

**PENGARUH PERSEPSI PENGENAAN CUKAI
ATAS KANTONG PLASTIK TERHADAP
GREEN BEHAVIOUR MASYARAKAT DI KOTA
MALANG**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Menempuh Ujian Sarjana
Pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya**

**ELDY ELFREDO BALEYA
NIM. 155030401111062**



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PROGRAM STUDI PERPAJAKAN
MALANG
2019**

MOTTO DAN HALAMAN PERSEMBAHAN

“Tuhan tidak merubah nasib suatu bangsa, sebelum bangsa itu merubah nasibnya”

(Bung Karno)



Saya persembahkan skripsi ini kepada Sustaryan Ferdinand Baleya, Herlyne Apryones Bohoh, dan Ferlyne Feronica Baleya yang menjadi *core support* saya sejak lahir di dunia ini, kasih sayang, doa, nasihat dan kesabaran yang terus diberikan oleh keluarga saya tercinta merupakan motivasi utama saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Tidak kalah pentingnya seluruh dukungan yang diberikan oleh kerabat dan kawan-kawan seperjuangan di Malang

Terimakasih semuanya

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Persepsi Pengenaan Cukai atas Kantong Plastik
Terhadap Minat *Green Behaviour* Masyarakat di Kota Malang

Disusun oleh : Eldy Elfredo Baleya

NIM : 155030401111062

Fakultas : Ilmu Administrasi

Jurusan : Ilmu Administrasi Bisnis

Program Studi : Perpajakan

Malang, 29 November 2019

Dosen Pembimbing


Priandhita Sukowidvanti Asmoro, SE., MSA.Ak
NIP. 19861117 201504 2 002

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

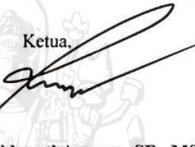
Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi, Fakultas Ilmu Administrasi
Universitas Brawijaya, pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 19 Desember 2019
Jam : 08.00
Skripsi atas nama : Eldy Alfredo Baley (155030401111062)
Judul : Pengaruh Persepsi Pengenaan Cukai atas Kantong Plastik

Terhadap *Green Behaviour* Masyarakat di Kota Malang
dan dinyatakan LULUS

MAJELIS PENGUJI

Ketua,



Priandhita Sakowidvanti Asmoro, SE., MSA.Ak
NIP. 19861117 201504 2 002

Anggota,



Rosalita Rachma Agusti, SE., MSA.Ak
NIP. 19881223 201504 2 001

Anggota,



Dessanti Putri Sekti Ari, SE., MSA.Ak
NIP. 19881223 201504 2 001

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Malang, 29 November 2019
Mahasiswa,



Nama : Ely Elfredo Baleya
NIM : 155030401111062

RINGKASAN

Eldy Alfredo Baleya, 2019, **Pengaruh Persepsi Pengenaan Cukai atas Kantong Plastik Terhadap *Green Behaviour* Masyarakat Di Kota Malang.** Priandhita Sukowidyanti Asmoro, SE., MSA.Ak., 135 hal + xiv

Pertumbuhan jumlah penduduk, aktivitas, dan gaya hidup masyarakat yang beragam mengakibatkan meningkatnya konsumsi plastik di masyarakat. Peningkatan konsumsi plastik yang terjadi terus menerus dapat menyebabkan permasalahan sampah plastik yang berbahaya bagi lingkungan dan makhluk hidup. Hal ini dapat diatasi dengan adanya peran pemerintah (*government intervention*) sebagai pembuat kebijakan (*policy maker*). Salah satu kebijakan yang dapat dilakukan pemerintah adalah dengan mengenakan cukai atas kantong plastik. Pengenaan cukai atas kantong plastik akan meningkatkan harga kantong plastik. Peningkatan harga kantong plastik dapat menyebabkan berkurangnya permintaan atas konsumsi kantong plastik yang berarti dapat mengurangi penumpukan sampah plastik. Berkurangnya penggunaan kantong plastik di masyarakat menandakan bahwa adanya peningkatan perilaku ramah lingkungan (*green behaviour*) pada masyarakat. Hal ini terjadi karena adanya persepsi yang timbul di masyarakat akibat dari kebijakan cukai kantong plastik. Persepsi ini yang memberikan kontrol secara langsung kepada perilaku masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi pengenaan cukai atas kantong plastik terhadap *green behaviour* masyarakat di Kota Malang. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Adapun variabel bebasnya, yaitu persepsi pengenaan cukai atas kantong plastik (PERCEPTION) dan variabel terikatnya adalah *green behaviour* masyarakat di Kota Malang (BEHAVIOUR).

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan *explanatory research*. Lokasi penelitian di 5 brand toko ritel yang terdaftar pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang, yaitu: 1) Alfamart, 2) Indomaret, 3) Superindo, 4) Giant, 5) Hypermart. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh langsung dari kuesioner yang dibagikan kepada responden. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan jumlah sampel sebanyak 250 responden melalui teknik *quota sampling*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi pengenaan cukai atas kantong plastik berpengaruh signifikan terhadap *green behaviour* masyarakat di Kota Malang. Adapun pengaruh yang diberikan sebesar 5,8%, sedangkan sisanya 94,2% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak ada dalam penelitian ini. Hasil penelitian juga menunjukkan setiap penambahan 1% nilai variabel PERCEPTION, maka nilai variabel BEHAVIOUR bertambah sebesar 0,290.

Kata Kunci: Persepsi, Pengenaan Cukai, Kantong Plastik, *Green Behaviour*, Perilaku, Perilaku Ramah Lingkungan, Kontrol.

SUMMARY

Eldy Alfredo Baleya, 2019, The Impact Perception of Imposition Excise On Plastic Bags To Green Behaviour of The Society On Malang City. Priandhita Sukowidyanti Asmoro, SE., MSA.Ak., 135 pages + xiv

The number of population, activities and lifestyle of the community varies. Increased consumption of plastics that occurs continuously can cause plastic waste problems that are harmful to the environment and living things. This can be overcome by the role of government (government intervention) as policy makers (policy makers). One of the policies that the government can do is to impose excise on plastic bags. The imposition of excise on plastic bags will increase the price of plastic bags. Increasing the price of plastic bags can reduce the demand for plastic bags which can reduce plastic bags. The reduced use of plastic bags in the community indicates the existence of environmental protection in the community. This happens because of the perception that arises in the community due to the excise tax policy on plastic bags. This perception provides direct control for the community.

This study aims to study the effect of the perception of the imposition of excise on plastic bags on the green behavior of people in Malang. The variables used in this study are the independent variable (the independent variable) and the independent variable (the dependent variable). While the independent variable, namely the perception of the imposition of excise on plastic bags (PERSEPSI) and the variable it imposes is the green behavior of the people in Malang City (BEHAVIOR).

