Ritel	Telaah pustaka, Observasi dan Wawancara
2	Menganalisis perilaku konsumen dalam menyikapi kebijakan kantong plastik berbayar.	Perilaku konsumen	1. <i>Environmental Awarness</i> 2. <i>Green Product Features</i> 3. <i>Green Product Price</i> 4. <i>Green Product Promotion</i>	Konsumen	Observasi dan Wawancara
3	Menganalisis faktor-faktor yang menjadi penghambat dan pendukung kebijakan kantong plastik berbayar.	Faktor-faktor yang mempengaruhi	a. Komunikasi, b. Sumber-sumber, c. Kecenderungan-kecenderungan, dan d. Struktur birokrasi	Dinas Lingkungan Hidup (DLH) kota Semarang Ritel, Konsumen	Telaah pustaka, Observasi dan Wawancara

3.6. Informan Penelitian

Pemilihan informan dalam penelitian ini dilakukan dengan metode purposive sampling. Penentuan informan yang dilakukan secara purposive menurut David (2004) adalah tidak ada jumlah minimal sepanjang informan yang dipilih memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam bidang yang diteliti. Informan adalah perwakilan dari tiap-tiap populasi yang terkait dengan kebijakan kantong plastik berbayar. Informan dalam penelitian ini adalah seseorang yang merupakan bagian dari pelaksana kebijakan yaitu pemerintah daerah dan pelaku usaha (ritel) dan kelompok sasaran kebijakan yaitu konsumen (masyarakat).

Informan dalam penelitian kualitatif yaitu informan penelitian yang memahami informasi tentang fokus penelitian. Pemilihan informan harus melalui kriteria-kriteria tertentu agar informasi yang didapat bermanfaat untuk digunakan sebagai data penelitian untuk diolah. Terdapat kriteria untuk menggolongkan informan penelitian yaitu informan harus memiliki kriteria untuk dipertimbangkan sebagai informan (Spradley; Moleong, 2004).

1. Informan yang intensif menyatu dengan suatu kegiatan yang menjadi sasaran dan perhatian dalam penelitian. Ditandai dengan kemampuan memberikan informasi secara gamblang diluar kepala tentang pernyataannya.
2. Informasi yang terikat secara penuh dan aktif pada lingkungan kegiatan yang menjadi sasaran penelitian.
3. Informan mempunyai waktu dan kesempatan untuk dimintai informasi
4. Informan yang dalam memberikan informasi tidak cenderung diolah atau dikemas dahulu dan natural dalam memberikan keterangan yang digali peneliti.

Berdasarkan kriteria diatas peneliti menentukan dan mencari informan yang memenuhi kriteria tersebut, informan yang peneliti tentukan merupakan orang-orang yang terlibat secara penuh didalam kebijakan kantong plastik berbayar yaitu pemerintah daerah, ritel dan konsumen. Mereka adalah bagian dari adanya kebijakan kantong plastik berbayar ini. Jumlah informan mempertimbangkan tingkat kejenuhan (*saturated level*) yang menurut peneliti akan tercapai dengan

perkiraan jumlah tersebut, dalam pelaksanaan penelitian peneliti menggunakan teknik *key person*. Teknik tersebut digunakan karena peneliti sudah memahami informasi pendahuluan tentang objek penelitian maupun informan penelitian sehingga peneliti membutuhkan *key person* untuk melakukan observasi dan wawancara. *Key person* dalam penelitian ini adalah informan formal maupun informal yang bersedia untuk diwawancarai dalam memberikan informasi terkait topik penelitian yang akan dikaji (Bungin, 2007)

Tabel 2. Kriteria Informan dan Responden

Informan/Responden	Kriteria
Ritel/Pelaku Usaha	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Toko/ ritel yang berada dibawah asosiasi pengusaha ritel Indonesia (APRINDO) ✓ Toko/ritel yang berpartisipasi dalam kebijakan kantong plastik berbayar ✓ Berlokasi di wilayah administratif kota Semarang
Konsumen	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tinggal dan menetap di kota Semarang ✓ Baru saja bertransaksi di ritel ✓ Bersedia diwawancarai secara mendalam akan penelitian yang dilakukan yaitu terkait kebijakan kantong plastik berbayar

3.7. Instrumen Penelitian

Menurut Ibrahim (2015) istilah instrumen digunakan untuk menyebut dan mengidentifikasi alat yang dipakai dalam penelitian, alat yang melekat pada peran peneliti yang disebut instrumen (*key instrument*), maupun alat yang terpisah dengan peneliti, yang berifat keras (*hard instrument*) maupun lunak (*soft instrument*). Lebih lanjut dikatakan dalam penelitian kualitatif proses dan hasil penelitian sangat bergantung pada instrumen utama penelitian yaitu peneliti itu sendiri. Peneliti mempunyai peran yang sangat besar dalam suatu proses penelitian kualitatif. Peneliti menentukan semuanya baik dalam mencari, menginterpretasi, memaknai dan menyimpulkan data hasil penelitian untuk

disimpulkan maknanya. Hal ini menjadikan peneliti sebagai alat utama (*key instrument*) dalam penelitian dengan pendekatan kualitatif, instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah panduan wawancara sebagai panduan dalam pengumpulan data lapangan melalui teknik wawancara, kelengkapan catatan di lapangan (perekam, buku dan pulpen), serta alat dokumentasi yaitu kamera foto.

3.8. Analisis Data

Sumber analisis data dalam penelitian ini berasal dari data kualitatif baik primer maupun sekunder, berarti peneliti menganalisis data berupa bahan yang didapatkan dari penelitian dan informasi yang diberikan oleh informan, kemudian membahas dan menguraikannya baik yang bersifat umum kemudian ditarik suatu kesimpulan (Sugiyono, 2011). Teknik analisis dilakukan sebelum memasuki observasi lapangan, selama dilapangan dan setelah dilapangan. Analisis dimulai dari merumuskan dan menjelaskan permasalahan, sebelum terjun lapangan dan berlangsung terus sampai hasil penelitian disimpulkan, analisis sebelum dilapangan dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan yang akan dipakai untuk menentukan fokus dan fenomena dalam penelitian ini. Analisis data diolah pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode waktu tertentu. Miles dan Hoberman (1984) menyatakan bahwa aktifitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai kesimpulan sehingga datanya sampai jenuh. Ukuran kejenuhan data yaitu ditandai dengan tidak ada data lagi atau informasi baru.

Menurut Sutopo (2002) dalam model analisis interaktif peneliti bergerak dalam tiga komponen analisis selama kegiatan pengumpulan data dilakukan sampai dengan kegiatan tersebut benar-benar selesai, ketiga komponen tersebut meliputi reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), pengumpulan dan penarikan kesimpulan (*conclusion and verification*). Penjelasan dari tahap-tahap tersebut dijabarkan sebagai berikut.

1. Reduksi

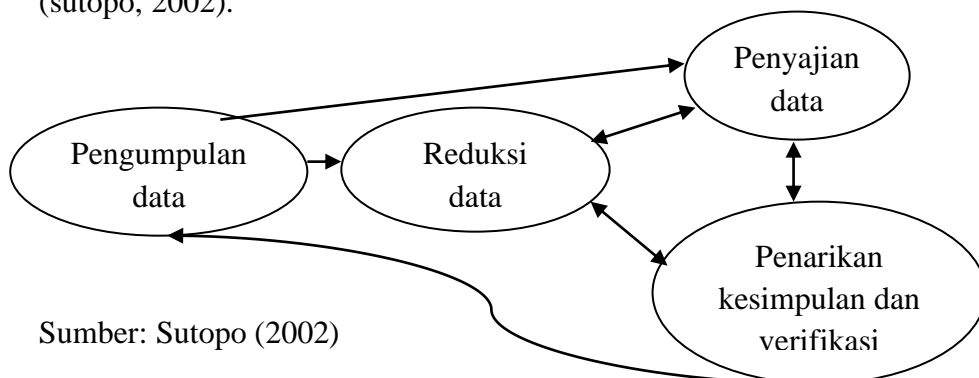
Reduksi data untuk mempermudah dalam menganalisis data penelitian, reduksi data sangat diperlukan. Reduksi adalah tahap pertama dalam analisis data penelitian tujuan pada tahap ini adalah untuk mempertegas, memfokuskan, dan menyortir data penelitian yang tidak relevan dan mengatur data penelitian sedemikian rupa sehingga penarikan kesimpulan penelitian dapat dilakukan.

2. Penyajian

Penyajian data adalah tahap penyajian informasi, mendeskripsikan dalam bentuk gambar/skema, tabel, narasi, matriks, grafik maupun tabel yang disusun secara sistematis dan logis agar mudah dilihat, dibaca, dan juga dipahami untuk mempermudah penarikan kesimpulan.

3. Penarikan kesimpulan dan verifikasi

Setelah tahapan reduksi dan penyajian data, tahap penarikan kesimpulan merupakan tahap selanjutnya yang dilakukan peneliti. Setelah semua tahapan disusun dan dipahami dengan baik dilakukan tahap penarikan kesimpulan dan verifikasi. Tahap penarikan kesimpulan akan dilakukan setelah pengumpulan data berakhir. Agar kecukupan data dan hasil penelitian dapat benar-benar menyeluruh. Tahapan selanjutnya adalah verifikasi data pada tahapan ini merupakan proses pengujian validasi data supaya kesimpulan penelitian menjadi lebih kuat dan dapat dipercaya (sutopo, 2002).



Gambar 8 Model Analisa Interaktif

Ketiga komponen dalam gambar 7 tersebut berinteraksi dengan proses dalam pengumpulan data sehingga akan membentuk suatu siklus. Apabila dalam penelitian data yang dikumpulkan dirasa cukup kuat untuk mendukung proses analisisnya maka dapat disusun pertanyaan baru untuk mengumpulkan data kembali sampai penarikan kesimpulan akhir dilakukan sehingga analisis data yang akan dihasilkan mencukupi.

3.9. Validitas Data

Validitas sebuah data merupakan konsep penting yang diperbaharui dari konsep kesahihan suatu penelitian, supaya kredibilitas data terpenuhi, meskipun memerlukan waktu yang dirasa lama dalam melakukan pengamatan yang intensif dengan tujuan untuk membuktikan bahwa permasalahan yang diteliti telah sesuai dengan apa yang terjadi dilapangan. Dalam validitas data terdapat beberapa teknik yang akan dipakai dalam penelitian ini yaitu antara lain :

1. Teknik Triangulasi

Teknik ini merupakan teknik pemeriksaan data dengan memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pencocokan dan sebagai pembanding terhadap data-data tersebut. Dalam teknik ini yang digunakan peneliti yaitu untuk membandingkan hasil observasi dengan wawancara, hal ini untuk membandingkan apa yang dilihat, didengar dan dirasakan oleh peneliti dalam observasi, sehingga hasil penelitian tidak bertolak belakang dengan fakta dan realitas yang terjadi dilapangan. Pengecekan dalam teknik ini merupakan pengecekan data dari sumber dengan berbagai macam cara dan berbagai waktu. Menurut Sugiyono (2009) terdapat tiga jenis teknik triangulasi yang harus dilalui yaitu :

- a. Triangulasi sumber yaitu tahap pengecekan data yang telah diperoleh melalui berbagai sumber yang dapat dipercaya, baik itu observasi, pustaka, dan wawancara.
- b. Triangulasi teknik yaitu tahap keabsahan data diujikan dengan cara mengecek data kepada informan dengan berbagai teknik.

c. Triangulasi waktu yaitu memilih waktu yang tepat untuk mewancarai informan agar tercipta kondisi yang nyaman bagi informan sehingga hasil wawancara lebih valid, karena dalam setiap waktu tertentu pendapat yang diutarakan konsumen akan berbeda-beda, sehingga pemilihan waktu dan lokasi saat wawancara harus diperhitungkan.

2. Pengecekan Anggota

Pengecekan anggota adalah proses pengecekan data yang didapat peneliti kepada pemberi data, tujuan utama dari pengecekan member adalah untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh apakah sudah sesuai dengan apa yang telah diberikan oleh pemberi data. Supaya informasi yang didapat bisa digunakan dalam penulisan laporan hasil penelitian sesuai dengan apa yang dimaksud sumber data/informan. Pelaksanaan pengecekan anggota dapat dilakukan setelah satu periode pengumpulan data selesai, atau ketika setelah mendapat suatu temuan maupun kesimpulan baru.

3. Kecukupan Referensi

Dengan kecukupan referensi ini digunakan sebagai alat untuk menampung dan menyesuaikan dengan kritik tertulis untuk keperluan evaluasi. Dalam penelitian ini hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi ataupun data yang diperoleh dari sumber lainya akan dibandingkan dengan tingkat kesesuaian referensi yang telah ada sebelumnya.

3.10. Analisis SWOT

Dalam memberikan sebuah alternatif rekomendasi yang dapat diaplikasikan dalam kebijakan kantong plastik berbayar dikota Semarang digunakan teknik SWOT yang intinya adalah usaha dalam mengidentifikasi semua hal yang menjadi faktor *internal* (kekuatan dan kelemahan) dan faktor *eksternal* (peluang dan ancaman) yang dimiliki oleh kebijakan itu sendiri. Analisis SWOT digunakan untuk membandingkan antara faktor internal dan eksternal. Kemudian dilakukan pembobotan dan skoring pada masing-masing faktor. Faktor internal kedalam matrik IFAS (*internal strategy factor anlysis summary*) dan faktor eksternal

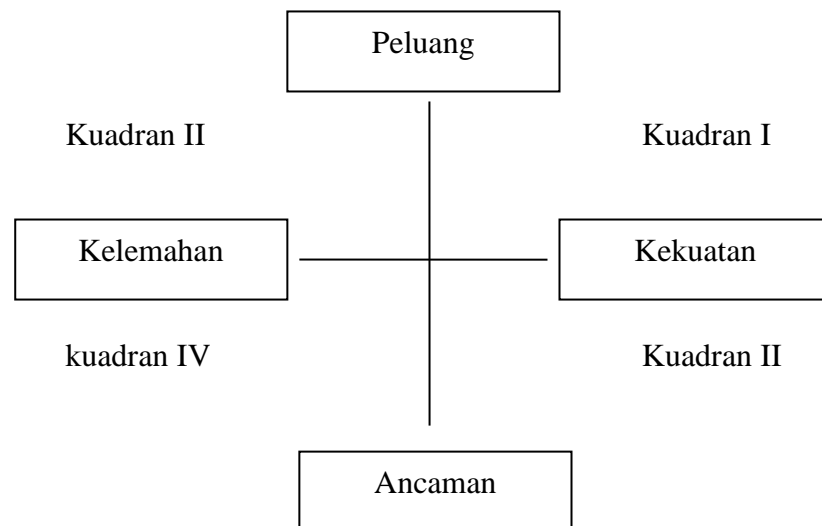
kedalam matrik efas (*external strategy factor analysys summary*). Tabel matrik IFAS/EFAS tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 3 Matrik IFAS/EFAS

Faktor Internal/Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan/Peluang			
Kelemahan/Ancaman			
Skor IFAS/EFAS			

Sumber: Rangkuti, 2006

Setelah didapatkan skor masing-masing faktor dalam pembobotan pada matrik IFAS/EFAS kemudian dilakukan plotting ke dalam matrik *grand strategy*. Untuk mengetahui posisinya kedalam kuadran. Matrik *grand strategy* tersebut dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 9 Kuadran IFAS/EFAS

Setelah matrik grand strategy, matrik strategi *internal* dan *eksternal* (IE) disusun selanjutnya dimasukan kedalam matrik SWOT seperti tabel berikut.

