



# Pengaruh Kebijakan Larangan Plastik dan Iklan Ramah Lingkungan Terhadap Perubahan Perilaku Konsumen di Kota Mataram

Ni Ketut Manik Wirdisari<sup>1\*</sup>, Didy Ika Supryadi<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia.

## Article Info

Received: May 27, 2025

Revised: July 10, 2025

Accepted: August 9, 2025

Published: September 30, 2025

Corresponding Author:  
Ni Ketut Manik Wirdisari  
[maniksari07@gmail.com](mailto:maniksari07@gmail.com)

DOI: [10.29303/alexandria.v6i2.1018](https://doi.org/10.29303/alexandria.v6i2.1018)

© 2025 The Authors. This open access article is distributed under a (CC-BY License)



**Abstract:** This research is motivated by the increasing global concern about environmental pollution issue due to the use of single-use plastics. Mataram City, which has implemented a plastic ban policy, is the object of study. The main objective of this research is to analyze the extent to which the plastic ban policy and environmental-friendly advertising influence consumer behavior change in Mataram City. This study uses a quantitative approach with a survey method of 100 respondents selected purposively. The main instrument is a questionnaire, and the data is analyzed using multiple linear regression. The results show that the plastic ban policy has a significant influence on consumer behavior change, marked by an increase in the use of environmentally friendly shopping bags and awareness of environmental issues. Environmental-friendly advertising also contributes to shaping more positive consumer perceptions and attitudes towards sustainable behavior. This research provides an important contribution to the government and businesses in designing more effective communication strategies and public policies.

**Keywords:** Plastic Ban Policy, Environmental-Friendly Advertising, Behavior Change, Consumer Behavior, Sustainability.

**Abstrak:** Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya kepedulian global terhadap isu pencemaran lingkungan akibat penggunaan plastik sekali pakai. Kota Mataram sebagai salah satu daerah yang telah menerapkan kebijakan larangan plastik menjadi objek penelitian ini. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis sejauh mana kebijakan larangan plastik dan iklan ramah lingkungan berpengaruh terhadap perubahan perilaku konsumen di Kota Mataram. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 100 responden yang dipilih secara purposive. Instrumen utama berupa kuesioner, dan data dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan larangan plastik memiliki pengaruh signifikan terhadap perubahan perilaku konsumen, terlihat dari meningkatnya penggunaan tas belanja ramah lingkungan dan kesadaran terhadap isu lingkungan. Iklan ramah lingkungan juga terbukti berkontribusi dalam membentuk persepsi dan sikap konsumen yang lebih positif terhadap perilaku berkelanjutan. Penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi pemerintah dan pelaku usaha dalam merancang strategi komunikasi dan kebijakan publik yang lebih efektif.

**Kata Kunci:** Kebijakan Larangan Plastik, Iklan Ramah Lingkungan, Perubahan Perilaku Konsumen, Keberlanjutan.

## How to Cite:

Ni Ketut Manik Wirdisari, & Didy Ika Supryadi. (2025). Pengaruh Kebijakan Larangan Plastik dan Iklan Ramah Lingkungan Terhadap Perubahan Perilaku Konsumen di Kota Mataram. *ALEXANDRIA (Journal of Economics, Business, & Entrepreneurship)*, 6(2), 237-239. <https://doi.org/10.29303/alexandria.v6i2.1018>

## Pendahuluan

Plastik telah menjadi bagian tak terpisahkan dalam kehidupan modern karena sifatnya yang ringan, tahan lama, dan murah. Namun, karakteristik ini juga menyebabkan akumulasi limbah plastik yang sulit terurai dan berdampak buruk terhadap lingkungan. Berdasarkan laporan *International Union for Conservation of Nature (IUCN)*, lebih dari 300 juta ton plastik diproduksi setiap tahun dan Sebagian besar menjadi limbah yang mencemari ekosistem darat dan laut (Afroz, 2017). Data dari UNEP menyebutkan bahwa Indonesia merupakan penyumbang limbah plastik terbesar kedua di dunia setelah Tiongkok (World Economic Forum, 2016).

Sebagai bentuk respons terhadap persoalan ini, pemerintah Kota Mataram mengeluarkan kebijakan melalui Peraturan Wali Kota Mataram No.2 Tahun 2023 yang membatasi penggunaan kantong plastik sekali pakai di pusat perbelanjaan modern. Kebijakan ini bertujuan untuk mengurangi ketergantungan masyarakat terhadap plastik dan mendorong penggunaan alternatif yang lebih ramah lingkungan seperti tas kain atau kertas (Nindiyasari, 2024).

Namun demikian, keberhasilan implementasi kebijakan tidak hanya bergantung pada aturan tertulis semata, tetapi juga pada kesadaran dan perilaku masyarakat. Menurut Winarno (2012) implementasi kebijakan membutuhkan sistem penyampaian kebijakan (*policy delivery system*) yang mampu menjembatani tujuan pemerintah dengan masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan persuasif melalui media komunikasi seperti iklan ramah lingkungan yang dapat membentuk kesadaran dan perilaku konsumen (Madjadikesa, 2004; Wirawan, 1999).

## Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Sampel penelitian sebanyak 100 responden ditentukan melalui teknik purposive sampling dengan kriteria tertentu, seperti berdomisili di Kota Mataram, pernah berbelanja di toko yang menerapkan larangan plastik, dan pernah terpapar iklan ramah lingkungan. Instrumen utama berupa kuesioner yang disusun dalam skala likert lima poin mulai dari "sangat tidak setuju" hingga "sangat setuju" (Sugiyono, 2019).

Data yang diperoleh diuji validitas dan reliabilitasnya menggunakan analisis korelasi dan Cronbach's Alpha (Siregar, 2010). Selanjutnya, dilakukan uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh kebijakan larangan

plastik (X1) dan iklan ramah lingkungan (X2) terhadap perubahan perilaku konsumen (Y).

## Hasil dan Pembahasan

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum analisis lebih lanjut, dilakukan uji validitas untuk mengetahui apakah item-item dalam kuesioner mampu mengukur indikator secara akurat. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pada variabel X1 (kebijakan larangan plastik), X2 (iklan ramah lingkungan), dan Y (perubahan perilaku konsumen) memiliki nilai Rhitung > Rtabel (0,197), sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan valid. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan menggunakan nilai "Cronbach's Alpha", dengan nilai di atas 0,6. Menunjukkan bahwa instrumen pada masing-masing variabel memiliki tingkat konsistensi internal yang tinggi. Sehingga seluruh variabel dalam penelitian ini dianggap reliabel dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut. Analisis Regresi Linier Berganda Hasil analisis regresi linier berganda pada penelitian ini menunjukkan bahwa kedua variabel independen (X1 dan X2) berpengaruh secara signifikan terhadap perubahan perilaku konsumen (Y). Hasil ini diperoleh dari uji t yang menunjukkan nilai signifikansi di bawah 0,05.

**Tabel 1.** Uji Hipotesis (Uji t)

Model	Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.817	.367		4.945	.000
X1	.381	.073	.472	5.203	.000
X2	.194	.082	.214	2.360	.020

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa kedua variabel independent, yaitu kebijakan larangan plastik (X1) dan iklan ramah lingkungan (X2) berpengaruh signifikan terhadap perubahan perilaku konsumen (Y). Untuk variabel X1, nilai koefisien regresi sebesar 0.381 dengan nilai Thitung 5.203 dan nilai signifikansi  $0.000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa kebijakan larangan plastik berpengaruh positif dan signifikan terhadap perubahan perilaku konsumen. Dengan demikian, **hipotesis pertama (H1) diterima**.

Sementara itu, untuk variabel X2, diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0.194 dengan nilai Thitung 2.360 dan nilai signifikansi  $0.020 < 0,05$ . Ini mengindikasikan bahwa iklan ramah lingkungan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap perubahan perilaku konsumen. Dengan demikian, **hipotesis kedua (H2) diterima**.

Temuan ini mendukung hipotesis bahwa kebijakan dan komunikasi publik mampu mempengaruhi perilaku masyarakat. Hal ini sejalan dengan pandangan Kotler dan Zaltman (1971) serta Kotler dan Lee (2019) yang menekankan pentingnya pemasaran sosial sebagai alat perubahan perilaku yang efektif.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kebijakan larangan plastik dan iklan ramah lingkungan secara simultan dan pasrial berpengaruh signifikan terhadap perubahan perilaku konsumen di Kota Mataram. Kebijakan memberikan Batasan dan aturan baru, sedangkan iklan membentuk kesadaran dan motivasi konsumen untuk berperilaku lebih ramah lingkungan.

## Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Dr. Didy Ika Supryadi, SE., MM. selaku dosen pembimbing skripsi atas bimbingan dan arahan yang telah diberikan selama proses penelitian ini. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Universitas Mataram atas lingkungan akademik dan fasilitas yang telah mendukung kelancaran penelitian. Ucapan terima kasih khusus juga disampaikan kepada seluruh responden serta semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyelesaian penelitian ini.

## Daftar Pustaka

- Afroz, R. (2017). *The knowledge, awareness, attitude, and motivational analysis of plastic waste and household perspective in Malaysia*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Lee, N. R. (2019). *Social Marketing: Changing Behaviors for Good* (5th ed.). Sage Publications.
- Kotler, P., & Zaltman, G. (1971). Social Marketing: An approach to planned social change. *Journal of Marketing*, 35(3), 3–12.
- Madjadikesa, S. (2004). *Komunikasi Massa: Teori dan Praktik*. Jakarta: Kencana.
- Nindyasari, P. Y. (2024). *ANALISIS RESPON DAN PERILAKU MASYARAKAT TERHADAP PENGGUNAAN ECOCAPSITBAG SEBAGAI SOLUSI PENGGANTI KANTONG PLASTIK SEKALI PAKAI UNTUK MITIGASI POLUSI PLASTIK*.
- Siregar, S. (2010). *Statistika Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Winarno. (2012). *Teori dan Implementasi Kebijakan Publik*. Jakarta: Prenadamedia.
- Wirawan, I. B. (1999). *Teori-teori Sosial dalam Perspektif dan Praktik*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- World Economic Forum. (2016). *The New Plastics Economy: Rethinking the Future of Plastics*. Geneva: WEF Report.