This research uses quantitative research with explanatory research. Research locations in 5 retail store brands registered in the Malang Department of Industry and Trade, namely: 1) Alfamart, 2) Indomaret, 3) Superindo, 4) Giant, 5) Hypermart. The data used in this study are primary data obtained directly from questionnaires distributed to respondents. This study uses a simple linear regression analysis with a sample size of 250 respondents through quota sampling techniques.

The results showed that the perception of the imposition of excise on plastic bags had a significant effect on people's green behavior in Malang. While the influence exerted at 5.8%, while the remaining 94.2% is needed by other variables not included in this study. The results also showed that each result of 1% of the PERSEPSI variable value, the BEHAVIOR variable value increased by 0.290.

Keywords: Perception, Excise Imposition, Plastic Bags, Green Behavior, Behavior, Environmentally Friendly Behavior, Control.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa, Tuhan Yesus Kristus, yang telah memberikan berkat, rahmat, dan perlindungan, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Pengaruh Pengenaan Cukai atas Kantong Plastik Terhadap *Green Behaviour* Masyarakat di Kota Malang**. Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana Perpajakan pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Dra. Bambang Supriyono, MS, selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
2. Bapak Dr. Drs. Mochammad Al Musadieg, MBA, selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
3. Ibu Dr. Saparila Worokinasih, S.sos, M.Si, selaku Ketua Program Studi Perpajakan.
4. Ibu Priandhita Sukowidyanti Asmoro, SE., MSA, Ak. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu, ilmu, dan pikirannya untuk membimbing, menasihati, dan membantu menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak/Ibu dosen dan staf Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang telah memberikan kelancaran dan ilmunya kepada peneliti, semoga menjadi ilmu yang bermanfaat.
6. Keluarga besar dan saudara-saudari Tururuka'45 Palu atas setiap dukungan dan semangat yang terus diberikan hingga penelitian ini selesai.
7. Teman-teman organisasi kampus, IMPALA UB, HIMAPAJAK, TAX CENTER FIA UB, AMC, PSM, dan PMK IMMANUEL yang memberikan banyak pengalaman dan pelajaran berharga yang tidak bisa didapatkan di tempat lain.
8. Pihak-pihak lainnya yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah membantu dan melancarkan selesainya skripsi ini.

Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan

Malang, 19 Desember 2019

Peneliti

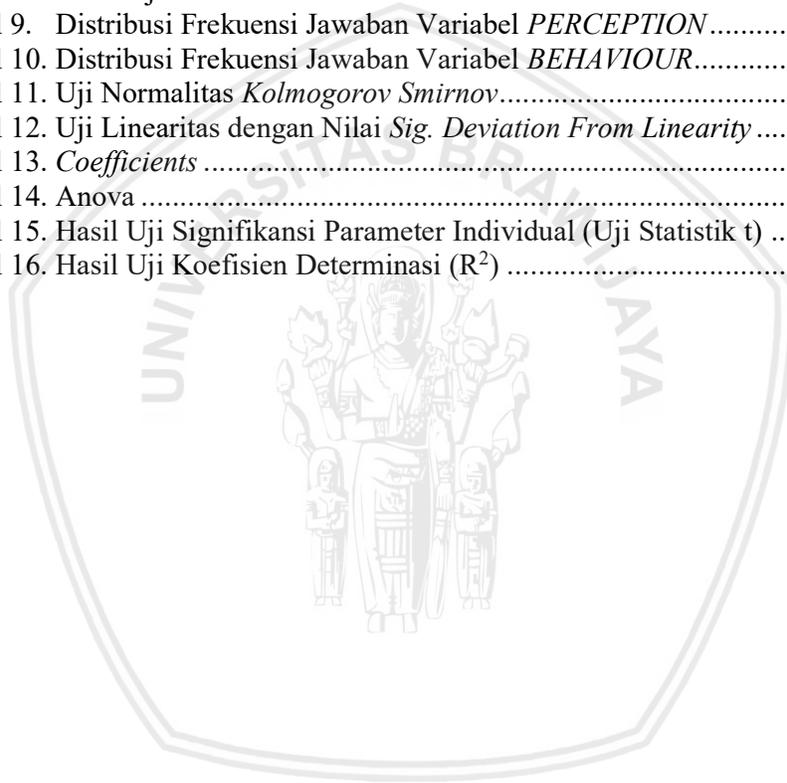
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
MOTTO DAN HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
RINGKASAN	vi
SUMMARY	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kontribusi Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Pembahasan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Tinjauan Empiris.....	13
2.2 Tinjauan Teoritis.....	21
2.2.1 Teori Eksternalitas.....	21
2.2.2 <i>Green Behaviour</i>	23
2.2.3 Teori Pajak Pigovian (<i>Pigouvian Tax Theory</i>).....	25
2.2.4 Persepsi.....	26
2.2.5 <i>Theory of Planned Behaviour</i> (Teori Perilaku Rencana).....	28
2.2.6 Kebijakan.....	30
2.2.5 Cukai.....	34
2.2.6 Cukai atas Kantong Plastik.....	41
2.3 Model Konsep.....	44
2.4 Model Hipotesis dan Pengembangan Hipotesis.....	45
2.4.1 Model Hipotesis.....	45
2.4.2 Pengembangan Hipotesis.....	46
BAB III METODE PENELITIAN	51
3.1 Jenis Penelitian.....	51
3.2 Lokasi Penelitian.....	52
3.2 Identifikasi Variabel, Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	53
3.2.1 Identifikasi Variabel.....	53
3.2.2 Definisi Operasional Variabel.....	54

3.2.3	Skala Pengukuran	57
3.3	Populasi dan Sampel.....	59
3.3.1	Populasi.....	59
3.3.2	Sampel	59
3.4	Jenis Data dan Sumber Data	61
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	63
3.6	Teknik Analisis Data	64
3.6.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	64
3.6.2	Analisis Statistik Deskriptif.....	65
3.6.3	Analisis Statistik Inferensial	66
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	72
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	72
4.1.1	Gambaran Umum Alfamart	72
4.1.2	Gambaran Umum Indomaret	73
4.1.3	Gambaran Umum Superindo	74
4.1.4	Gambaran Umum Giant.....	76
4.1.5	Gambaran Umum Hypermart.....	77
4.2	Analisis Data dan Interpretasi	79
4.2.1	Gambaran Umum Responden	79
4.2.2	Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	82
4.2.3	Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	84
4.2.4	Hasil Analisis Statistik Inferensial	89
4.3	Pembahasan Pengaruh Persepsi Pengenaan Cukai atas Kantong Plastik Terhadap <i>Green Behaviour</i> Masyarakat di Kota Malang	98
BAB V	PENUTUP.....	104
5.1	Kesimpulan.....	104
5.2	Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA.....		106

DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
Tabel 1.	Peringkat Negara Berdasarkan Jumlah Sampah Plastik	1
Tabel 2.	Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.	Operasional Variabel	55
Tabel 4.	Alternatif Jawaban dan Skor Penilaian Skala Likert	58
Tabel 5.	Gambaran Umum Responden	79
Tabel 6.	Hasil Uji Validitas PERCEPTION	82
Tabel 7.	Hasil Uji Validitas BEHAVIOUR	83
Tabel 8.	Hasil Uji Reliabilitas	83
Tabel 9.	Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel <i>PERCEPTION</i>	84
Tabel 10.	Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel <i>BEHAVIOUR</i>	87
Tabel 11.	Uji Normalitas <i>Kolmogorov Smirnov</i>	91
Tabel 12.	Uji Linearitas dengan Nilai <i>Sig. Deviation From Linearity</i>	92
Tabel 13.	<i>Coefficients</i>	93
Tabel 14.	Anova	93
Tabel 15.	Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)	95
Tabel 16.	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	96



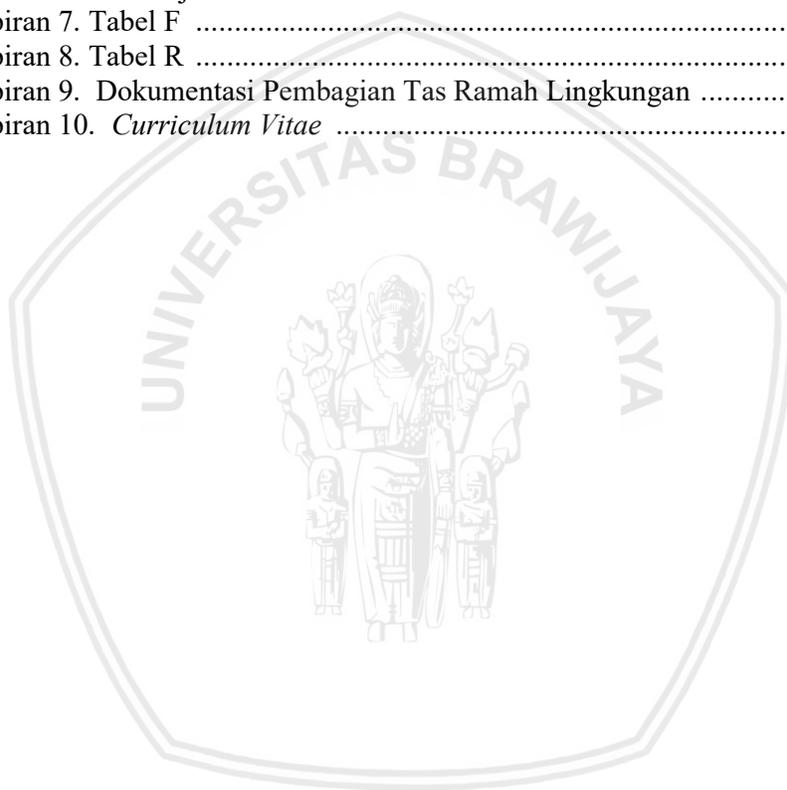
DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
Gambar 1.	Teori Eksternalitas.....	4
Gambar 2.	Theory of Planned Behaviour	29
Gambar 3.	Model Konsep	45
Gambar 4.	Model Hipotesis	46
Gambar 5.	Uji Normalitas <i>P Plot</i>	90
Gambar 6.	Teori Eksternalitas.....	102



DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
Lampiran 1.	Kuesioner Penelitian	111
Lampiran 2.	Distribusi Frekuensi Profil Demografi Responden	114
Lampiran 3.	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden	116
Lampiran 4.	Hasil Uji Validitas	122
Lampiran 5.	Hasil Uji Reabilitas	124
Lampiran 6.	Hasil Uji Statistik Inferensial	125
Lampiran 7.	Tabel F	128
Lampiran 8.	Tabel R	129
Lampiran 9.	Dokumentasi Pembagian Tas Ramah Lingkungan	130
Lampiran 10.	<i>Curriculum Vitae</i>	135



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan jumlah penduduk, aktivitas dan gaya hidup yang beragam menyebabkan konsumsi plastik masyarakat terus meningkat. Peningkatan konsumsi plastik masyarakat berdampak pada semakin banyaknya sampah plastik yang menumpuk. Di sisi lain, jumlah dan belum tepatnya pengelolaan sampah di tempat pembuangan akhir (TPA), permasalahan terkait dasar hukum, teknik dan biaya pengelolaan, membuat problema sampah plastik semakin serius. Universitas Georgia merilis sebuah penelitian yang menyatakan bahwa Indonesia menempati peringkat kedua sebagai negara penyumbang sampah plastik ke laut terbesar di dunia, yaitu sebesar 3,2 juta ton, setelah China yang sebesar 8,8 juta ton yang lalu disusul oleh Filipina diperingkat ketiga yaitu sebesar 1,9 juta ton (Jambeck, 2015).

Tabel 1 Peringkat Negara Berdasarkan Jumlah Sampah Plastik

Rank	Country	Econ. classif.	Coastal pop. [millions]	Waste gen. rate [kg/ppd]	% plastic waste	% mismanaged waste	Mismanaged plastic waste [MMT/year]	% of total mismanaged plastic waste	Plastic marine debris [MMT/year]
1	China	UMI	262.9	1.10	11	76	8.82	27.7	1.32-3.53
2	Indonesia	LMI	187.2	0.52	11	83	3.22	10.1	0.48-1.29
3	Philippines	LMI	83.4	0.5	15	83	1.88	5.9	0.28-0.75
4	Vietnam	LMI	55.9	0.79	13	88	1.83	5.8	0.28-0.73
5	Sri Lanka	LMI	14.6	5.1	7	84	1.59	5.0	0.24-0.64
6	Thailand	UMI	26.0	1.2	12	75	1.03	3.2	0.15-0.41
7	Egypt	LMI	21.8	1.37	13	69	0.97	3.0	0.15-0.39
8	Malaysia	UMI	22.9	1.52	13	57	0.94	2.9	0.14-0.37
9	Nigeria	LMI	27.5	0.79	13	83	0.85	2.7	0.13-0.34
10	Bangladesh	LI	70.9	0.43	8	89	0.79	2.5	0.12-0.31
11	South Africa	UMI	12.9	2.0	12	56	0.63	2.0	0.09-0.25
12	India	LMI	187.5	0.34	3	87	0.60	1.9	0.09-0.24
13	Algeria	UMI	16.6	1.2	12	60	0.52	1.6	0.08-0.21
14	Turkey	UMI	34.0	1.77	12	18	0.49	1.5	0.07-0.19
15	Pakistan	LMI	14.6	0.79	13	88	0.48	1.5	0.07-0.19
16	Brazil	UMI	74.7	1.03	16	11	0.47	1.5	0.07-0.19
17	Burma	LI	19.0	0.44	17	89	0.46	1.4	0.07-0.18
18*	Morocco	LMI	17.3	1.46	5	68	0.31	1.0	0.05-0.12
19	North Korea	LI	17.3	0.6	9	90	0.30	1.0	0.05-0.12
20	United States	HIC	112.9	2.58	13	2	0.28	0.9	0.04-0.11