Tabel 4 Matrik SWOT

	Strengths	Weakness
Threats	<p>ST</p> <p>Memanfaatkan potensi untuk menghadapi ancaman</p>	<p>WT</p> <p>Meminimalkan kelemahan untuk menghadapi ancaman</p>
Opportunities	<p>SO</p> <p>Memanfaatkan potensi untuk meraih peluang</p>	<p>WO</p> <p>Mengatasi kelemahan untuk meraih peluang</p>

Sumber: Rangkuti, 2006

Lebih lanjut berdasarkan pada gambar 9 diatas, Rangkuti (2006) menjabarkan strategi matrik SWOT sebagai berikut:

- a. Strategi ST (*Strength-Threat*): menggunakan kekuatan untuk menghindari dan mengatasi ancaman.
- b. Strategi WT (*Weakness-Threat*): mencegah dan meminimalisir kelemahan dan menghindari ancaman.
- c. Strategi SO (*Strength-Opportunity*): memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk mengambil peluang yang ada.
- d. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*): memanfaatkan peluang untuk mengatasi kelemahan.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1. Kondisi Geografi

Secara umum kota Semarang terbagi menjadi dua wilayah, yaitu wilayah Semarang atas dan bawah. Karakteristik Semarang atas terdiri dari perbukitan sedangkan Semarang bawah terdiri dari dataran yang landai. Lokasi penelitian ini dilakukan di kota Semarang yang sekaligus juga ibukota administratif provinsi Jawa Tengah. Total luas kota Semarang adalah 373 km². Secara administratif kota Semarang terdiri dari 16 kecamatan dan 177 kelurahan. Kecamatan Mijen merupakan kecamatan terluas dengan luas 57 km² yang terletak di wilayah Semarang atas, sedangkan kecamatan dengan luas terkecil adalah kecamatan Semarang Selatan dengan luas 6 km² yang terletak di Semarang bawah. Dalam pemrosesan sampah akhir kota Semarang memiliki satu Tempat Pemrosesan Akhir (TPA) yang masih aktif yaitu TPA Jatibarang yang terletak di kecamatan Mijen. Luas area buang TPA Jatibarang adalah 27, 64 ha.

4.1.2. Kondisi Demografi

Adapun jumlah penduduk yang tinggal di Kota Semarang dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5 Jumlah Penduduk Kota Semarang Tahun 2017

Kecamatan	Jenis Kelamin		Total
	Laki-laki	Perempuan	
Semarang Tengah	29.518	31.840	61.358
Semarang Barat	79.275	81.208	160.483
Semarang Utara	61.625	63.508	125.133
Semarang Timur	35.952	38.041	73.993
Gayamsari	36.693	36.889	73.582
Gajah Mungkur	29.930	30.579	60.509
Genuk	55.089	54.489	109.578
Pedurungan	95.140	95.899	191.039
Candisari	40.053	41.184	81.237
Banyumanik	69.321	70.505	139.826
Gunungpati	45.863	45.416	91.279
Tembalang	87.882	87.963	175.845

Tugu	16.571	16.268	32.839
Ngaliyan	68.428	68.821	137.249
Mijen	35.264	35.149	70.413
Semarang Selatan	36.569	37.620	74.189
Total	823.173	835.379	1.658.552

Sumber: <http://dispendukcapil.semarangkota.go.id/statistik/jumlah-penduduk-kota-semarang/2017-12-20>

Dilihat pada tabel 5 diatas menunjukkan bahwa jumlah penduduk terbesar berada di Kecamatan Pedurungan, yaitu 191.039 jiwa dan jumlah penduduk terendah yaitu Kecamatan Tugu, sebanyak 32.839 jiwa. Dari data jumlah penduduk tersebut selanjutnya dapat diketahui kepadatan penduduk Kota Semarang. Adanya data mengenai jumlah dan kepadatan penduduk tersebut dapat dijadikan sebagai salah satu faktor dalam menentukan perkembangan Kota Semarang.

4.1.3. Persebaran Pasar Modern Di Kota Semarang

Tabel 6 Persebaran Pasar Modern di Semarang

No	Kecamatan	Pasar Modern				Jumlah Pasar
		H	S	M	P	
1.	Genuk	0	0	8	3	11
2.	Gunungpati	0	0	7	9	16
3.	Pedurungan	1	3	44	51	99
4.	Semarang Selatan	3	2	18	40	63
5.	Semarang Tengah	4	3	11	51	69
6.	Banyumanik	3	2	28	41	74
7.	Candisari	0	1	8	19	28
8.	Gayamsari	0	1	4	14	19
9.	Mijen	0	0	8	11	19
10.	Ngaliyan	0	2	14	29	45
11.	Semarang barat	0	4	23	34	61
12.	Semarang Timur	0	1	11	17	29
13.	Semarang Utara	0	0	10	20	30
14.	Tembalang	0	0	29	80	109
15.	Tugu	0	1	6	7	14
16.	Gajahmungkur	0	3	15	19	37
	Jumlah Total	11	23	224	445	723

Sumber: https://bappeda.semarangkota.go.id/uploaded/publikasi/Pola_Perpasaran.pdf

Tabel 6 merupakan tabel persebaran toko modern di kota Semarang. Jumlah toko modern di Semarang menurut tabel 6 tersebut adalah 723. Tabel di atas terdiri dari berbagai jenis toko modern yaitu H: Hypermarket, S: Supermarket, M: Minimarket dan P: Pertokoan. Setiap ritel tersebut menyediakan kantong plastik sebagai kantong pembawa ketika konsumen melakukan transaksi di ritel modern tersebut.

Dari observasi lapangan peneliti, beberapa ritel dalam tabel 6 kebanyakan toko modern di Semarang menggunakan satu jenis kantong plastik yang sama. Kebanyakan toko tidak mempunyai jenis kantong plastik yang berbeda, hanya ukuran kantong plastik saja yang berbeda. Hanya beberapa toko/supermarket yang menyediakan alternatif pembawa barang belanjaan secara gratis selain kantong plastik yaitu Superindo dan ADA Swalayan. Kasir biasanya akan menawarkan kardus kepada konsumen jika konsumen berbelanja dalam jumlah besar sebagai alternatif tas kantong plastik. Beberapa supermarket konsisten menerapkan harga kebijakan kantong plastik. Selain untuk mengindahkan himbuan, toko juga konsisten untuk mengedukasi masyarakat dengan menjual tas alternatif pengganti kantong plastik yaitu tas belanja yang berbahan selain plastik didekat kasir ketika konsumen akan melakukan transaksi pembayaran.

4.1.4. Jenis dan Ukuran Kantong Plastik

Secara umum jenis dan kantong plastik yang beredar di Semarang merupakan jenis LLPDE (*Low Linear Density Polyethylene*) atau sering dikenal dengan nama kantong plastik PE (Polyethylene), dengan ciri lentur/elastis, tahan terhadap benturan, agak buram dan transparan, kedap air, bersih dan tidak berbau ketika baru. Beberapa ukuran yang ditemui dalam observasi lapangan yaitu mulai 15 cm s.d. 50 cm dengan ketebalan 0,01 dan 0,03 mm. Beberapa ritel misalnya ritel Alfamart dan Indomaret mengidentifikasi ukuran kantong plastik mereka dengan sebutan S, M, dan L. Terdapat beragam warna kantong plastik yang disediakan baik ritel modern atau tradisional warna kantong plastik yang sering dijumpai peneliti di lapangan yaitu warna hitam, merah, biru, kuning, putih, dll.

Baik ritel tradisional dan modern sampai saat ini masih menyediakan kantong plastik. Pada ritel tradisional umumnya kantong plastik yang diberikan adalah berwarna hitam, biru, merah, kuning, dll dan tidak mempunyai merek pada bagian depan kantong plastiknya. Sedangkan kebanyakan jenis kantong plastik yang disediakan ritel modern seperti Alfamart, Indomaret, Matahari Department Store, Hypermart, Carrefour, ADA Swalayan, Superindo dll adalah berwarna dasar putih meskipun ada warna lain dengan ciri-ciri mempunyai merek pada bagian depannya dan berjenis *oxium* (*oxi degradable*) yang menurut keterangan di kantong plastik tersebut adalah ramah lingkungan dan mudah terurai (*biodegradable*). Pada bagian depan kantong plastik ritel modern juga mencantumkan kode SNI. Terdapat dua SNI untuk kantong plastik yaitu SNI 7188:2014 untuk kantong plastik yang mudah terurai dan 7188:2016 untuk kriteria ekolabel. Banyak konsumen yang menganggap plastik berjenis *oxium* yang disediakan oleh ritel modern memang ramah lingkungan. Menurut peneliti LPTB (Loka Penelitian Teknologi Bersih) Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) Akbar Hanif Dawam Abdullah menjelaskan mengenai jenis plastik tersebut pada dasarnya plastik tersebut *oxium* merupakan jenis plastik yang sama dengan PP (Polypropylene) dan PE (Polyethylene) pada umumnya, pada jenis plastik *oxium* hanya ditambahkan senyawa tertentu yang menyebabkan plastik tersebut dapat hancur. Meskipun demikian polimer didalamnya tetap ada. Perbedaan dengan terurai adalah plastik dapat kembali ke unsur alam yaitu CO₂ dan H₂O yang tidak mengandung rantai polimer. Sehingga jenis plastik ini tidak dapat dikatakan *biodegradable*. Oleh karena itu penangannya juga memerlukan kontrol penuh untuk memastikan tidak ada partikel-partikel dari kantong plastik tersebut mencemari air dan tanah karena dampak yang ditimbulkan hampir sama dengan jenis plastik konvensional (dikutip dari <https://www.pikiran-rakyat.com/nasional/2019/07/30/plastik-oxium-aman-ini-penjelasan-peneliti-lipi> tgl 1 Agustus 2019 pukul 11.30).



Gambar 10 Kantong Plastik Dari Non-Ritel Modern



Gambar 11 Kantong Plastik Ritel Modern

4.1.5. Kronologis Penerapan Kebijakan Kantong Plastik Berbayar di Indonesia

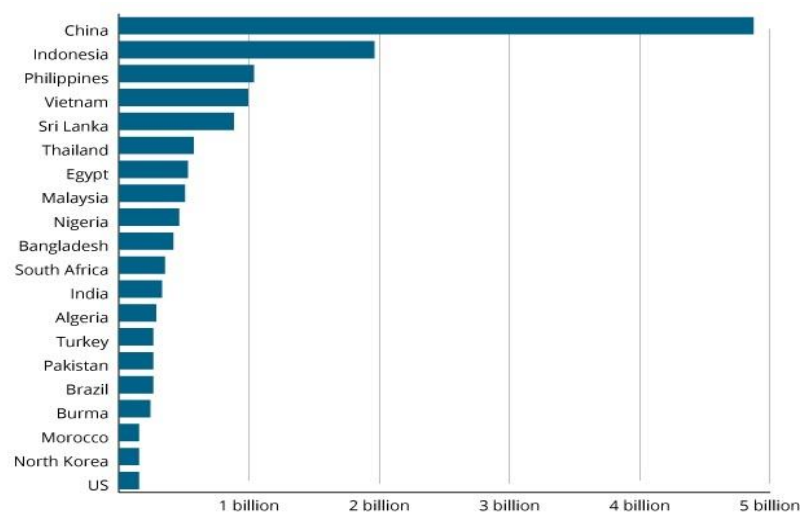
Estimasi Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) menghitung masalah konsumsi kantong plastik di Indonesia. Setiap tahunnya, Indonesia menggunakan sekitar 10,95 juta lembar kantong plastik per 100 gerai. Kini ada 32.000 ritel. Dapat diperkirakan 9,85 milyar sampah kantong plastik dihasilkan setiap tahun dan mencemari lingkungan selama lebih dari 400 tahun. Jumlah yang besar dan mungkin akan bertambah jika masyarakat serta pemerintah tidak bijak dan bekerjasama dalam hal pengelolaan sampah kantong plastik.

Selain itu karena kantong plastik yang sulit terurai secara alami, kantong plastik menjadi beban pada tempat pemrosesan akhir (TPA). Penggunaan kantong plastik yang berlebihan tanpa adanya usaha untuk mengendalikan dan mengawasi regulasi penggunaannya dapat menjadi ancaman serius bagi makhluk hidup lain. Perlunya kerjasama berbagai *stakeholders* diperlukan dalam mengurangi peredaran sampah kantong plastik. Peredaran kantong plastik dari penyedia dan sampai pengguna diperlukan sebagai regulasi dalam mengurangi sampah kantong plastik yang menjadikan kualitas lingkungan menurun.