*If considered collectively, coastal European Union countries (23 total) would rank eighteenth on the list

Sumber : Jambeck, 2015

Menurut laporan sintesis dari *Word Bank* (2018), menyebutkan bahwa Indonesia menghasilkan 85.000 ton sampah per hari, dan diperkirakan pada tahun 2025 ada peningkatan sebesar 76%, yaitu 150.000 ton per hari. Kementerian Perindustrian (2016), juga menyebutkan jumlah timbulan sampah di Indonesia sudah mencapai 65,2 juta ton per tahun. Bahkan data dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (2018), menyebutkan Indonesia menghasilkan sampah lebih dari 8,19 juta ton per hari, dan 39,78% diantaranya adalah sampah plastik, yang berarti lebih dari 3,25 juta ton sampah plastik dihasilkan tiap hari. KLHK juga menambahkan 100 toko/gerai anggota APRINDO (Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia) selama satu tahun menghasilkan 10,95 juta lembar sampah kantong plastik yang berarti sama dengan sekitar 65,7 Ha kantong plastik atau 60 kali luas lapangan sepakbola.

Kantong plastik sangat sulit terurai oleh mikro organisme karena rantai karbonnya yang panjang. Oleh karena itu, sampah plastik dapat bertahan hingga ratusan bahkan ribuan tahun. Penumpukan sampah plastik dapat menimbulkan banyak eksternalitas negatif seperti memicu perubahan iklim, mencemari lingkungan, memicu gangguan kesehatan bagi manusia dan makhluk hidup lainnya. Menurut Karuniastuti (2012), penggunaan plastik yang tidak sesuai persyaratan akan menimbulkan berbagai gangguan kesehatan karena dapat mengakibatkan pemicu kanker dan kerusakan jaringan pada tubuh manusia (karsinogenik). Data investigasi dari *State University of New York* yang didukung Orb Media, menyebutkan bahwa ditemukan mikroplastik berbahaya pada sampel air minum

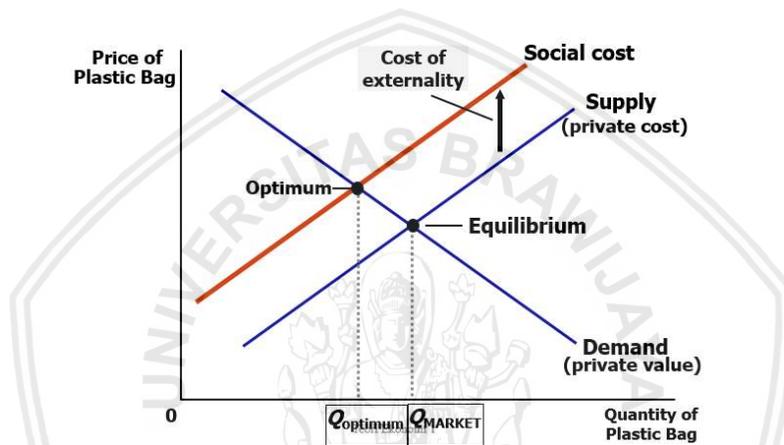
kemasan yang beredar di beberapa kota di Indonesia (www.cita.or.id, diakses pada 13 Mei 2019).

Data dari Badan Pusat Statistik (2018), juga menunjukkan sebesar 25,1 % desa mengalami pencemaran air, dan sekitar 2,7% desa tercemar tanahnya. Penumpukan sampah plastik juga berkontribusi terhadap banjir yang terus meningkat dari tahun ketahun. Data dari BPS (2018), menyebutkan pada tahun 2016 dan 2017 di Indonesia terjadi 1.805 banjir dan menimbulkan 433 korban jiwa. Data-data diatas hanya beberapa contoh dari eksternalitas negatif yang disebabkan oleh masalah penumpukan sampah plastik.

Menurut Mankiw (2014:195), menyatakan bahwa eksternalitas adalah *the uncompensated impact of one person's actions on the well-being of a bystander. Externalities is an affect of one activity has consequence on another activity but it will not affect the market price.* Menurut Roshen (1988) dalam Mukhlis (2010), eksternalitas terjadi ketika aktivitas suatu satu kesatuan mempengaruhi kesejahteraan kesatuan yang lain yang terjadi diluar mekanisme pasar. Ekternalitas dapat juga diartikan sebagai biaya yang harus ditanggung atau manfaat langsung yang harus diberikan dari suatu pihak akibat suatu aktivitas tertentu (Mankiw, 2015:196). Berdasarkan pemahaman di atas dapat dijelaskan dalam perspektif teoritis bahwa eksternalitas terjadi karena adanya perbedaan antara *social cost* dan *private cost* (Mukhlis, 2009).

Gambar 1 berikut menunjukkan kurva *social cost* dan *private cost* dalam teori eksternalitas. Biaya produksi plastik saat ini masih tergolong sangat murah karena produsen plastik hanya memperhitungkan *private cost* (garis warna biru). Hal ini

menyebabkan kantong plastik dapat di produksi dalam jumlah yang besar dengan harga yang murah. Oleh karena itu, pembebanan pajak atas kantong plastik sangat diperlukan untuk mengurangi produksi maupun konsumsi kantong plastik. Pembebanan pajak dapat meningkatkan harga kantong plastik dan mengurangi kuantitas produksi kantong plastik yang berarti kurva *private cost* (garis warna biru) bergeser ke kurva *social cost* (garis warna merah).



Gambar 1 Teori Eksternalitas

Sumber : Nurcahyo, 2015

Produksi maupun konsumsi kantong plastik dapat menimbulkan eksternalitas negatif dalam bentuk kerusakan lingkungan karena tidak adanya unsur biaya tambahan dalam bentuk *cost of externality* yang masuk dalam komponen harga akhir. Oleh karena itu, diperlukan *government intervention* dalam bentuk penetapan pajak atau subsidi guna mengoreksi dampak-dampak dari eksternalitas (Verhoef dan Nijkamp, 2000) dalam (Mukhlis, 2009). Proses pengenaan pajak sebagai upaya untuk mengurangi dampak negatif dari suatu eksternalitas dikenal dengan istilah internalisasi eksternalitas (Mankiw, 2016:261). Konsep internalisasi eksternalitas seringkali dikaitkan dengan konsep pajak pigovian atau *pigouvian tax* karena jenis

pajak ini ditujukan untuk memperbaiki dampak negatif yang disebabkan oleh penggunaan plastik yang berlebihan.

Pengenalan konsep *Pigovian Tax* ini digagas oleh ekonom Inggris yang kemudian dikenal sebagai bapak ekonomi modern yaitu Arthur Cecil Pigou (1877-1959). Pajak Pigovian adalah *a tax designed to induce private decision makers to take account of the social costs that arise from a negative externality* (Mankiw, 2012). Secara sederhana pengertian pajak pigovian adalah pajak yang diberlakukan untuk memperbaiki dampak dari eksternalitas negatif. Jenis pajak ini merupakan cara untuk mengatasi eksternalitas negatif terhadap lingkungan. Apabila sebelumnya biaya eksternalitas negatif tersebut tidak ada yang menanggung karena memiliki sifat non-privat, maka biaya atas eksternalitas negatif tersebut menjadi tanggung jawab pelaku.

Pengenaan cukai atas kantong plastik merupakan bentuk dari pajak pigovian. Cukai yang dikenakan terhadap kantong plastik merupakan langkah awal pemerintah untuk menangani masalah penumpukan sampah plastik. Hal inilah yang mendasari pemerintah harus membebankan pajak atas plastik seperti yang sudah diwacanakan karena plastik memiliki sifat dan karakteristik barang yang dapat dikenakan cukai (kompas.com, diakses pada 16 September 2019).

Undang-Undang 39 Tahun 2007 tentang Cukai mengatur empat kriteria barang yang dapat dikenakan cukai, yaitu memiliki sifat dan karakteristik yang konsumsinya perlu dikendalikan, peredarannya perlu diawasi, pemakaiannya menimbulkan dampak negatif bagi masyarakat dan lingkungan, serta pemakaiannya perlu pembebanan pungutan negara demi keadilan dan

keseimbangan. Berdasarkan Undang-Undang tersebut, plastik sebagai Barang Kena Cukai sendiri telah sesuai Pasal 2 ayat 1 Undang-Undang Cukai yaitu dapat menimbulkan dampak negatif bagi lingkungan hidup, konsumsinya perlu dikendalikan dan diawasi peredarannya. Hal inilah yang mendasari wacana pengenaan cukai atas kantong plastik.

Wacana pengenaan cukai atas kantong plastik sebenarnya sudah cukup lama menjadi polemik. Wacana ini juga merupakan salah satu upaya dari pemerintah untuk menyelamatkan lingkungan dari sampah plastik, selain itu juga secara tidak langsung dapat meningkatkan penerimaan negara lewat cukai yang dikenakan. Saat ini pengenaan cukai di Indonesia masih terbatas pada tiga jenis barang, yaitu etanol, minuman yang mengandung etil alkohol, dan hasil tembakau. Sangat jauh apabila kita bandingkan dengan Barang Kena Cukai (BKC) negara lain, Singapura misalnya terdapat 33 jenis BKC (www.news.detik.com, diakses pada 27 Mei 2019). Kepala Bidang Kebijakan Kepabeanan dan Cukai, Nasrudin Joko Surjono mengatakan kajian pengenaan cukai atas kantong plastik sudah selaras dengan yang dilakukan oleh negara-negara lain di dunia, contohnya adalah Denmark, Inggris, Vietnam, Afrika Selatan, Malaysia, Hongkong, Kamboja, dan Kenya yang sudah menerapkan kebijakan cukai atas kantong plastik (Liputan6.com, diakses tanggal 21 Desember 2019).

Pengenaan cukai atas produk kantong plastik mampu mengurangi permintaan kantong plastik dan meningkatkan penerimaan cukai cukup signifikan. Hasil penelitian Purwoko (2012), menyatakan bahwa pengenaan cukai atas produk kantong plastik sebesar 15% akan mengurangi permintaan akhir plastik sebanyak

85.182,22 ton dan meningkatkan penerimaan cukai sebesar Rp 706,03 milyar dari RAPBN 2012. Hasil penelitian Baidarus dan Siburian (2018), juga menyatakan bahwa pengenaan tarif cukai 20% menyebabkan penurunan permintaan kantong plastik sebesar Rp 1.535,03 milyar dari nilai produksi kantong plastik di tahun 2018 dan berpotensi meningkatkan penerimaan cukai sebesar Rp 1.603,27 milyar. Pengenaan cukai atas kantong plastik diharapkan tidak hanya dapat mengurangi permintaan kantong plastik dan menambah penerimaan negara saja, tetapi juga mendorong masyarakat untuk peduli terhadap lingkungan dan menerapkan *Green Behaviour* (Liputan6.com, diakses pada 16 September 2019).

Sikap peduli terhadap lingkungan atau perilaku ramah lingkungan sering disebut dengan *Green Behaviour*. Menurut Steg dan Vlek (2009), *green behavior* adalah kebiasaan konsumen yang sebisa mungkin meminimalisasi kerusakan terhadap lingkungan. *Green behaviour* juga merupakan perilaku yang dianggap sebagai cara untuk melindungi lingkungan dan didedikasikan untuk lingkungan yang sehat (Krajhanzl, 2010). Menurut Jogiyanto (2007), menyatakan bahwa dalam *theory of planned behaviour*, kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioural control*) dapat mempengaruhi perilaku secara tidak langsung dan juga dapat memprediksi perilaku secara langsung. Hal ini disebabkan karena kinerja dari suatu perilaku tergantung tidak hanya pada motivasi untuk melakukannya, tetapi juga kontrol yang cukup terhadap perilaku yang dilakukan. Oleh karena itu, penelitian ini meneliti hubungan dari kontrol perilaku persepsian langsung ke perilaku tanpa melalui minat.

Pengenaan cukai atas kantong plastik menimbulkan adanya persepsi baru di masyarakat mengenai penggunaan kantong plastik dan bahayanya. Persepsi inilah yang memberikan kontrol secara langsung kepada perilaku masyarakat. Perubahan perilaku ataupun kebiasaan masyarakat dari yang sebelumnya menggunakan kantong plastik sekali pakai menjadi menggunakan kantong belanja ramah lingkungan tidaklah terjadi begitu saja. Masyarakat perlu memiliki pemahaman dan kesadaran yang tinggi akan bahaya penggunaan kantong plastik.