Sumber: KLHK

Gambar 12 Estimasi Penggunaan Kantong Plastik



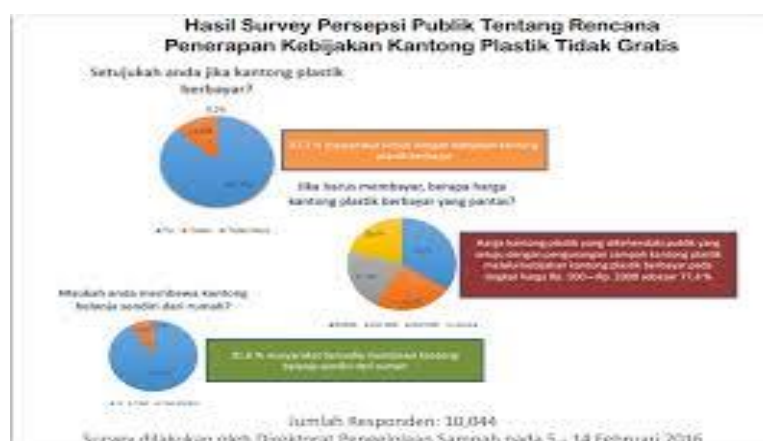
(Sumber Jambek, et. al 2015)

Gambar 13 Kontribusi Sampah Plastik

Indonesia merupakan penyumbang sampah plastik terbesar ke-2 di dunia (Jambek, et al 2015). Menyikapi hal tersebut, Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) kemudian berencana menerapkan kebijakan yang diyakini dapat mengurangi sampah kantong plastik. Pada tanggal 14 Januari dan 16 Februari, Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) bersama Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), dan Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia membahas mekanisme dan harga kantong plastik yang menghasilkan kesepakatan sebagai berikut:

- a. Semua pihak mendukung sepenuhnya kebijakan tersebut dan berkomitmen melakukan uji coba mulai 21 Febbruari sampai dengan Juni 2016 di 23 kota.
- b. Usaha ritel tidak lagi menyediakan kantong plastik gratis, konsumen wajib membeli seharga minimal Rp. 200/kantong termasuk PPN dengan mekanisme jual putus, artinya kantong plastik itu sebagai barang dagangan.
- c. Pemerintah, Pemerintah daerah dan Pengusaha melakukan evaluasi setelah 3 bulan uji coba, termasuk harga.

Sebelum menerapkan uji coba kantong plastik berbayar, Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) melalui Direktorat Pengelolaan sampah sudah melakukan survey persepsi publik terkait rencana penerapan uji coba kebijakan kantong plastik berbayar. Hasil survey publik tersebut dapat dilihat dalam gambar berikut ini.



Sumber: KLHK

Gambar 14 Hasil Survey KLHK

Hasil survey tersebut menunjukkan bahwa dari 10.044 responden sebanyak 87,2% masyarakat sepakat dengan adanya penerapan kantong plastik berbayar, 91,6% masyarakat bersedia untuk membawa kantong belanja sendiri, sedangkan mengenai harga kantong plastik sebanyak 77,4% masyarakat menyetujui harga dengan kisaran 500-2000 rupiah.

Langkah inisiatif untuk mengatasi permasalahan sampah kantong plastik berubah menjadi kampanye hingga berkembang menjadi Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik (GIDKP). Bahkan petisi Pay4Plastic sudah sejak satu tahun lalu dan sekarang sudah mendapat tandatangan secara sebanyak 20.000 lebih. Ibu Tuti Hendrawati Mintarsih sudah memberikan respon terhadap petisi tersebut dan telah mengeluarkan surat edaran (Nomor: SE-06/PSLB3-PS/2015) dalam rangka sosialisasi dan persiapan penerapan kebijakan tersebut.

Menurut Dirjen Pengelola Pengelolaan Sampah, Limbah dan B3 Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Tuti Hendrawati Mintarsih, kebijakan untuk membayar kantong plastik akan mendorong masyarakat untuk memanfaatkan tas yang ada di rumah seperti ibu-ibu jaman dulu yang membawa keranjang belanja ke pasar. Jadi, hal ini sekaligus mendidik masyarakat agar membawa kantong belanja sendiri, sehingga tidak mudah membuang kantong plastik yang hanya sekali pakai. Kebijakan kantong mulai diterapkan pada tanggal 21 Februari 2016 bertepatan dengan Hari Peduli Sampah Nasional. Setelah surat edaran yang pertama dikeluarkan, tidak lama kemudian Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan mengeluarkan surat edaran nomor: S.1230/PSLB3-PS/2016 tentang Harga dan Mekanisme Penerapan Kantong Plastik Berbayar Masyarakat yang berbelanja di ritel modern seperti minimarket atau supermarket, akan dikenai biaya tambahan atas setiap plastik yang diterima. Kebijakan ini akan diberlakukan dalam kurun waktu bulan Februari hingga Juni 2016 sebagai masa uji coba. Selain itu, Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan masih menyiapkan Peraturan Menteri sebagai dasar hukum spesifik kebijakan kantong plastik berbayar ini.

Selepas bulan Juni, terkait penentuan harga kantong plastik akan diserahkan kepada Pemerintah Daerah masing-masing.

4.1.6. Mekanisme Penerapan Kebijakan Kantong Plastik Berbayar di Kota Semarang

Dalam rangka melaksanakan uji coba nasional pembatasan penggunaan kantong plastik sekali pakai tidak gratis, ada beberapa hal yang harus diperhatikan, antara lain yaitu uji coba nasional dilaksanakan dalam tahun 2016 sampai dengan terbitnya regulasi yang mengatur secara teknis dan rinci tentang Pembatasan Penggunaan Kantong Belanja Plastik Sekali Pakai. Dalam rangka melaksanakan uji coba nasional pembatasan penggunaan kantong plastik sekali pakai tidak gratis, ada beberapa hal yang harus diperhatikan, antara lain:

- a. Uji coba nasional dilaksanakan dalam tahun 2016 sampai dengan terbitnya regulasi yang mengatur secara teknis dan rinci tentang Pembatasan Penggunaan Kantong Belanja Plastik Sekali Pakai.
- b. Uji coba nasional diikuti oleh ritel/toko modern yang berdiri sendiri maupun yang berada di Pusat Perbelanjaan di seluruh Indonesia.
- c. Mengingat urusan pengelolaan sampah adalah tanggung jawab Pemerintah Daerah, maka teknis operasional penyelenggaraan kebijakan ini menjadi kewenangan Pemerintah Daerah disesuaikan dengan kondisi dan kapasitas daerah dengan tetap memegang prinsip bahwa dana hasil penjualan kantong belanja plastik menjadi milik pengusaha ritel/toko modern dan pemerintah tidak memungut biaya dari hasil penjualan kantong belanja plastik.
- d. Apabila pihak pengusaha ritel/toko modern bermaksud untuk menggunakan dana penjualan kantong belanja plastik maka penggunaannya ditujukan untuk mendukung kebijakan ini seperti kegiatan kampanye dan sosialisasi, insentif bagi konsumen dan penyediaan kantong belanja pakai ulang, membantu Masyarakat membersihkan sampah di sungai, laut dan parit-parit di lingkungannya

- e. Setiap akhir bulan, masing-masing retail melaporkan penggunaan penjualan kantong plastik dan kegiatan yang dilaksanakan, yang disampaikan kepada Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan dan tembusan kepada Gubernur dan Bupati/Walikota setempat.
- f. Perlu melaksanakan komunikasi, informasi dan edukasi kepada masyarakat secara lebih luas, masif dan sistematis dengan melibatkan seluruh pihak terkait. Sosialisasi intensif terhadap kasir perlu ditingkatkan karena banyak kasir-kasir yang tidak bertanya kepada konsumen apakah membawa kantong belanja sendiri atau akan membeli.
- g. Pemerintah Daerah yang telah mempunyai kebijakan pembatasan penggunaan kantong belanja plastik sekali pakai secara lebih khusus seperti penerapan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan harga jual minimal yang ditetapkan pada uji coba sebelumnya dan pelarangan penyediaan serta pemberian kantong belanja plastik sekali pakai dapat tetap melanjutkan kebijakan tersebut.

Dalam surat edaran nomor: S.1230/PSLB3-PS/2016 tanggal 16 Februari 2016, juga dijelaskan mengenai ketentuan harga dan mekanisme penerapan kantong plastik berbayar antara lain:

- a. BPKN, YLKI, dan APRINDO mendukung penuh kebijakan kantong plastik berbayar yang dicanangkan oleh pemerintah dan siap mensukseskan sosialisasi dan uji coba penerapan kantong plastik berbayar di 23 kota;
- b. Dalam rangka melaksanakan sosialisasi dan penerapan uji coba penerapan kantong plastik berbayar tersebut Pemerintah, BPKN, YLKI, dan APRINDO sepakat bahwa pengusaha ritel tidak lagi menyediakan kantong plastik secara cuma-cuma kepada konsumen Apabila konsumen masih membutuhkan kantong plastik maka konsumen diwajibkan membeli kantong plastik dari gerai ritel. Sehingga mekanisme yang terjadi adalah mekanisme bisnis biasa dimana kantong plastik tersebut menjadi produk dagang yang diperjual belikan;
- c. Terkait dengan harga kantong plastik, Pemerintah, BPKN, YLKI, dan APRINDO menyepakati harga jual kantong plastik selama uji coba

- penerapan kantong plastik berbayar sebesar minimal Rp. 200,- (dua ratus rupiah) termasuk pajak pertambahan nilai (PPN);
- d. Harga kantong plastik sebagaimana tersebut diatas akan dievaluasi oleh Pemerintah dan Pemerintah Daerah bersama APRINDO setelah uji coba berjalan selama 3 (tiga) bulan;
 - e. Terkait kantong plastik yang disediakan oleh pengusaha ritel Pemerintah, BPKN, YLKI, dan APRINDO menyepakati agar spesifikasi kantong tersebut dipilih yang menimbulkan dampak lingkungan paling minimal dan harus memenuhi standar nasional yang dikeluarkan oleh Pemerintah atau lembaga independen yang ditugaskan untuk itu'
 - f. APRINDO menyepakati bahwa mereka berkomitmen mendukung kegiatan pemberian insentif kepada konsumen, pengelolaan sampah, dan pengelolaan lingkungan melalui program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dengan mekanisme yang akan diatur oleh masing-masing ritel.

4.2. Implementasi Kebijakan Kantong Plastik Berbayar di Kota Semarang

4.2.1. Pelaksanaan Penerapan Kebijakan Kantong Plastik Berbayar

Pelaksanaan penerapan kantong plastik berbayar dimulai dari konsumen. Konsumen diimbau untuk membawa alternatif kantong plastik saat berbelanja atau jika konsumen tidak membawa kantong plastik belanja, pelaku ritel akan mengenakan harga pada kantong plastik yang diminta konsumen saat belanja. Berdasarkan survei yang dilakukan Badan Litbang dan Penelitian Kompas (2016), sebagian besar masyarakat siap atau bersedia membawa kantong plastik dari rumah setiap kali berbelanja. Kebijakan plastik berbayar baru saja diterapkan di Indonesia. Sebanyak 22 kota di Indonesia akan melakukan uji coba kantong plastik berbayar di gerai eceran modern, yaitu di Kota Jakarta, Bandung, Bekasi, Bogor, Depok, Tangerang, Semarang, Solo, Surabaya, Denpasar, Palembang, Medan, Balikpapan, Banjarmasin, Makassar, Yogyakarta, Malang, Pekanbaru, Kendari, Ambon, Aceh, dan Jayapura (Tjahjono, 2016). Uji coba dilakukan mulai 21 Februari 2016, yang bertepatan dengan Hari Peduli Sampah Nasional dan rencananya akan berakhir pada 5 Juni 2016 untuk kemudian dilakukan evaluasi.

Jika selama ini mendapat kantong plastik secara gratis dari toko eceran, sejak itu konsumen diwajibkan membayar sebesar Rp.200,-. Dana yang terkumpul dari hasil penjualan kantong plastik merupakan dana publik. Pelaku ritel diharapkan bekerja sama dengan organisasi non-pemerintah untuk kegiatan lingkungan pengelolaan sampah. Kebijakan kantong plastik berbayar juga sudah diterapkan di beberapa toko ritel modern selain yang menjadi kota percontohan, seperti di Kabupaten Pati. Walaupun sudah ada ketentuan yang mengatur kebijakan kantong plastik berbayar, namun belum ada ketentuan yang menjelaskan sanksi yang dikenakan bagi pihak yang tidak melaksanakannya. Pengurangan sampah plastik di Indonesia belum bisa dihitung karena baru saja dimulai, tetapi penerapan di negara lain sudah ada laporannya. Di berbagai negara, kebijakan kantong plastik berbayar sudah mulai diberlakukan pada Februari 2008 di seluruh wilayah China. Pembatasan kantong plastik ini meliputi produksi, penjualan hingga pemakaian kantong plastik. Selain itu, kantong plastik ini tidak boleh dibagikan secara gratis. Bagi yang memerlukan, harus membelinya. Setelah 3 tahun menerapkan kebijakan kantong plastik berbayar, China melaporkan bahwa penggunaan kantong plastik sudah mengalami penurunan 2/3 dari sebelumnya, yaitu 60 ribu ton plastik. Jumlah plastik sebanyak itu setara dengan 3,6 juta ton minyak atau 5 juta ton batubara dan memangkas emisi CO₂ lebih dari 10 juta ton (Widhi, 2016). Penurunan penggunaan kantong plastik dengan penerapan kebijakan kantong plastik berbayar juga terjadi di Afrika Selatan. Kebijakan ini sudah mulai diterapkan pada Mei 2003. Tahun 2010, studi dari Universitas Cape Town menyatakan bahwa sudah terjadi penurunan konsumsi kantong plastik hingga 44% sejak kebijakan pembatasan kantong plastik dilakukan (Widhi, 2016). Hal serupa terjadi di Amerika Serikat yang menerapkan kebijakan ini sejak tahun 2014. Beberapa toko menarik biaya 10 sen dollar AS atau setara Rp. 1385 untuk penggunaan kantong plastik bawaan yang dapat di daur ulang (Tjahjono, 2016). Di Hongkong, masyarakat yang berbelanja dan menggunakan kantong plastik harus membayar 50 sen. Upaya tersebut bisa menurunkan konsumsi plastik sampai 73% dengan program kantong plastik berbayar (Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, 2016). Inggris sudah menerapkan penggunaan kantong

plastik berbayar di toko-toko sejak Oktober 2015. Tokotoko menerapkan pembayaran 5 pence atau setara Rp 985 untuk setiap penggunaan kantong plastik. Inggris adalah negara terakhir di Inggris Raya yang menerapkan kebijakan tersebut (Wales pada tahun 2011, Skotlandia dan Irlandia Utara di tahun 2014). Dalam 3 tahun penerapannya, kebijakan plastik berbayar ini berhasil menurunkan konsumsi plastik hingga 80% di Wales (Tjahjono, 2016). Dengan demikian, pelaksanaan kebijakan kantong plastik berbayar yang sudah diterapkan di beberapa negara di dunia memberikan dampak positif bagi lingkungan. Hal ini terlihat dengan adanya penurunan jumlah penggunaan kantong plastik yang cukup signifikan pada negara-negara tersebut. Di Indonesia, pelaksanaan kebijakan kantong plastik berbayar ini diharapkan juga mampu memberikan kontribusi pada penurunan jumlah penggunaan kantong plastik untuk mengurangi timbulan sampah dan merubah perilaku masyarakat/konsumen dalam menggunakan kantong plastik sekali pakai.

4.2.2. Implementator Kebijakan Kantong Plastik Berbayar

Dalam sebuah program/kegiatan/kebijakan dukungan dan peran berbagai pihak sangat dibutuhkan. Peran aktif implementor dalam melaksanakan kebijakan sangat menentukan keberhasilan program/kegiatan/kebijakan. Dalam kebijakan kantong plastik berbayar terdapat beberapa implementor yang akan menjadi bagian pelaksanaan penerapan kebijakan ini. Implementor tersebut adalah pemerintah daerah dan pelaku usaha.

Dalam surat edaran yang ditujukan kepada gubernur, walikota, bupati dengan nomor : SE.6/PSLB3/PS/PLB.O/5/2016 tanggal 31 Mei 2016 tentang pengurangan sampah plastik melalui penerapan kantong belanja sekali pakai tidak gratis. Dan surat edaran SE.8/PSLB3/PS/PLB.O/5/2016 tanggal 31 Mei 2016 yang ditujukan kepada pelaku usaha tentang pengurangan sampah plastik melalui penerapan kantong belanja sekali pakai tidak gratis. Sebelum surat edaran yang ditujukan kepada pemerintah daerah dan pelaku usaha telah diterbitkan harga dan mekanisme penerapan kantong plastik berbayar dengan nomor : S.1230/PSLB3-PS/2016 tanggal 17 Februari 2016, surat edaran mengenai harga dan mekanisme

tersebut ditujukan kepada 23 kepala daerah, salah satunya yaitu kepala daerah kota Semarang.

Dengan adanya surat edaran pemerintah daerah melalui surat walikota Semarang no : 658.1/517 tanggal 11 Februari 2016 yang ditujukan kepada Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan, disebutkan bahwa pemerintah daerah kota Semarang mendukung penerapan kebijakan kantong plastik berbayar. Penerapan tersebut berlaku untuk anggota APRINDO yang diluncurkan pada tanggal 21 Februari 2016 dengan membagikan secara gratis kantong belanja :reusable bag” ramah lingkungan kepada konsumen mulai tanggal 21 s.d. 29 Februari 2016, untuk selanjutnya akan dikenakan harga Rp. 200 sesuai ketetapan dan kesepakatan minimal dari APRINDO dan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan.

Pelaku usaha dalam kebijakan ini adalah toko yang menjadi anggota APRINDO Sesuai kesepakatan toko yang menjadi anggota asosiasi tersebut memberlakukan penerapan kebijakan kantong plastik ini.

4.2.3. Kelompok Sasaran Kebijakan Kantong Plastik Berbayar

Menurut Weaver (2009) kepatuhan seseorang atau sekelompok masyarakat yang menjadi target dari sebuah kebijakan untuk berperilaku sesuai dengan yang diatur oleh kebijakan tersebut akan ditentukan oleh enam enam hal utama. Berikut ini adalah penjelasan dari enam dimensi tersebut. Pertama, adalah pemberlakuan Insentif dan Sanksi. Seringkali insentif atau sanksi yang diberlakukan oleh sebuah kebijakan atau program tidak cukup menjadi alasan bagi individu atau kelompok masyarakat yang menjadi target kebijakan untuk mematuhi kebijakan/program tersebut. Hal ini sepenuhnya benar sebab menurut perspektif ‘rational actor’ manusia adalah makhluk rasional. Artinya individu akan mengubah perilakunya sesuai dengan tuntutan kebijakan apabila insentif yang disediakan cukup bernilai untuk dirinya, dan sebaliknya individu akan menghindari untuk mengubah perilakunya sesuai dengan tuntutan kebijakan apabila denda yang diterapkan terlalu berat. Surat Edaran KLHK Tentang pengenaan penerapan harga kantong belanja sekali pakai tidak gratis tidak mengatur tentang sanksi secara lugas. Sifat

surat edaran ini bisa dikatakan bersifat pilihan kepada ritel. Surat edaran ini bertujuan akhir untuk untuk merubah perilaku masyarakat atau transformasi budaya untuk lebih peka terhadap kondisi sampah, sampah kantong plastik secara khusus. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Howlett and Ramesh (1995) bahwa keberhasilan implementasi sebuah kebijakan akan ditentukan juga oleh derajat perubahan perilaku yang diharapkan dari penerapan kebijakan tersebut. Semakin tinggi derajat perubahan perilaku yang diharapkan dari sebuah kebijakan, maka akan semakin sulit pencapaian implementasi kebijakan tersebut. Menurut Bridgman & Davis (2000) instrumen implementasi kebijakan terdiri dua cara yaitu (1) yang bersifat memaksa (coercive) dan (2) yang bersifat tidak memaksa (non-coercive). Menurut Lindblom (1980), Weaver (1990) dan Patton & Sawicki (1993) sebuah kebijakan yang bertujuan merubah perilaku harus dilengkapi dengan sistem insentif dan denda yang baik, serta dipersenjatai dengan penegakan hukum yang jelas. Penegakan hukum adalah sebuah hal yang luar biasa sulit di Indonesia. Berbagai macam hukum dan peraturan lengkap di Indonesia, namun tidak juga memperbaiki kondisi negara karena ketidakjelasan penegakan hukum dari aturan tersebut. Menggabungkan dua pendapat tersebut maka dapat dipahami alasan pemerintah Kedua, Permasalahan Pengawasan. Seringkali sebuah kebijakan atau program memerlukan biaya pengawasan tinggi dan pelaksanaan pengawasan yang sulit. Hal ini karena pemerintah harus memastikan bahwa kebijakan atau perda ditaati oleh individu atau kelompok masyarakat yang menjadi target dari kebijakan atau program tersebut. Dari penelusuran Informasi tidak peneliti tidak dapat memberikan gambaran model jenis pengawan yang dilakukan pemerintah daerah, dikarenakan kurangnya informasi akurat dan kurangnya keterbukaan informan-informan. Ketiga, Keterbatasan sumber daya. Hambatan yang seringkali muncul bagi individu atau kelompok masyarakat yang menjadi target dari sebuah kebijakan atau program adalah ketiadaan atau terbatasnya kepemilikan akan sumber daya yang dibutuhkan oleh mereka untuk mentaati kebijakan tersebut. Sumber daya tersebut tentunya bentuknya bermacam-macam dan bervariasi dari uang, modal manusia, jaringan sosial yang kuat, dan kemampuan mereka untuk mendapatkan akses terhadap

infrastruktur lain yang disediakan oleh pemerintah dalam pelaksanaan kebijakan kantong plastik berbayar. Keempat, Kurangnya otonomi atau kemandirian individu atau kelompok masyarakat target atas keputusan-keputusan yang mereka ambil. Hal tersebut menyebabkan individu atau kelompok masyarakat yang menjadi target suatu kebijakan atau program mengalami kesulitan untuk mematuhi kebijakan meskipun mereka sebenarnya memiliki kemauan untuk mematuhi. Cara untuk mengurangi permasalahan ini adalah dengan melalui (1) mempengaruhi kelompok kepentingan lain yang memiliki kekuatan mandiri untuk mengambil keputusan dan (2) memberdayakan individu atau kelompok yang menjadi target kebijakan atau program sehingga mereka mampu mandiri dalam tindakan-tindakan mereka. Kelima, Keterbatasan informasi. Individu atau kelompok masyarakat target akan sulit untuk mentaati kebijakan/program apabila mereka tidak mendapatkan informasi yang lengkap terkait kebijakan/program tersebut. Informasi-informasi tersebut tentunya informasi yang penting yang sebenarnya dapat secara potensial menjadi informasi penentu ketaatan mereka terhadap kebijakan atau program yang dilaksanakan. Salah satu cara yang dipakai untuk mengatasi keterbatasan informasi ini adalah dengan menerapkan kampanye program atau sosialisasi program. Kampanye atau sosialisasi yang dilakukan oleh Pemerintah Kota dilakukan dengan cara membuat banner/spanduk besar tentang adanya penerapan kebijakan ini di beberapa titik utama jalan utama kota. Keenam, Perilaku dan Nilai. Perilaku dari target group dan nilai-nilai yang dianut oleh target group akan sangat mempengaruhi legitimasi kebijakan/program yang diberlakukan. Tentunya perilaku dan nilai tersebut juga akan mempengaruhi ketaatan target group atau individu terhadap penerapan kebijakan dan programnya.

4.2.4. Manfaat Kebijakan Kantong Plastik Berbayar

Kebijakan pemerintah pusat melalui Kementerian Lingkungan Hidup dan Lingkungan (KLHK) untuk mengurangi timbulan sampah di sumber penghasil sampah dan penggunaan kantong plastik melalui penerapan kantong belanja sekali pakai tidak gratis pada ritel modern jika ditinjau dari sisi lingkungan memiliki

nilai positif, yaitu secara langsung dapat mengurangi beban tempat pembuangan akhir (TPA). Penerapan kebijakan kantong plastik berbayar ditinjau dari segi ekonomi, dapat merugikan masyarakat, karena masyarakat diharuskan membayar biaya kantong plastik yang sebelumnya mereka dapatkan secara gratis dengan adanya kebijakan ini mereka harus membayar Rp. 200 untuk kantong plastik baru yang akan mereka gunakan. Bayangkan jika masyarakat berbelanja banyak, maka akan semakin banyak keperluan kantong plastik yang akan digunakan untuk menampung barang-barangnya. Sehingga uang yang dikeluarkan masyarakat untuk membeli kantong plastik juga akan bertambah. Begitulah pola pikir masyarakat awam yang belum sepenuhnya mengerti dampak kantong plastik, namun tidak peduli dengan kerugian lingkungan hidup akibat semakin menumpuknya sampah plastik yang tidak dikelola di Indonesia. Dengan ini diperlukan kebijakan dari pemerintah untuk mengelola sampah plastik dari sumbernya. Sehingga menjadikan masyarakat cerdas untuk mendukung kebijakan pemerintah, ajakan kepada masyarakat pada waktu belanja untuk membawa tas belanja atau kantong belanja saat berbelanja ke ritel modern atau toko lainnya. Melihat dari harga jual kantong plastik ini jauh lebih mahal dari kantong plastik biasa, tetapi kantong belanja ini dapat digunakan seterusnya yang jika diperhitungkan jauh lebih ekonomis dibanding dengan membeli kantong plastik Rp. 200 untuk setiap kali belanja.

1. Sosiologi

Dari Segi sosiologi dapat dikaji bahwa kebijakan kantong plastik berbayar akan terjadi perubahan perilaku masyarakat atas kebijakan kantong plastik berbayar. Respon masyarakat akan menilai bermacam ragam atas kebijakan kantong plastik berbayar seperti :

a. Kelompok masyarakat tak acuh

Kelompok masyarakat tak acuh terhadap kebijakan kantong plastik berbayar tersebut, yaitu masyarakat yang tetap mengeluarkan uangnya untuk membeli selebar kantong plastik.

b. Kelompok masyarakat peduli

Kelompok masyarakat peduli akan mendukung kebijakan pemerintah untuk menerapkan kantong plastik berbayar tersebut. Pemberlakuan kebijakan tersebut pada ritel modern akan dijalaninya dengan tujuan merealisasikan program kantong plastik berbayar sehingga dapat mengurangi jumlah sampah plastik di lingkungan. Masyarakat yang berbelanja di tempat perbelanjaan ritel sebelumnya diberikan kantong plastik secara gratis untuk membawa barang yang dibelinya, setelah aturan di terapkan maka harus membayar seharga Rp. 200 per kantongnya.

Meskipun aturan ini menurut beberapa sumber pustaka mampu merubah perilaku masyarakat/konsumen. Dari hasil observasi di salah satu ritel yaitu Indomaret Sriwijaya kota Semarang pada 11 september 2019 pukul 14.45 s.d. 16.20, peneliti mengamati hampir tidak ada konsumen yang berbelanja dengan membawa kantong belanja sendiri. Hal ini dibenarkan oleh salah satu kasir di ritel tersebut. Informan menuturkan bahwa :

“Sangat jarang ada konsumen yang membawa sendiri kantong belanja ketika berbelanja di ritel mereka, hampir tidak ada malah”

Hal ini mengindikasikan tidak terjadi perubahan perilaku dalam menggunakan kantong plastik misalnya dengan membawa kantong belanja sendiri. Faktor utama yang menjadi kendala adalah dimungkinkan karena penetapan harga yang cenderung rendah sehingga konsumen masih mau membayar RP.200 untuk mendapatkan kantong plastik dari toko mereka berbelanja. Peneliti melakukan konfirmasi kepada salah satu informan konsumen setelah selesai berbelanja. Konsumen tersebut Informan (laki-laki) menuturkan bahwa ;

“saya tidak pernah membawa kantong sendiri mas, saya kebetulan lewat dan beli minum dan rokok saja kok mas”

4.3. Perilaku Konsumen Dalam Menyikapi Kebijakan Kantong Plastik Berbayar di Kota Semarang

4.3.1. Perilaku Konsumen Pada *Green Product Price*

Secara umum konsumen percaya bahwa produk hijau memiliki harga yang tinggi. Harga tinggi menjadi indikator kesediaan konsumen untuk membayar dan merupakan harga yang dibayarkan melebihi dari harga yang sebenarnya tetapi sesuai dengan nilai produknya (Rao dan Bergen, 1992 dalam Junaedi, 2006). Dalam persepsi konsumen harga berpengaruh signifikan terhadap kualitas produk (Rao & Monroe, 1998 dan Zeithaml, 1988 dalam Junaedi, 2006).

Dalam kebijakan plastik berbayar penetapan harga yang dianjurkan adalah Rp. 200. Pihak ritel membebankan harga kepada konsumen untuk setiap kantong plastik baru yang mereka akan gunakan. Berdasarkan hasil wawancara konsumen merasa tidak keberatan untuk membayar harga Rp. 200 untuk setiap kantong plastik yang mereka akan gunakan setelah selesai berbelanja sebagai tas untuk membawa barang belanjaan mereka. Dari empat konsumen tidak ada yang keberatan untuk membayar alasan mereka hampir sama kenapa mereka tidak keberatan yaitu karena murah. Penuturan salah satu konsumen;

“Saya tidak keberatan mas, karena harganya murah tidak memberatkan, saya biasa menggunakan kantong plastik dari toko ini, saya tidak pernah membawa tas sendiri karena saya hanya membeli sedikit saja”

Dari penuturan salah satu konsumen tersebut peneliti menganggap perilaku konsumen tersebut menggunakan kantong plastik dikarenakan harganya yang terlalu murah sehingga konsumen tidak berpikir ulang untuk membayar Rp.200 yang dibebankan kepada mereka. Peneliti menilai jika harga menjadi lebih mahal konsumen akan berpikir ulang jika akan menggunakan/meminta kantong plastik baru dari ritel tempat mereka berbelanja.