Meskipun demikian, penelitian lainnya memberikan hasil yang berbeda dan bertentangan dengan penelitian sebelumnya tentang penggunaan kantong plastik. Hasil Survei Sosial Ekonomi Nasional Modul Ketahanan Sosial (Susenas Modul Hansos, 2017), menunjukkan bahwa terdapat 54,8% rumah tangga yang tidak membawa tas belanja sendiri. Sementara itu, hanya sebesar 8,7% yang selalu membawa tas belanja sendiri, sisanya menyatakan kadang-kadang dan sering menggunakan tas belanja sendiri. Data dari Badan Pusat Statistik (2018), juga menunjukkan sekitar 72% masyarakat Indonesia kurang peduli dengan masalah sampah.

Pengenaan cukai plastik juga ditolak oleh sebagian besar pelaku usaha kecil dan menengah, khususnya yang bergerak di sektor perdagangan, plastik, makanan, dan sektor terkait lainnya karena pengenaan cukai atas kantong plastik dapat menyebabkan biaya produksi mereka meningkat yang berarti tambahan biaya pada laporan keuangan usaha mereka. Pengenaan cukai atas kantong plastik juga berpotensi memicu inflasi karena harga jual produk yang menggunakan kemasan plastik akan meningkat. Berdasarkan Kajian Ekonomi Keuangan Republik

Indonesia (2018), menyatakan apabila produk kantong plastik dikenakan cukai sebesar 15% maka akan mengurangi output perekonomian sebesar Rp 964,65 milyar. Menurut Puwoko (2012), menyatakan bahwa sektor-sektor yang terkena pengaruh atas kebijakan pengenaan cukai atas kantong plastik antara lain adalah sektor jasa perdagangan, sektor restoran, sektor daging olahan, sektor ikan olahan, dan sebagainya. Selain itu, pengenaan cukai atas kantong plastik dikhawatirkan dapat mengganggu iklim investasi, terutama di sektor industri yang menggunakan kemasan plastik. Melihat kondisi tersebut, penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi Pengenaan Cukai Atas Kantong Plastik Terhadap *Green Behaviour* Masyarakat di Kota Malang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah persepsi pengenaan cukai atas kantong plastik berpengaruh terhadap *green behaviour* masyarakat di Kota Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diambil, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah persepsi pengenaan cukai atas kantong plastik memiliki pengaruh terhadap *green behaviour* masyarakat di Kota Malang.

1.4 Kontribusi Penelitian

Kontribusi yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Kontribusi Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan:

- a. Mampu mengonfirmasi *Theory of Planned Behaviour*, Teori Eksternalitas dan Teori *Pigouvian Tax* yang digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis pengaruh persepsi pengenaan cukai atas kantong plastik terhadap *green behaviour* masyarakat di Kota Malang.
- b. Mampu menjadi bahan referensi atau penelitian terdahulu bagi penelitian sejenis untuk melakukan penelitian di masa mendatang.
- c. Mampu menambah wawasan, informasi, serta pemikiran dan ilmu pengetahuan khususnya berkaitan dengan persepsi pengenaan cukai atas kantong plastik dan *green behaviour*.

2. Kontribusi Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman dan bahan pertimbangan bagi masyarakat luas untuk menumbuhkan *green behaviour* agar masyarakat semakin bijak menggunakan kantong plastik dan mengelola sampah plastik demi menjaga kelestarian lingkungan.

3. Kontribusi Kebijakan

Hasil penelitian ini diharapkan mampu dijadikan bahan pertimbangan bagi pemerintah dalam membuat kebijakan yang berkaitan dengan cukai atas kantong plastik untuk mengurangi eksternalitas negatif yang ditimbulkan oleh sampah plastik.

1.5 Sistematika Pembahasan

Sebagai gambaran umum dan untuk memudahkan dalam pembahasan dan penelaahan sehingga dapat memberikan uraian yang lebih terarah dan terperinci, maka proposal skripsi ini disusun menjadi 5 bab yang saling berhubungan sehingga menjadi sebuah satu kesatuan, yang disusun sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian, serta sistematika pembahasan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan secara teoritis mengenai penelitian terdahulu, pandangan, dan pendapat-pendapat yang berkaitan dengan topik yang diteliti dan diambil dari beberapa literatur dan jurnal ilmiah sebagai landasan peneliti dalam melakukan penelitian. Dari uraian tersebut, maka disusun model konseptual dan hipotesis yang akan diteliti.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai metode yang digunakan dalam penelitian yang meliputi metode yang digunakan dalam penelitian, metode pengumpulan data, populasi, sampel, variabel penelitian, pengukuran penelitian, pengujian hipotesis, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan hasil penelitian dan hasil analisis data pengaruh persepsi pengenaan cukai atas kantong plastik terhadap *green behaviour* masyarakat di kota Malang.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir penulisan skripsi yang memuat kesimpulan hasil penelitian secara ringkas dan padat. Bab ini juga berisi saran yang dapat dijadikan bahan masukan bagi pihak terkait.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Empiris

Penelitian terdahulu dijadikan sebagai salah satu pedoman, referensi, dan pembandingan dalam penelitian ini agar penelitian ini menjadi lebih baik. Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini adalah penelitian dari Novianti (2017), Novianti (2018), Purwoko (2012), dan Baidarus (2018). Penelitian Novianti (2017) dengan judul Pengaruh *Green Marketing* Kebijakan Kantong Plastik Berbayar Terhadap *Green Behaviour* Masyarakat Kota Bogor dengan penelitian ini sama-sama membahas tentang *green behaviour* dan menjadikan *green behaviour* sebagai variabel terikat (*dependent variable*). Penelitian Novianti (2018) dengan judul Pengaruh *Skepticsm* dan *Environmental Concern* Terhadap *Green Purchase Behavior* dengan *Perceived Consumer Effectiveness* Sebagai Variabel Mediasi juga membahas mengenai *green behaviour*, tetapi lebih fokus ke perilaku pembelian konsumen sehingga menjadikan *green purchase behaviour* sebagai variabel terikat (*dependent variable*), juga *skepticsm* dan *environmental concern* sebagai variabel bebas (*independent variable*).