4.3.2. Perilaku Environmental Awareness

Kesadaran konsumen terhadap lingkungan yang semakin meningkat akan mendorong konsumen untuk membeli produk ramah lingkungan. Kesadaran terhadap lingkungan terbentuk karena pola perilaku konsumen yang bertanggung jawab terhadap lingkungan dan menghormati eksistensi makhluk lain yang ada di muka bumi. Menurut Juan et. al., (2001) dalam Wiyadi (2015) kesadaran konsumen terkait dengan kualitas lingkungan dan terpeliharanya sumber daya alam akan menjamin kesinambungan dan keseimbangan dengan lingkungannya. Konsumen yang berorientasi hijau memiliki kesadaran tinggi terhadap lingkungan dan memilih produk ramah lingkungan sekalipun harganya relatif mahal (Laroche et al., (2001) dalam Wiyadi (2015).

Dari hasil penelitian, peneliti menanyakan mengenai dampak kantong plastik jika tidak dikelola dengan baik, dari empat konsumen yang diwawancarai ketiga konsumen mengaku mengetahui bahwa kantong plastik sulit teurai bahkan ratusan tahun, tetapi mereka tidak terlalu memperdulikan hal tersebut. Sedangkan satu konsumen tidak terlalu tahu jika kantong plastik yang tidak dikelola akan berdampak buruk bagi lingkungan. Penuturan salah satu konsumen yang mengetahui;

“iya mas kantong plastik sulit terurai dan butuh waktu lama dan kalo dibuang sembarangan nanti bisa jadi banjir”

Sedangkan penuturan konsumen yang tidak mengetahui:

“wah saya tidak terlalu tahu mas hal itu”

Kurangnya edukasi mengenai dampak yang ditimbulkan jika kantong plastik tidak dikelola dengan baik perlu dilakukan oleh seluruh elemen pendukung, pemerintah pusat dan daerah untuk memberikan kesadaran lebih mengenai sikap pro-lingkungan untuk mendukung pembangunan berkelanjutan.

4.3.3. Perilaku Konsumen Dalam Green Product Information

Faktor penting dari perilaku individu adalah pengaruh orang lain. Keyakinan ini bisa dibuktikan dengan menggunakan juru bicara yang terkenal yang mendukung produk dan menggambarkan produk yang dikonsumsi secara sosial (Bearden et al., 1989)). Ini menjelaskan bagian utama dari kerentanan konsumen berpengaruh interpersonal, yang menganjurkan dilakukan interaksi arah bilateral dan juga dapat terjadi antara karakteristik lingkungan dan pribadi (Bandura, 1986)

Berdasarkan penelitian dari keempat informan tersebut hampir sama mengenai pendapat mereka akan adanya kebijakan ini dan informasi adanya kebijakan ini digalakan. Keempat informan tersebut mengaku mengetahui adanya kebijakan dan harga dalam kebijakan ini dari toko mereka berbelanja. Peneliti menanyakan informasi mengenai kebijakan ini dari mana sumber informasi kebijakan ini. Salah satu penuturah konsumen;

“saya tahu kebijakan ini dari alfamart mas, saya biasanya apakah saya mau kantong plastik dan saya biasanya mengiyakan karena cuman 200 saja”

Perlunya monitoring dan pemantauan berkala perlu dilakukan pemerintah daerah kepada ritel harus termonitor agar tujuan dari kebijakan ini untuk mengurangi timbulan sampah dan mengedukasi masyarakat bisa tercapai. Perlunya program berkala dan acuan yang jelas agar pihak ritel meneruskan program ini.

4.3.4. Perilaku Konsumen Untuk Membawa Tas Belanja Sendiri

Kebijakan kantong plastik berbayar merupakan upaya konkrit pemerintah dalam mengurangi timbulan sampah dari sumber penghasil sampah. Kebijakan ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat dalam mengelola sampah yang mereka hasilkan. Kebijakan penerapan harga dalam kebijakan ini dimaksudkan agar masyarakat berpikir ulang untuk menggunakan kantong plastik baru dari toko mereka berbelanja. Hal ini secara tidak langsung akan mengurangi jumlah sampah yang akan masyarakat/konsumen. Salah satu alternatif untuk

mengurangi penggunaan kantong plastik adalah dengan membawa kantong belanja sendiri yang tidak sekali pakai. Meskipun setelah adanya kebijakan ini masyarakat masih meminta kantong plastik baru dari toko mereka berbelanja. Selain dikarenakan harga yang cenderung murah sehingga kecenderungan masyarakat/konsumen untuk membawa tas belanja sendiri dari rumah. Dari beberapa informan yang berhasil ditemui peneliti mengaku bahwa mereka hampir tidak pernah membawa tas belanja sendiri ketika berbelanja. Beberapa informan mengungkapkan alasan mereka tidak membawa kantong belanja sendiri karena mereka terbiasa menggunakan kantong plastik baru dari toko.

Dari hasil wawancara informan konsumen, mereka tidak terbiasa menggunakan/membawa kantong belanja sendiri dari rumah. Hal ini dikarenakan mereka tidak merencanakan agenda berbelanja sehingga mereka menggunakan tas belanja yang disediakan dari toko meskipun mereka harus membayar Rp. 200. Mereka menganggap tas belanja “reusable” tidak praktis. Karena mereka harus membawa tas belanja tsb di sepanjang mereka berbelanja. Kurangnya motivasi untuk meminimalisir penggunaan kantong plastik baru perlu digencerkannya pemangku kepentingan. Sehingga meskipun dengan adanya kebijakan ini masyarakat/konsumen sadar akan meminimalisir penggunaan plastik adalah cara terbaik untuk mengurangi timbulan sampah. Penuturan salah satu konsumen :

“Saya mempunyai totebag berbahan kain dari acara seminar yang bisa saya gunakan tetapi saya tidak pernah membawanya, ya kadang lupa atau malas membawanya kemana-mana”

Meskipun memiliki tas alternatif pembawa barang belanjaan kebanyakan konsumen tidak membawanya ketika berbelanja. Hal ini dimungkinkan karena harga dan kesadaran masyarakat/konsumen tersebut kurang. Selain bertujuan untuk mengurangi timbulan sampah karena kantong plastik edukasi dalam kebijakan ini juga menjadi perhatian pemerintah daerah dalam membiasakan masyarakat/konsumen untuk sadar akan alternatif kantong plastik yang dapat menjadi timbulan jika tidak dikelola dengan baik.

4.4. Faktor-Faktor Pendukung Dan Penghambat dalam Kebijakan Kantong Plastik Berbayar

4.4.1. Faktor Komunikasi

Menurut Edward dalam Budi Winarno (2002;126) disebutkan persyaratan pertama bagi implementasi kebijakan yang efektif adalah bahwa mereka yang melaksanakan keputusan harus mengetahui apa yang harus mereka lakukan. Ditambahkannya pula bahwa komunikasi kebijakan dapat menimbulkan dampak buruk bagi implementasi kebijakan dikarenakan faktor transmisi, kejelasan dan konsistensi. Faktor transmisi berarti bahwa setiap kebijakan yang dikeluarkan harus disertai dengan petunjuk pelaksanaannya agar tidak menimbulkan pertentangan pendapat antara pelaksana kebijakan dengan pengambil kebijakan. Faktor kejelasan menyebutkan bahwa disamping terdapatnya petunjuk pelaksanaan yang harus segera diterima pelaksana kebijakan, instruksi-instruksi kebijakan tersebut harus jelas untuk menghindari interpretasi yang salah dalam mengimplementasikan kebijakan. Faktor konsistensi menegaskan bahwa suatu kebijakan yang telah ditetapkan dan diikuti segera dengan petunjuk pelaksanaan yang jelas, harus terhindar dari pertentangan dengan ketentuan peraturan di atasnya yang dapat mendorong para pelaksana kebijakan mengambil tindakan yang longgar dalam mengimplementasikan kebijakan.

Berdasarkan Undang-undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup, dijelaskan bahwa lingkungan hidup yang baik dan sehat merupakan hak azasi setiap warga negara Indonesia sebagaimana diamanahkan dalam pasal 28H Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Dalam rangka mendayagunakan sumber daya alam untuk memajukan kesejahteraan umum seperti diamanatkan dalam Undang- Undang Dasar 1945 dan untuk mencapai kebahagiaan hidup berdasarkan Pancasila, perlu dilaksanakan pembangunan berkelanjutan yang berwawasan lingkungan hidup berdasarkan kebijaksanaan nasional yang terpadu dan menyeluruh dengan memperhitungkan kebutuhan generasi masa kini dan generasi masa depan. Dipandang perlu melaksanakan Pengelolaan Lingkungan Hidup untuk melestarikan dan mengembangkan kemampuan lingkungan hidup yang serasi,

selaras, dan seimbang guna menunjang terlaksananya pembangunan berkelanjutan yang berwawasan lingkungan hidup. Penyelenggaraan Pengelolaan Lingkungan Hidup dalam rangka pembangunan berkelanjutan yang berwawasan lingkungan hidup harus didasarkan pada norma hukum dengan memperhatikan tingkat kesadaran masyarakat dan perkembangan lingkungan global serta perangkat hukum internasional yang berkaitan dengan lingkungan hidup.

Sesuai dengan pasal 65 Undang-undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup, dinyatakan bahwa; (1) Setiap orang berhak atas lingkungan hidup yang baik dan sehat sebagai bagian dari hak asasi manusia; (2) Setiap orang mempunyai berhak mendapatkan pendidikan lingkungan hidup, akses informasi, akses partisipasi, dan akses keadilan dalam memenuhi hak atas lingkungan hidup yang baik dan sehat; (3) Setiap orang berhak mengajukan usul dan/atau keberatan terhadap rencana usaha dan atau/kegiatan untuk yang diperkirakan dapat menimbulkan dampak terhadap lingkungan hidup. Masyarakat mempunyai kesempatan yang sama dan seluas-luasnya untuk berperan dalam pengelolaan lingkungan hidup. Pelaksanaan ketentuan di atas, dilakukan dengan cara:

- a. Meningkatkan kemandirian, keberdayaan masyarakat, dan kemitraan;
- b. Menumbuhkembangkan kemampuan dan kepeloporan masyarakat;
- c. Menumbuhkan ketanggap-segeraan masyarakat untuk melakukan pengawasan sosial;
- d. Memberikan saran pendapat;
- e. Menyampaikan informasi dan/atau menyampaikan laporan.

Dalam kebijakan kantong plastik berbayar mekanisme dan penerapan termasuk harga yang dianjurkan telah tertuang dalam surat edaran yang dikeluarkan KLHK. Sehingga kesalahpahaman dalam interpretasi mengenai kebijakan tersebut cenderung kecil. Komunikasi akan kejelasan dan konsistensi isi kebijakan dalam surat edaran akan memudahkan implementator dalam menerapkan kebijakan ini. Kesepakatan antara APRINDO dan pemerintah pusat dalam menetapkan harga setiap kantong plastik baru yang akan digunakan

konsumen tertuang dalam surat edaran mengenai mekanisme dan penerapan kebijakan.

4.4.2. Faktor Sumber-Sumber

Faktor sumber daya manusia dalam mengimplementasikan kebijakan memiliki peran yang sangat penting. Untuk mewujudkan tujuan kebijakan diperlukan sumber daya manusia dalam jumlah yang tepat. Dalam rangka implementasi Kebijakan Kantong Plastik Berbayar, harus diperhatikan jumlah petugas pelaksanaannya. Kegiatan tersebut diperlukan untuk mengetahui efektifitas perencanaan sumber daya manusia yang dilakukan Badan Lingkungan Hidup untuk mewujudkan tujuan Kebijakan Kantong Plastik Berbayar. Sumber-sumber yang penting dalam suatu pelaksanaan meliputi staf-staf dengan keahlian yang baik untuk melaksanakan tugas dan informasi, wewenang dan prasarana di dalam menerjemahkan suatu peraturan dalam pelaksanaannya. Staf tersebut haruslah memadai jumlahnya dalam melaksanakan sesuatu program, namun tidak hanya jumlah tetapi juga harus didukung oleh keahlian yang baik dalam tugas tersebut. Informasi menyangkut bagaimana melaksanakan sesuatu hal dan ketaatan dari personil-personil lain terhadap peraturan-peraturan pemerintah.

Hal lain yang sangat penting dalam implementasi kebijakan adalah ketersediaan dana untuk menunjang kebijakan tersebut. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa dana operasional yang digunakan dalam rangka Kebijakan Kantong Plastik Berbayar di Kota Semarang belum sepenuhnya dapat mencukupi kebutuhan yang diperlukan untuk menjalankan kegiatan tersebut.

Dinas Lingkungan Hidup kota Semarang telah berperan aktif dalam mensosialisasikan kebijakan kantong plastik berbayar di kota Semarang melalui sumber-sumber daya yang mereka miliki. Dengan didukung pelaku usaha dalam menerapkan kebijakan ini di kota Semarang. Kecukupan sosialisasi melalui pelaku usaha seharusnya dapat memberikan dampak perubahan perilaku kepada konsumen dalam menggunakan kantong plastik baru. Pelaku usaha menawarkan konsumen kantong plastik baru dengan membayar sejumlah nominal RP. 200 sebagai pengganti kantong plastik baru yang konsumen gunakan. Kebijakan ini

merupakan kebijakan baru, secara tidak langsung ini merupakan sosialisasi kebijakan kantong plastik berbayar kepada konsumen.

4.4.3. Faktor Kecenderungan-Kecenderungan

Faktor ini mempunyai konsekuensi-konsekuensi penting bagi implementasi kebijakan yang efektif, karena kecenderungan yang timbul dalam suatu kebijakan tergantung kepada pelaksananya. Jika suatu kebijakan cenderung mendapat dukungan oleh para pelaksananya maka kebijakan tersebut pasti akan berjalan dengan baik dan jika sebaliknya maka implementasi kebijakan tersebut akan sulit mencapai tujuannya. Dengan kata lain suatu kebijakan akan berjalan dengan baik apabila terdapat komitmen dan kejujuran para pelaksananya. Mencermati realitas hasil penelitian terhadap faktor kecenderungan perilaku kebijakan diatas yang memperlihatkan perbedaan pendapat antara materi kebijakan dan peraturan perundangan oleh para pelaksananya sendiri, penulis mencoba melihat proses implementasi Kebijakan Kantong Plastik Berbayar melalui pelaksanaan penegakan hukum terhadap pelanggaran. Untuk keberhasilan suatu kebijakan maka kecenderungan-kecenderungan para pelaksana sangat menentukan dalam pelaksanaan, tingkah laku mereka terhadap kebijakan dan peraturan yang telah ditentukan sebelumnya mempengaruhi hasil selanjutnya. Tingkah laku ini juga menyangkut cara pandang terhadap sesuatu hal atau kebijaksanaan. Dalam pelaksanaan Kebijakan Kantong Plastik Berbayar ini adalah sangat penting dan menentukan keberhasilan

Sebagaimana diatur dalam pasal 70 Undang-undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup, dinyatakan bahwa masyarakat mempunyai kesempatan yang sama dan seluas-luasnya untuk berperan dalam pengelolaan lingkungan hidup dilakukan dengan cara:

- a. Meningkatkan kepedulian dalam perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup;
- b. Meningkatkan kemandirian keberdayaan masyarakat, dan kemitraan;
- c. Menumbuh kesigapan masyarakat untuk melakukan pengawasan sosial;

- d. Mengembangkan dan menjaga budaya kearifan lokal dalam rangka pelestarian fungsi lingkungan hidup.

Meskipun didukung *stakeholders* dalam kebijakan ini yaitu Pemerintah daerah, Pelaku Usaha dan Konsumen. Kebijakan ini dapat dikatakan kurang efektif. Menurut informan konsumen kebijakan ini tidak mempengaruhi mereka dalam menggunakan kantong plastik baru dari toko, hal ini dikarenakan harga yang cenderung relatif murah sehingga konsumen tidak berpikir ulang dalam menerima kantong plastik baru dari ritel meskipun mereka harus membayar. Maksud pengenaan kantong plastik berbayar adalah diharapkan konsumen berpikir ulang dalam menggunakan kantong plastik baru dari ritel sehingga maksud dan tujuan kebijakan dalam mengurangi timbulan sampah dapat diminimalisir. Terdapat kecenderungan-kecenderungan kebijakan ini dianggap kurang penting, pengusaha ritel yang mengantisipasi kebijakan ini akan membuat konsumen berpindah tempat belanja meskipun dari beberapa penelitian mengatakan bahwa konsumen tidak memperdulikan terhadap kebijakan ini karena harga yang dirasa mereka masih murah.

4.4.4. Faktor Struktur Birokrasi

Struktur birokrasi merupakan salah satu badan yang paling sering bahkan secara keseluruhan menjadi pelaksana kebijakan. Mustopaadidjaja (2003) menyatakan birokrasi berfungsi melakukan pengelolaan pelayanan dan pengelolaan atas pelaksanaan berbagai kebijakan publik sehingga birokrasi merupakan penentu keberhasilan seluruh agenda termasuk mewujudkan pemerintahan yang bersih dan bebas KKN (*clean goverment*) dalam keseluruhan skenario perwujudan pemerintahan yang baik (*good governance*). Birokrasi baik secara sadar atau tidak, memilih bentuk-bentuk organisasi untuk kesepakatan kolektif dalam rangka mendukung kelancaran pelaksanaan tugasnya. Budi Winarno (2002;151) menjelaskan struktur organisasi memiliki pengaruh penting terhadap implementasi kebijakan dan dalam struktur organisasi terdapat hal yang paling mendasar dalam mendukung kelancaran pelaksanaan tugas yakni terdapatnya standar pelaksanaan tugas (*Standard Operating Procedure/ SOP* yaitu pedoman-

pedoman baku yang ditetapkan organisasi untuk pelaksanaan program dan jalannya organisasi. Standar pelaksanaan tugas bertujuan untuk menyeragamkan tindakan para birokrat dalam penerapan peraturan-peraturan. Struktur organisasi dan tata kerja Badan Lingkungan Hidup harus disertai dengan standar pelaksanaan tugas penyelenggaraan Pengelolaan Lingkungan Hidup melalui studi dokumentasi yang dilakukan penulis, diketahui bahwa Dinas Lingkungan Hidup Kota Semarang dalam pengelolaan lingkungan hidup, Pemerintah Provinsi berwenang :

- a. Mengendalikan lingkungan hidup lintas Kabupaten dan atau Kota;
- b. Mengatur pengelolaan lingkungan hidup dalam pemanfaatan;
- c. Mengatur sumberdaya laut 4 (empat) mil sampai dengan 12 (dua belas) mil;
- d. Mengatur pengamanan dan pelestarian sumber daya air lintas Kabupaten dan atau Kota;
- e. Melaksanakan penilaian analisis mengenai dampak lingkungan (AMDAL) bagi kegiatan-kegiatan yang potensial berdampak negatif pada masyarakat luas yang lokasinya meliputi lebih dari satu Kabupaten dan atau Kota;
- f. Melaksanakan pengawasan konservasi lintas Kabupaten dan atau Kota;
- g. Menetapkan baku mutu lingkungan hidup berdasarkan baku mutu lingkungan hidup nasional;
- h. Menyelenggarakan kegiatan pengelolaan lingkungan hidup lainnya berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku;
- i. Memberikan insentif kepada pengelola lingkungan hidup yang berhasil melestarikan lingkungan hidup. Sedangkan penjabaran operasional dan wilayah kewenangan lintas Kabupaten/Kota ditetapkan lebih lanjut melalui Keputusan Kepala Daerah.

Dalam menjalankan kewenangannya, Pemerintah Provinsi memiliki tanggung jawab sebagai berikut :

- a. Melaksanakan penelitian dan pengembangan pengelolaan lingkungan hidup;

- b. Menyiapkan rumusan kebijakan perencanaan, pelaksanaan/pengendalian/ dan evaluasi pengelolaan lingkungan hidup;
- c. Melakukan koordinasi dan atau kerja sama dengan Pemerintah Pusat, Kabupaten/Kota dan pihak lain;
- d. Meningkatkan pengembangan kapasitas sumberdaya manusia dalam pengelolaan lingkungan hidup;
- e. Memberikan pelayanan pengaduan dan mediasi kasus/sengketa lingkungan hidup;
- f. Melaksanakan pengawasan dan penegakan hukum lingkungan hidup;
- g. Mengelola sistem informasi lingkungan hidup;
- h. Memberdayakan masyarakat dalam pengelolaan lingkungan hidup;
- i. Membantu pelaksanaan pengelolaan lingkungan hidup Kabupaten/Kota berdasarkan koordinasi dan kesepakatan kerja sama dengan pihak Kabupaten/Kota yang bersangkutan.

Pengelolaan lingkungan wajib didukung dengan dana yang jelas sumbernya, transparan, dan dapat dipertanggung-jawabkan. Sumber dana utama dalam pengelolaan lingkungan Kota Semarang masih berasal dari Anggaran pendapatan belanja daerah provinsi (APBD Provinsi), sedangkan dari sumber lain belum tersedia. Sumber dana dapat berasal dari : Anggaran pendapatan belanja negara (APBN); Anggaran pendapatan belanja daerah provinsi (APBD Provinsi); Anggaran pendapatan belanja daerah kabupaten/kota (APBD Kabupaten/Kota);

Pada kebijakan ini kendala yang dihadapi pada implementasi Kebijakan Kantong Plastik Berbayar di Kota Semarang dari: terbatasnya instrumen pelaksanaan, terbatasnya kemampuan aparat penegak hukum, perbedaan cara pandang antara penegak hukum, kurang koordinasi antara pemerintah pusat dan daerah, kurangnya pemasyarakatan peraturan, kurang jelas isi pokok peraturan peraturan. KLHK belum memberikan kontribusi yang berarti terhadap penyelesaian masalah lingkungan. Kurang berperannya KLHK dalam penyelesaian masalah lingkungan disebabkan beberapa hal yaitu: KLH tidak mempunyai kewenangan penuh terhadap pengelolaan lingkungan secara hukum, ketidakjelasan tugas, fungsi dan wewenang antara KLH dengan instansi lain, baik

di tingkat pusat maupun di tingkat daerah. Pelaksanaan pengelolaan lingkungan hidup untuk masa depan perlu melakukan perubahan terhadap kebijakan, penyempurnaan peraturan lingkungan dan restrukturisasi kelembagaan pengelola yaitu dengan cara:

1. Penyusunan program Kebijakan Kantong Plastik Berbayar dengan menerapkan prinsip-prinsip pengelolaan yang bercirikan holistik, terintegrasi, multidimensi, multisektoral, multipihak dan multi kepentingan; kebijakan pengelolaan lingkungan otonomi daerah dilaksanakan sebagai pilihan alternatif kebijakan.
2. Penyempurnaan peraturan perundang-undangan dengan melibatkan semua pihak yang berkepentingan; peningkatan sosialisasi peraturan kepada masyarakat; dan penegakan hukum melalui pengadilan khusus lingkungan hidup.
3. Restrukturisasi lembaga pengelola lingkungan hidup di tingkat pusat dan daerah yang bersifat integrasi sesuai dengan permasalahan lingkungan hidup; memperjelas tugas, fungsi dan kewenangan setiap lembaga lingkungan hidup untuk menghindari duplikasi sarana dan prasarana, serta sumberdaya manusia pada kelembagaan lingkungan hidup.

4.5. Strategi Pengembangan Implementasi Kebijakan Kantong Plastik Berbayar di Kota Semarang

4.5.1. Analisis Internal

Strengths (Kekuatan)

1. Aturan Terkait Mengenai Pengelolaan Sampah

Dasar dalam kebijakan plastik berbayar ini adalah UU No. 18 Tahun 2018 mengenai Pengelolaan Sampah dan Peraturan Pemerintah No. 81 Tahun 2012 mengenai Pengelolaan Sampah Rumpah Tangga dan Sampah Sejenis Rumah Tangga.

2. Diterbitkannya Peraturan Walikota No.27 Tahun 2019

Dalam rangka meningkatkan kesadaran masyarakat untuk mewujudkan lingkungan yang bersih, indah, dan sehat, diperlukan partisipasi masyarakat

dan/atau pelaku usaha. Penggunaan plastik dalam bentuk kantong plastik, pipet minum plastik, styrofoam sudah menjadi permasalahan di kota Semarang, sehingga perlu dilakukan upaya pengendalian terhadap dampak penggunaan plastik. Urgensi pengelolaan pengendalian plastik dalam peraturan walikota tersebut merupakan salah satu upaya pengendalian sampah plastik yang beredar dikota Semarang.

3. Mendapatkan dukungan dari pelaku usaha

Salah satu sasaran untuk mendukung kebijakan ini adalah pelaku usaha, sebagai penyedia kantong plastik untuk konsumen. Peran pelaku usaha sangat penting dalam mensosialisasikan dan mengkampanyekan program kebijakan ini. Melalui pelaku usaha, konsumen sebagai pengguna akhir kantong plastik dapat mengetahui maksud dan tujuan penerapan kebijakan ini.

4. Meningkatkan Sikap Pro-Lingkungan

Maksud dan tujuan dari kebijakan kantong plastik berbayar adalah mengurangi timbulan sampah di sumber penghasil sampah dan penggunaan kantong belanja plastik melalui penerapan kantong belanja plastik sekali pakai tidak gratis. Sehingga sikap pro-lingkungan konsumen dalam pemanfaatan kantong plastik dapat diintervensi.

Weaknesses (Kelemahan)

1. Kebijakan Bersifat *Optional*

Ruang lingkup dalam penerapan kebijakan kantong plastik berbayar dilaksanakan oleh ritel/toko modern yang berdiri sendiri dan berada dalam pusat perbelanjaan.

2. Tidak ada paksaan dalam penerapan kebijakan kantong plastik berbayar tersebut, tetapi kebanyakan ritel/toko modern ikut berpartisipasi dalam kebijakan tersebut. Setelah uji coba kebijakan kantong plastik berbayar tersebut ritel/toko kembali memberikan/menjual kantong plastik kepada konsumen secara gratis. Keberlanjutan kebijakan ini menjadi preferensi setiap ritel/toko setelah diatur lebih lanjut melalui peraturan pemerintah daerah masing-masing.

3. Hanya berlaku untuk ritel/toko modern

Dalam kebijakan kantong plastik berbayar ini hanya diterapkan untuk ritel/toko modern. Toko yang tidak dalam kategori tersebut tidak ikut berpartisipasi dalam kebijakan ini. Seperti pasar tradisional, toko kelontong, dan toko lain. Sehingga kebijakan ini terkesan tidak merata.

4. Penetapan Harga yang Cenderung Relatif Murah

Penetapan harga Rp. 200 yang cenderung relatif murah sehingga masyarakat tidak terlalu memperhatikan nominal yang kecil tersebut. Persepsi terhadap kebijakan dirasa kurang menggugah masyarakat/konsumen dalam mempertimbangkan penggunaan kantong plastik baru. Harga merupakan faktor yang dapat merubah perilaku konsumen dalam hal penggunaan kantong plastik.

5. Belum/tidak adanya monitoring berkala

Dalam regulasi pelaksanaan surat edaran kebijakan ini ritel/toko diharuskan melaporkan *outcome* kebijakan ini. Masing-masing ritel melaporkan penggunaan kantong plastik dan kegiatan yang dilaksanakan, kepada Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK), dengan tembusan kepada gubernur, walikota/bupati setempat. Monitoring diperlukan sebagai bahan evaluasi untuk kebijakan terkait surat edaran ini di kemudian hari. Monitoring berupa penggunaan kantong plastik oleh konsumen dan respon konsumen dalam menanggapi kebijakan ini.

4.5.2. Analisis external

Opportunities (Peluang)

1. Mengurangi Beban Tempat Pembuangan Akhir (TPA) Jati Barang

Tempat Pemrosesan Akhir (TPA) Jatibarang merupakan tempat dimana sampah rumah tangga kota Semarang berakhir. Dengan pola pengelolaan sampah seperti saat ini masa umur pakai TPA diestimasi tidak akan lama. Jika kebijakan ini berjalan dengan baik masa pakai TPA akan lebih panjang.

2. Nilai ekonomis bagi Industri “reusable bag”

Sebagai alternatif dari kantong pembawa barang belanjaan, masyarakat/konsumen dapat membeli *reusable bag*. Industri kreatif *reusable*

bag dapat tumbuh seiring dengan kebijakan ini, kebutuhan sebagai tas alternatif pembawa barang belanjaan konsumen..

3. Meningkatkan kesadaran konsumen dalam memilih produk-produk ramah lingkungan

Pilihan terbaik dalam mengurangi penggunaan produk-produk plastik adalah dengan memilih alternatif produk yang ramah lingkungan. Jika upaya dalam meminimalisir tidak dapat dilakukan. Kesadaran dalam memilih produk yang aman bagi lingkungan dapat membiasakan perilaku masyarakat menjadi pro-lingkungan untuk keberlanjutan.