Penelitian Purwoko (2012) dengan judul Analisis Efektivitas Pengenaan Cukai atas Produk Kantong Plastik dan Dampaknya terhadap Perekonomian, penelitian Baidarus (2018) dengan judul Analisis Dampak Ekstentifikasi Barang Kena Cukai Pada Kantong Plastik Terhadap Perekonomian Indonesia, dan penelitian ini sama-sama membahas tentang pengenaan cukai atas kantong plastik. Penelitian Purwoko

(2012) dan penelitian Baidarus (2018) menggunakan metode kualitatif dan melihat dampak pengenaan cukai atas kantong terhadap perekonomian Indonesia, sedangkan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan Persepsi Pengenaan Cukai atas Kantong Plastik sebagai variabel bebas (*independent variable*) dan *Green Behaviour* sebagai variabel terikat (*dependent variable*). Lokasi dan waktu penelitian ini dan penelitian sebelumnya juga berbeda, seperti penelitian Novianti (2017) yang memilih 4 *brand* minimarket yang terletak di kecamatan Tanah Sarean, Kota Bogor, sedangkan Penelitian ini memilih 5 *brand* toko ritel yang terletak di Kota Malang untuk menjadi lokasi penelitian, yaitu: 1) Alfamart, 2) Indomaret, 3) Superindo, 4) Giant, dan 5) Hypermart.

Keterbaruan dalam penelitian ini adalah peneliti ingin melihat ada atau tidaknya pengaruh dan seberapa besar pengaruh persepsi masyarakat atas kebijakan cukai kantong plastik terhadap perilaku ramah lingkungan (*green behaviour*) masyarakat di Kota Malang. Persepsi pengenaan cukai atas kantong plastik (PERCEPTION) sebagai variabel bebas (*independent variable*) dan perilaku ramah lingkungan (*green behaviour*) masyarakat di Kota Malang (BEHAVIOUR) sebagai variabel terikat (*dependent variable*). Lebih lengkapnya mengenai keterbaruan penelitian ini dengan penelitian terdahulu dapat dilihat pada tabel 2 berikut:

Tabel 2 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Tahun Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan penelitian
1	Purwoko (2012)	Analisis Efektivitas Pengenaan Cukai atas Produk Kantong Plastik dan Dampaknya terhadap Perekonomian	<ol style="list-style-type: none"> 1) Jenis Penelitian Kualitatif. 2) Jenis dan Sumber Data -Sekunder: Data Industri Kemasan Plastik dari Statistik Industri Besar Sedang dan Data Input-Output 175 sektor (BPS, 2015) 3) Alat Uji -Menggunakan Elastisitas untuk melihat sejauh mana kebijakan pengenaan cukai dapat mengurangi laju penggunaan kantong plastik -Menggunakan Model <i>Input-Output</i> untuk melihat dampak ekonomi dari kebijakan pengenaan cukai atas kantong plastik. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Tarif Cukai Plastik 15%, berpotensi terhadap penerimaan cukai tahun 2012 sebesar Rp.706,03 milyar atau 0,97% dari total penerimaan cukai yang dianggarkan pada RAPBN 2012. 2) Tarif cukai 10%, berpotensi terhadap penerimaan cukai sebesar Rp 470.7 milyar. 3) Tarif 5%, berpotensi terhadap penerimaan cukai adalah sebesar Rp 235,34 milyar. 4) Pengenaan cukai atas produk kantong plastik dengan tarif cukai sebesar 15%, mampu mengurangi permintaan kantong plastik hingga 85.182,22 ton, atau sekitar 18,88% dari proyeksi produksi kantong plastik tahun 2012. 5) Pengenaan cukai atas produk kantong plastik dengan tarif 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Penelitian terdahulu melakukan analisis dengan menggunakan teori elastisitas untuk melihat sejauh mana kebijakan pengenaan cukai dapat mengurangi laju penggunaan kantong plastik, sedangkan penelitian ini menggunakan Uji Regresi Sederhana untuk melihat pengaruh variabel Persepsi Pengenaan cukai atas kantong plastik terhadap variabel <i>green behavior</i>. 2) Data yang digunakan dalam penelitian terdahulu adalah data sekunder tentang industri kemasan plastik, yang diperoleh dari Statistik Industri Besar Sedang serta data Input-Output 175 sektor tahun 2005 yang diterbitkan BPS, sedangkan penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner.

No	Nama Peneliti	Judul Tahun Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan penelitian
				15%, menyebabkan output perekonomian turun sebesar Rp.964,56 milyar.	3) Jenis data dalam penelitian ini adalah data <i>Cross-sectional</i> . Sumber data dalam penelitian ini berasal dari data Primer (Kuesioner) dan data Sekunder (Buku, Jurnal, Artikel, dan literatur lainnya yang berkaitan).
2	Novianti (2017)	Pengaruh <i>Green Marketing</i> Kebijakan Kantong Plastik Berbayar Terhadap <i>Green Behaviour</i> Masyarakat Kota Bogor	1) Jenis Penelitian Kuantitatif -Variabel Bebas : <i>Green Marketing</i> kebijakan kantong plastik berbayar -Variabel Terikat : <i>Green Behaviour</i> 2) Jenis dan Sumber Data -Primer : Kuesioner dan Observasi -Sekunder : Buku, Jurnal, Artikel, Skripsi, dan Internet serta Arsip dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan. 3) Alat Uji	1) Konsumen yang bersedia menggunakan kantong belanja sendiri sebagian besar adalah konsumen perempuan, sudah menikah, dan berlatar belakang pendidikan S1. 2) Sebagian besar responden setuju dengan pernyataan mengenai faktor-faktor <i>green marketing</i> dan <i>green behaviour</i> . 3) Lebih banyak konsumen yang mengurangi penggunaan kantong plastik setelah kebijakan kantong plastik berbayar diterapkan. Namun masih terdapat	1) Penelitian ini menjadikan Persepsi Pengenaan Cukai atas Kantong Plastik sebagai variabel bebas (<i>independent variable</i>) dan <i>Green Behaviour</i> sebagai variabel terikat (<i>dependent variable</i>). 2) Jenis data dalam penelitian ini adalah data <i>Cross-sectional</i> . Sumber data dalam penelitian ini berasal dari data Primer (Kuesioner) dan data Sekunder (Buku, Jurnal, Artikel, dan literatur lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini). 3) Lokasi yang dipilih untuk melakukan penelitian ini

No	Nama Peneliti	Judul Tahun Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan penelitian
			<p>Tabulasi Silang, Analisis Deskriptif, dan Structural Equation Modeling (SEM)</p>	<p>konsumen yang belum mengetahui dana hasil penjualan kantong plastik digunakan untuk kegiatan CSR.</p> <p>4) Harga yang ditetapkan sebesar Rp 200 masih dianggap terlalu murah.</p> <p>5) Proses dari <i>green marketing</i> yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>green behaviour</i> yaitu <i>know your customer, empowering customer</i> dan <i>reassure the buyer</i>.</p>	<p>adalah 5 <i>brand</i> toko ritel yang terletak di Kota Malang, sedangkan lokasi penelitian terdahulu adalah 4 <i>brand</i> minimarket yang terletak di kecamatan Tanah Sareal, Kota Bogor.</p>