4. Meminimalkan penggunaan kantong plastik

Upaya terbaik dalam mengelola persampahan dalam *waste hierarchy* termasuk kantong plastik itu sendiri sebagai pembawa barang belanjaan adalah dengan mencegah menggunakan kantong plastik jika memperhatikan dampak lingkungan. Karna masa urai kantong plastik seperti plastik lain yang sulit terurai secara alami di alam, selain itu makhluk hidup yang lain seperti hewan dapat terancam jika mengkonsumsi kantong plastik yang tidak dikelola dengan baik. Meminimalkan penggunaan kantong plastik baru dari ritel dapat dicegah dengan kesadaran konsumen membawa kantong belanja alternatif selain kantong belanja yang berbahan plastik. Jika konsumen membawa kantong alternatif permintaan kantong plastik dari ritel akan menurun.

Threats (Ancaman)

1. Hanya diterapkan untuk ritel/tempat tertentu

Tidak semua tempat/ritel yang menyediakan kantong plastik menerapkan kebijakan ini, dalam ruang lingkup kebijakan kantong plastik berbayar hanya rite/modern saja yang menjadi sasaran dalam kebijakan ini. Ritel/toko tradisional tidak berpartisipasi. Sehingga kecenderungan konsumen yang berbelanja diritel tradisional tidak mengetahui maksud dan tujuan kebijakan ini. Kebanyakan konsumen mendapatkan informasi kebijakan kantong plastik berbayar melalui ritel mereka berbelanja. Meskipun selain untuk mengurangi timbulan sampah tujuan kebijakan ini jika disosialisasikan dengan massif akan memberikan dampak dalam mengedukasi masyarakat.

2. Masyarakat belum menganggap sampah plastik sebagai prioritas pengelolaan
 Perlunya pengelolaan sampah kantong plastik perlu ditingkatkan oleh segenap pemangku kepentingan. Edukasi akan pengelolaan sampah plastik perlu ditingkatkan kepada seluruh masyarakat dan konsumen. Sebagai bentuk antisipasi dalam menanggulangi timbulnya sampah kantong plastik.

3. Belum ada pengendalian dan pengawasan berkala oleh Pemerintah Daerah (dinas terkait)

Dalam hal ini dinas terkait pada pemerintah daerah yang dimaksud adalah Dinas Lingkungan Hidup (DLH), satpol PP, dinas pariwisata dan dinas perdagangan. Informasi ritel akan pengawasan oleh pemerintah daerah tidak ada, hanya sosialisasi penerapan kebijakan ini yang dilakukan melalui DLH.

4. Konsumen masih mau membayar

Harga setiap kantong plastik baru yang diminta konsumen adalah Rp. 200, harga tersebut menurut penuturan konsumen masih dirasa murah sehingga konsumen mengabaikan harga tersebut. Konsumen masih rela mengeluarkan nominal Rp.200 untuk kantong plastik baru dari ritel. Harga yang cenderung murah tersebut membuat konsumen tidak memperdulikan akan menggunakan plastik, kemungkinan jika harga kantong plastik yang ditawarkan dirasa mahal konsumen akan mempertimbangkan penggunaan kantong plastik baru dari toko mereka berbelanja.

4.6. Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*)

4.6.1. Matrik IFAS dan EFAS

Analisis faktor strategi meliputi analisis faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal mempengaruhi terbentuknya kekuatan dan kelemahan. Sedangkan faktor eksternal mempengaruhi terbentuknya peluang dan ancaman, dalam hal ini menyangkut dengan kondisi ekologi-ekonomi-sosial masyarakat yang mempengaruhi kebijakan kantong plastik berbayar dan peraturan walikota tentang pengendalian penggunaan plastik di kota Semarang. Analisis faktor internal dilakukan dengan menggunakan matrik faktor strategi internal (*Internal Strategic Factors Analysis Summary/IFAS*), sedangkan analisis faktor eksternal

menggunakan matrik faktor strategi eksternal (*Eksternal Strategic Factors Analysis Summary/EFAS*). Matriks IE dan Matrik SWOT sehingga pada akhirnya dapat diketahui posisi Kuadran pengelolaan sampah plastik dan diperoleh alternatif-alternati strategi pengelolaan lebih lanjut. Setelah memperoleh data faktor kekuatan yang nantinya akan digunakan dan faktor kelemahan yang akan diantisipasi berdasarkan hasil analisis di lapangan.

Tabel 7 Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

No	Faktor-faktor intenal	Bobot	Rating	Skor
1	2	3	4	5
A Kekuatan (<i>Strenghts</i>)				
1	Aturan terkait mengenai pengelolaan sampah	0,21	3	0,63
2	Diterbitkannya Peraturan Walikota	0,17	4	0,67
3	Mendapatkan dukungan dari pelaku usaha	0,19	2	0,38
4	Menumbuhkan sikap pro-lingkungan	0,15	2	0,29
B Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)				
1	Kebijakan bersifat optional	0,08	4	0,33
2	Hanya berlaku untuk ritel modern	0,10	3	0,31
3	Penetapan harga yang cenderung relatif murah	0,06	4	0,25
4	Belum/tidak ada monitoring berkala	0,04	2	0,08
Jumlah		1,00		2,94

Sumber: olahan data, 2019

Faktor internal kekuatan indikator diterbitkannya peraturan walikota dengan skor sebesar 0,67 merupakan skor tertinggi hal ini terkait dengan adanya peraturan walikota no.27 tahun 2019 tentang pengendalian penggunaan plastik, sementara skor terendah faktor kekuatan adalah menumbuhkan sikap pro-lingkungan dengan skor 0,08, hal ini sesuai dengan wawancara yang telah dilakukan kepada konsumen dengan adanya kebijakan ini tidak merubah perilaku konsumen dalam menggunakan kantong plastik setelah mereka berbelanja. Sedangkan faktor kelemahan skor tertinggi ada pada indikator kebijakan bersifat optional, hal ini dikarenakan kebiakan ini hanya berlaku di toko modern saja sementara pasar/toko tradisional tidak diberlakukan penerapan kebijakan ini. Sementara skor terendahnya adalah belum ada/tidak ada monitoring berkala yaitu dengan skor 0,08 menurut salah satu pihak ritel belum pernah dilakukan

monitoring dari pihak manapun terkait kebijakan ini Hasil analisis internal pada tabel diatas menunjukkan nilai kondisi internal sebesar faktor kekuatan – faktor kelemahan = $1,98 - 0,98 = 0,98$.

Tabel 8 External Factor Analysis Summary (IFAS)

No	Faktor-faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
1	2	3	4	5
C	Peluang (Opportunities)			
1	Mengurangi beban TPA Jatibarang	0,18	3	0,55
2	Nilai ekonomis bagi industri "reusable bag"	0,26	2	0,33
3	Meningkatkan kesadaran masyarakat untuk memilih produk-produk ramah lingkungan	0,20	4	0,82
4	Masyarakat akan meminimalkan penggunaan kantong plastik	0,23	3	0,68
D	Ancaman (Threats)			
1	Hanya diterapkan untuk ritel/tempat tertentu	0,07	3	0,20
2	Masyarakat belum menganggap sampah plastik sebagai prioritas pengelolaan	0,09	3	0,14
3	Belum ada pengendalian dan pengawasan berkala oleh Pemerintah Daerah (dinas terkait)	0,05	2	0,18
4	Konsumen masih mau membayar	0,02	4	0,09
Jumlah		1,00		2,98

Sumber: olahan data, 2019

Pada faktor external peluang yang paling besar adalah indikator menumbuhkan kesadaran masyarakat untuk memilih produk-produk ramah lingkungan dengan skor 0,82 dengan adanya kebijakan plastik berbayar melalui sosialisasi ritel yang berpartisipasi konsumen menjadi tahu alasan kenapa kebijakan ini diberlakukan. Sementara skor terendah adalah nilai ekonomis bagi industri *reusable bag* dengan skor 0,33 hal ini dimungkinkan banyak masyarakat telah memiliki tas *reusable bag* sendiri dirumah. Sedangkan pada ancaman indikator tertinggi adalah belum ada pengawasan dan pengendalian berkala dengan skor 0,36. Sementara terendah adalah indikator masyarakat masih mau membayar dengan skor 0,09. Penetapan harga yang rendah membuat konsumen tidak berpikir ulang untuk membayar Rp.200 sebagai pengganti kantong plastik yang mereka gunakan. Hasil analisis external pada tabel diatas menunjukkan nilai kondisi internal sebesar faktor peluang – faktor ancaman = $2,36 - 0,61 = 1,75$.

4.6.2. Matrik SWOT

Tabel 9 Penyajian Matrik SWOT

<p style="text-align: center;">Internal (IFAS)</p> <p style="text-align: center;">External (EFAS)</p>	<p style="text-align: center;">Strengths (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aturan terkait mengenai pengelolaan sampah 2. Diterbitkannya Peraturan Walikota 3. Mendapatkan dukungan dari pelaku usaha 4. Menumbuhkan sikap pro-lingkungan 	<p style="text-align: center;">Weakness (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kebijakan bersifat optional 2. Hanya berlaku untuk ritel modern 3. Penetapan harga yang cenderung relatif murah 4. Belum/tidak ada monitoring berkala
<p style="text-align: center;">Opportunities (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kesadaran masyarakat untuk memilih produk-produk ramah lingkungan 2. Mengurangi beban TPA Jatibarang 3. Nilai ekonomis bagi industri "reusable bag" 4. Masyarakat akan meminimalkan penggunaan kantong plastik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sosialisasi pemerintah daerah kepada ritel untuk bekerjasama dalam menyampaikan informasi mengenai dampak kantong plastik (S1, S2, S3,S4, O1, O4) 2. Pihak ritel menawarkan produk alternatif pengganti kantong plastik untuk konsumen (S3, S4, O1,O4) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengingatkan masyarakat/konsumen melalui berbagai event daerah (W1,W4,O1,O3) 2. Membangun pusat informasi dan pusat daur ulang mengenai sampah (W2,W3, O2,O4)
<p style="text-align: center;">Threat (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hanya diterapkan untuk ritel/tempat tertentu 2. Masyarakat belum menganggap sampah plastik sebagai prioritas pengelolaan 3. Belum ada pengendalian dan pengawasan berkala 4. Konsumen masih mau membayar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penerapan kebijakan disemua ritel baik modenr/tradisional (S1, S2, S3, T1,T2,T3) 2. Memberikan edukasi kepada masyarakat akan pentingnya menjaga lingkungan dari sampah (S4, S2,T2) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengajak konsumen untuk membawa tas belanja sendiri untuk menghindari membeli kantong plastik baru (W1,W2,W3,T1,T4) 2. Mendaur ulang sampah plastik untuk digunakan kembali (W1,W3,W4T2,T4)

Tabel 10 Gabungan Strategi SWOT

No	Strategi	Nilai	Prioritas
1. Strategi SO			
1	Sosialisasi pemerintah daerah kepada ritel untuk bekerjasama dalam menyampaikan informasi mengenai dampak kantong plastik (S1, S2, S3,S4, O1, O4)	1,99	II
2	Pihak ritel menawarkan produk alternatif pengganti kantong plastik untuk konsumen (S3, S4, O1,O4)	1,05	VII
2. Strategi ST			
1	Penerapan kebijakan disemua ritel baik modern/tradisional (S1, S2, S3, T1,T2,T3)	2,19	I
2	Memberikan edukasi kepada masyarakat akan pentingnya menjaga lingkungan dari sampah (S4, S2,T2)	1,05	VI
3. Strategi WO			
1	Mengingatnkan masyarakat/konsumen melalui berbagai event daerah (W1,W4,O1,O3)	1,95	III
2	Membangun pusat informasi dan pusat daur ulang mengenai sampah (W2,W3, O2,O4)	1,56	IV
4. Strategi WT			
1	Mengajak konsumen untuk membawa tas belanja sendiri untuk menghindari membeli kantong plastik baru (W1,W2,W3,T1,T4)	1,28	V
2	Mendaur ulang sampah plastik untuk digunakan kembali (W1,W3,W4T2,T4)	0,96	VIII

Sumber: olahan data, 2019

Dari tabel 10 gabungan SWOT diatas terdapat urutan prioritas yang dapat menjadi pertimbangan dalam implementasi kebijakan kantong plastik berbayar di kota Semarang. Prioritas utama dalam tabel tersebut adalah dalam strategi ST (*strenght-threat*) yaitu penerapan kebijakan disemua ritel baik modern maupun tradisional juga dengan nilai tertinggi yaitu 2,19. Hal ini agar masyarakat dan konsumen yang lebih sering berbelanja di ritel tradisional juga mengetahui adanya kebijakan kantong plastik berbayar ini, mengingat kebanyakan konsumen mengetahui informasi kebijakan kantong plastik berbayar ini biasanya dari ritel mereka berbelanja.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Implementasi kebijakan kantong plastik berbayar di kota Semarang.

Dengan adanya surat edaran pemerintah daerah melalui surat walikota Semarang no : 658.1/517 tanggal 11 Februari 2016 yang ditujukan kepada Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK), disebutkan bahwa pemerintah daerah kota Semarang mendukung penerapan kebijakan kantong plastik berbayar. Untuk penerapan harga, pemerintah daerah menerapkan harga minimal Rp. 200,- sesuai kesepakatan antara pemerintah pusat dan APRINDO.

2. Perilaku konsumen dalam menyikapi kebijakan kantong plastik berbayar di kota Semarang.

a. *Green Product Price*: harga kantong plastik yang cenderung murah sehingga konsumen tidak keberatan untuk membayar Rp. 200 untuk mendapatkan kantong plastik baru ketika mereka berbelanja. Konsumen bersedia untuk membayar untuk mendapatkan kantong plastik dari ritel.

b. *Environmental Awarness*: konsumen menyadari dampak penggunaan kantong plastik jika tidak dikelola dengan baik bagi kualitas lingkungan, tetapi dilapangan konsumen masih menggunakan kantong plastik dan tidak membawa kantong plastik ramah lingkungan ketika berbelanja. Hal ini dikarenakan faktor kecenderungan harga yang masih murah menurut konsumen.

c. *Green Product Information*: konsumen mengetahui adanya kebijakan kantong plastik berbayar yang diterapkan di Kota Semarang. Konsumen mendapatkan informasi adanya kebijakan kantong plastik berbayar dari ritel mereka berbelanja. Meskipun terdapat informasi mengenai produk plastik ramah lingkungan yang mana sepenuhnya tidak sesuai dengan

kajian terhadap ramah lingkungan terhadap produk kantong plastik tersebut. Tidak terdapat informasi mengenai SNI pada produk kantong plastik yang ritel sediakan.

b. Perilaku konsumen dalam membawa tas belanja sendiri

Konsumen mengetahui adanya kebijakan tetapi konsumen masih belum berinisiatif untuk membawa tas belanja sendiri ketika mereka berbelanja untuk mengurangi kantong plastik.

3. Adapun faktor-faktor yang menjadi penghambat dan pendukung dalam pengendalian pengelolaan sampah kantong plastik adalah;

a. Faktor-faktor pendukung

1. Telah terbitnya aturan secara spesifik untuk mengurangi penggunaan plastik yaitu styrofoam, pipet dan kantong plastik yang dituangkan melalui peraturan daerah, Peraturan Walikota No.27 tahun 2019.
2. Surat edaran walikota telah disebarakan terkait peraturan walikota tersebut melalui Surat Edaran Walikota Nomor; 660.1/4910 mengenai pengendalian penggunaan plastik.
3. Dinas Lingkungan Hidup (DLH) Kota Semarang sebagai bagian dari pemerintah daerah telah bersinergi dengan dengan dinas terkait untuk mengurangi penggunaan kantong plastik sebagai bentuk urgensi atas permasalahan sampah plastik yang masih menjadi permasalahan.

b. Faktor-faktor penghambat

1. Sikap pro-lingkungan konsumen/masyarakat masih dirasa kurang, indikasi dari hal ini adalah mereka masih mau membayar kantong plastik dan sengaja tidak membawa kantong plastik sendiri karna harga dalam penerapan masih dirasa konsumen/masyarakat murah.
2. Monitoring berkala dari dinas terkait belum/tidak ada untuk memonitor jalannya aturan ini.
3. Pemberlakuan kebijakan ini masih bersifat optional. Ritel boleh menerapkan kebijakan ini atau tidak menerapkan.

4. Harga penetapan kantong plastik yang cukup murah menyebabkan konsumen tidak berpikir ulang untuk menggunakan kantong plastik baru.
5. Belum/tidak adanya monitoring dari pusat maupun pemerintah daerah dalam menerapkan kantong kebijakan kantong plastik berbayar dan peraturan walikota tentang pengendalian penggunaan plastik.
6. Sanksi yang belum diberlakukan bagi ritel/pelaku usaha yang masih menyediakan kantong plastik.

5.2. Saran

1. Evaluasi dan monitoring berkala perlu dilakukan agar tujuan dari kebijakan ini dapat tercapai sesuai target yang telah ditetapkan.
2. Evaluasi terhadap penetapan harga, harga dirasa yang masih cenderung murah sehingga tidak merubah perilaku konsumen untuk menggunakan kantong plastik baru.
3. Edukasi mengenai dampak kantong plastik perlu disosialisasikan lebih lanjut, masih banyak konsumen yang belum sepenuhnya tahu mengenai maksud dan tujuan kebijakan kantong plastik berbayar.
4. Harga kantong plastik dievaluasi agar konsumen berpikir ulang untuk menggunakan kantong plastik baru dari toko ketika mereka berbelanja.
5. Wacana mengenai pelarangan penggunaan kantong plastik dan pengenaan cukai kantong plastik perlu dikaji lebih lanjut sebagai alternatif untuk pengurangan kantong plastik di kemudian hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Adane, L. and Muleta, D., 2011. 'Survey on the usage of plastic bags, their disposal and adverse impacts on environment: A case study in Jimma City, Southwestern Ethiopia', *Journal of Toxicology and Environmental Health Sciences*, 3(August), pp. 234–248.
- Afan, Gaffar., 2009. *Politik Indonesia: Transisi Menuju Demokrasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Akib, Haedar., dan Tarigan, Antonius., 2008. Artikulasi Konsep Implementasi Kebijakan: Perspektif, Model Dan Kriteria Pengukurannya, *Jurnal Kebijakan Publik*.
- Alex, S. 2012. "Sukses Mengolah Sampah Organik Menjadi Pupuk Organik". Pustaka Baru Press. Sleman, Yogyakarta.
- Asmuni, S. *et al.*, 2015. 'Public Participation and Effectiveness of the no Plastic Bag Day Program in Malaysia', *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. Elsevier B.V., 168, pp. 328–340. doi: 10.1016/j.sbspro.2014.10.238.
- Ayalon, O. *et al.*, 2009. 'Reduction of plastic carrier bag use: An analysis of alternatives in Israel', *Waste Management*. Elsevier Ltd, 29(7), pp. 2025–2032. doi: 10.1016/j.wasman.2009.02.016.
- Baedhowi., 2004. *Implementasi Kebijakan Otonomi Daerah Bidang Pendidikan: Studi Kasus di Kabupaten Kendal dan Kota Surakarta*. Disertasi Departemen Ilmu Administrasi FISIP Universitas Indonesia. Jakarta.
- Bashir, N. H. H., 2013. 'Plastic problem in Africa', *Japanese Journal of Veterinary Research*, 61(SUPPL.). doi: 10.14943/jjvr.61.suppl.s1.
- Bahagia, et.al., 2019. Analisis Implementasi Kebijakan Kantong Plastik Berbayar di Ritel Modern Banda Aceh. *Serambi Engineering*. Volume IV (2); 549-556
- Bandura, A., 1986. *Social Foundations of Thought and Action*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Basili, M., Di Matteo, M. and Ferrini, S. (2006) 'Analysing demand for environmental quality: A willingness to pay/accept study in the province of Siena (Italy)', *Waste Management*, 26 (3), pp. 209–219. doi: 10.1016/j.wasman.2004.12.027.
- Bearden, H Joe, John W Fuquay, dan Scott T. Willard., 2004. *Applied Animal Reproduction*. Upper Saddle River : New Jersey
- Boztepe, Aysel., 2012. *Green marketing* and its impact on consumer buying behaviour. *European Journal of Economic and Political Studies*.
- Bungin, Burhan., 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta:Putra Grafika
- Dharmmesta, Basu Swastha., Handoko, T. Hani. 2012. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. BPF, Yogyakarta.
- Dikgang, J., Leiman, A. and Visser, M., 2012. Analysis of the plastic-bag levy in South Africa, *Resources, Conservation and Recycling*. Elsevier B.V., 66, pp. 59–65. doi: 10.1016/j.resconrec.2012.06.009.

- Dye, Thomas R., 1981. *Understanding Public Policy*, Prentice-Hall International, Inc., Englewood Cliffs, New York.
- Edward III, George C (edited)., 1984, *Public Policy Implementing*, Jai Press Inc, London-England.H.B. Sutopo. 2002. *Pengantar Penelitian Kualitatif*. Surakarta : Universitas Sebelas Maret Press.
- Freddy, Rangkuti., 2006. *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- FuiYeng, Wong & Rashad Yazdanifard. 2015. Green marketing: A study of consumers' buying behaviour in relation to green product. *Global Journal of Management and Business Research: E Marketing*, Volume 15 Issue 5 Version 1.0, 17-23.
- Goggin, Malcolm L et al. 1990. *Implementation, Theory and Practice*, Scott, Foresmann and Company, USA
- Grindle, Merilee S., 1980. *Politics and Policy Implementation in The Third World*. New Jersey: Princeton University Press.
- Haryadi, Rudi., 2009. *Pengaruh Strategi Green Marketing Terhadap Pilihan Konsumen Melalui Pendekatan Marketing Mix (Studi Kasus Pada The Body Shop Jakarta)*. Thesis. Program Studi Magister Management Program Pascasarjana Universitas Diponegoro.
- Hoegh-Guldberg, O. . *et al.*, 2015. 'The ocean', *Climate Change 2014: Impacts, Adaptation and Vulnerability: Part B: Regional Aspects: Working Group II Contribution to the Fifth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change*, (January), pp. 1655–1734. doi: 10.1017/CBO9781107415386.010.
- Hyman, M., Turner, B. and Carpintero, A., 2013. *Guidelines for National Waste Management Strategies: Moving from Challenges to Opportunities, The Inter-Organisation Programme for the Sound Management of Chemicals (IOMC)*. doi: ISBN 978-92-807-3333-4.
- Jacobsen, David A, et. al., 2009. *Methods for Teaching*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Jakovcevic, A. *et al.*, 2014. 'Charges for plastic bags: Motivational and behavioral effects', *Journal of Environmental Psychology*. Elsevier Ltd, 40, pp. 372–380. doi: 10.1016/j.jenvp.2014.09.004.
- Jalil, M. A., Mian, M. N. and Rahman, M. K. (2013) 'Using Plastic Bags and Its Damaging Impact on Environment and Agriculture: An Alternative Proposal', *International Journal of Learning and Development*, 3(4), p. 1. doi: 10.5296/ijld.v3i4.4137.
- Jambek, Jenna R et al., 2015. Plastic Waste Inputs Into the Ocean. *Science* 347. DOI; 10.1126/science.1260352
- Kamaruddin, R. and Yusuf, M. M., 2012. 'Selangor Government's "No plastic Bag Day" Campaign: Motivation and Acceptance Level', *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 42 (July 2010), pp. 205–211. doi: 10.1016/j.sbspro.2012.04.183.
- Keban, Y.T., 2004. *Enam Dimensi Strategi Administrasi Publik: Konsep, Teori, dan Isu*. Yogyakarta: Gava Media.

- Lexy J. Moleong., 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Lindblom, Charles E., 1980. *The Policy Making Process*. London : Prentice Hall.
- Liobikiene, Genovaite, Justina Mandravickaite, dan Jurga Bernatoniene. 2016. Theory of planned behaviour approach to understand the green purchasing behaviour in the EU: a cross-cultural study. *Journal Ecological Economics* 125 (2016) 38-46.
- Kotler, Philip., 2001. *Manajemen Pemasaran* (Benyamin Melon, Penerjemah, Jilid I, Edisi 11). Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller., 2009. *Manajemen Pemasaran*. Alih Miller, R. (2012) 'Plastic Shopping Bags: An Analysis of Policy Instruments for Plastic Bag Reduction', pp. 5–66.
- Mazmanian, Daniel A and Paul A. Sabatier. 1983. *Implementation and Public Policy*, Scott Foresman and Company, USA.
- Mowen, John, C dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid Kedua. Jakarta: Erlangga.
- Musa, H. M. *et al.*, 2013. 'Measures Aimed at Reducing Plastic Carrier Bag Use: A Consumer Behaviour Focused Study', *Natural Environment*, 1(1), p. 17. doi: 10.12966/ne.06.02.2013.
- Mustopadidjaja , AR., 2003. *Manajemen Proses Kebijakan Publik, Formulasi, Implementasi dan Evaluasi Kinerja*. Jakarta: Penerbit LAN.
- Nugroho, Riant., 2007. *Kebijakan Publik untuk Negara-Negara Berkembang (Model-model Perumusan Implementasi dan Evaluasi)*. PT.Elex Media Komputindo: Jakarta
- Octoviani, Aniza., 2011. *Pengaruh Strategi Green Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan The Body Shop Dikalangan Mahasiswa*. Thesis. Program Pasca Sarjana Ilmu Administrasi Kekhususan Bisnis Internasional Universitas Indonesia.
- Ohtomo, S. and Ohnuma, S., 2014. 'Psychological Interventional Approach For Reduce Resource Consumption: Reducing Plastic Bag Usage At Supermarkets', *Resources, Conservation and Recycling*. Elsevier B.V., 84, pp. 57–65. doi: 10.1016/j.resconrec.2013.12.014.
- Patton, Carl. V dan David S. Sawicki.1993. *Basic Methods of Policy Analys and Planning*. Prentice Hall Upper Saddle River N.J 07458.
- Patel, V. and Meka, S., 2013. 'Forecasting of Municipal Solid Waste Generation for Medium Scale Towns Located in the State of Gujarat, India', *International Journal of Innovative Research in Science, Engineering and Technology*, 2(9), pp. 4707–4716.
- Peraturan Pemerintah No.81, 2012. *Pengelolaan Sampah Rumah Tangga Sampah Sejenis Rumah Tangga*. 2012. Jakarta.
- Peraturan Walikota Semarang No. 27, 2019. *Pengendalian Penggunaan Plastik Tahun 2019*. Semarang.
- Prihandarini., 2004. *Manajemen Sampah Daur Ulang Sampah Menjadi Pupuk Organik*. Jakarta: perpod.
- Quade, E.S., 1977. *Analysis for Public Decisions*. New York: Elsevier.

- Rabin, Jack., 2005. *Encyclopedia of Public Administration and Public Policy*, Taylor & Francis Group, LLC USA.
- Rahbar, Elham dan Nabsiah Abdul Wahid. 2011. Investigation Of Green Marketing Tools' Effect On Consumers' Purchase Behaviour. *Business Strategy Series*, Vol. 12 No 2, pp 73-83
- Ripley, R.B., 1986. *Policy Analysis In Political Science*. Chicago: Nelson – Hall Publishers.
- Soemirat, J., 2005. *Taksikologi Lingkungan*. Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah., 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sabatier, Paul., 1986. "Top down and Bottom up Approaches to Implementation Research" *Journal of Public Policy* 6, (Jan), h. 21-48.
- Situmorang, James R., 2011. Pemasaran Hijau Yang Semakin Menjadi Kebutuhan Dalam Bisnis. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Volume 7, No. 2, 131-142
- Subandi, Ahmad., 1982. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta.
- Suki, Norazah Mohd..2013. Green awareness effects on consumers' purchasing decision: some insights from Malaysia. *Universiti Sains Malaysia*, Vol. 9, No. 2, 49-63.
- Sunggono, Bambang., 1994. *Hukum dan Kebijakan Publik*, Jakarta: PT Karya Unipress.
- Suryani, A. S., 2016. 'Persepsi Masyarakat Dan Analisis Willingness To Pay Terhadap Kebijakan Kantong Plastik Berbayar Studi Di Jakarta Dan Bandung', (April 2012), pp. 359–376.
- Sutopo, L., 2002. *Teknologi Benih*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah.
- Unep., 2014. *Valuing Plastics: The Business Case for Measuring, Managing and Disclosing Plastic Use in the Consumer Goods Industry*. Available at: www.unep.org/pdf/ValuingPlastic/.
- Vicente-Molina, M. A., Fernandez-Sainz, A., dan Izagirre-Olaizola., 2013. Environmental Knowledge and Other Variables Affecting Pro-Environmental Behaviour: Comparison of University Students from Emerging and Advanced Countries, *Journal of Cleaner Production* 61: 130-138.
- Wahab, Solichin A. 2008. *Analisis Kebijakan: Dari Formulasi ke Implementasi Kebijakan Negara Edisi kedua*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Winarno, Budi. 2002. *Kebijakan Publik: Teori dan Proses*. Media Presindo: Yogyakarta.
- Zhu, Q., 2011. 'An appraisal and analysis of the law of "Plastic-Bag Ban", *Energy Procedia*, 5, pp. 2516–2521. doi: 10.1016/j.egypro.2011.03.432.