No	Nama Peneliti	Judul Tahun Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan penelitian
3	Baidarus dan Siburian, (2018)	Analisis Dampak Ekstentifikasi Barang Kena Cukai Pada Kantong Plastik Terhadap Perekonomian Indonesia	<ol style="list-style-type: none"> 1) Jenis Penelitian adalah Deskriptif dengan pendekatan Kualitatif 2) Jenis dan Sumber Data <ul style="list-style-type: none"> -Primer: Wawancara dan Dokumentasi -Sekunder: Buku, Jurnal, Internet. 3) Alat Uji Metode Interaktif Model Miles, Huberman dan Saldana (2014:33) <ul style="list-style-type: none"> -Data Collection -Data Condensation -Data Display -Conclusion Drawing 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Pengenaan cukai pada kantong plastik mengakibatkan harga kantong plastik semakin meningkat. Terhadap kenaikan 1% harga kantong plastik menurunkan permintaan sebesar 0,957%. 2) Dengan menggunakan metode rata-rata pertumbuhan tahunan majemuk, penulis memperkirakan nilai produksi kantong plastik tahun 2018 sebesar Rp8.016.340,94 juta. 3) Jika dikenakan tarif 10% terhadap nilai produksi, maka potensi penerimaan cukai diperkirakan adalah Rp801.634,09 juta atau akan memiliki kontribusi sebesar 0,516% dari penerimaan cukai pada APBN 2018. 4) Jika tarifnya dinaikkan menjadi 15%, potensi 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Jenis Penelitian terdahulu adalah penelitian kualitatif, sedangkan penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. 2) Penelitian terdahulu menggunakan teori eksternalitas, teori elastisitas/sensitifitas, dan teori kebijakan publik untuk melihat dampak ekstentifikasi BKC pada kantong plastik terhadap perekonomian Indonesia. Sedangkan penelitian ini menggunakan Uji Regresi linear sederhana untuk melihat hubungan variabel bebas dan variabel yaitu pengaruh persepsi pengenaan cukai atas kantong plastik terhadap <i>green behavior</i> masyarakat di Kota Malang. 3) Teknik pengumpulan data dalam penelitian terdahulu menggunakan wawancara dan dokumentasi. Sedangkan

No	Nama Peneliti	Judul Tahun Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan penelitian
				diperkirakan sebesar Rp1.02.451,14 atau akan memiliki kontribusi sebesar 0,774% dari penerimaan cukai APBN 2018. 5) Tarif 20% berpotensi menghasilkan penerimaan cukais sebesar Rp1.603.268,19 juta atau 1,032% dari penerimaan cukai APBN 2018.	dalam penelitian ini menggunakan kuesioner.
4	Novianti (2018)	Pengaruh Skepticism dan Environmental Concern Terhadap Green Purchase Behavior dengan Perceived Consumer Efectiveness Sebagai Variabel Mediasi	1) Jenis Penelitian Deskriptif Kuantitatif -Variabel Bebas : <i>Skepticism</i> dan <i>Environmental Concern</i> -Variabel Mediasi : <i>Perveived Consumer Effectiveness</i> -Variabel Terikat : <i>Green Purchase Behaviour.</i> 2) Jenis dan Sumber Data -Primer : Kuesioner dan Observasi -Sekunder : Buku, Literatur, Artikel, Jurnal serta situs di Internet	1) Tidak ada pengaruh signifikan variabel <i>skepticism</i> terhadap <i>perceived consumer effectiveness.</i> 2) Ada pengaruh signifikan pada variabel <i>environmental concern</i> terhadap variabel <i>perceived consumer effectiveness</i> , variabel <i>skepticism</i> terhadap <i>green purchase behavior</i> , variabel <i>environmental concern</i> terhadap <i>green purchase behavior</i> , variabel <i>perceived consumer effectiveness</i>	1) Data primer yang ada dalam penelitian ini merupakan data dari penyebaran kuesioner di 5 brand toko ritel di Kota Malang. Jenis data penelitian ini adalah <i>Cross-Sectional.</i> 2) Penelitian terdahulu dilakukan di lingkungan warga masyarakat yang bertempat tinggal di wilayah Kecamatan Ngemplak Kabupaten Boyolali, sedangkan penelitian ini dilakukan di Kota Malang.

No	Nama Peneliti	Judul Tahun Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan penelitian
			<p>yang berkaitan dengan penelitian ini.</p> <p>3) Alat Uji Analisis Jalur atau <i>Path analysis</i>.</p>	<p>terhadap <i>green purchase behavior</i>, variabel <i>skepticism</i> terhadap <i>green purchase behavior</i> melalui mediasi <i>consumer effectiveness</i>, variabel <i>environmental concern</i> terhadap <i>green purchase behavior</i> melalui mediasi <i>perceived consumer effectiveness</i>.</p>	

Sumber : Hasil Olahan, 2019



2.2 Tinjauan Teoritis

2.2.1 Teori Eksternalitas

Menurut Mankiw (2014:195), eksternalitas adalah *the uncompensated impact of one person's actions on the well-being of a bystander*, yang berarti dampak yang tidak terkompensasikan yang merupakan hasil dari tindakan seseorang terhadap kesejahteraan orang lain. Menurut Meade dalam Simamarta (1994:65), eksternalitas adalah suatu kejadian yang dapat menimbulkan keuntungan atau kerugian pada seseorang atau beberapa orang, yang tidak semuanya adalah pengambil keputusan atas suatu tindakan. Menurut Walter Nicholsoon dalam Deliarnov (1999:609), eksternalitas terjadi bila suatu aktivitas ekonomi seseorang membawa dampak bagi keadaan ekonomi orang lain yang tidak direfleksikan dalam operasi pasar.

Menurut Fisher (1996) dalam Mukhlis (2010), menyebutkan bahwa eksternalitas terjadi bila satu aktivitas pelaku ekonomi (baik produksi maupun konsumsi) mempengaruhi kesejahteraan pelaku ekonomi lainnya yang terjadi diluar mekanisme pasar. Menurut Rosen (1988), menyatakan bahwa eksternalitas terjadi ketika aktivitas suatu kesatuan mempengaruhi kesejahteraan kesatuan lain yang terjadi diluar mekanisme pasar (*non market mechanism*). Eksternalitas satu orang pada orang lain terjadi bila keputusan orang pertama berdampak pada orang kedua tanpa persetujuan orang kedua (Simarmata 1994:58-59).

Berdasarkan pada pemahaman di atas, maka dapat dijelaskan secara sederhana bahwa eksternalitas adalah dampak dari tindakan seseorang atau suatu pihak terhadap kesejahteraan atau kondisi orang atau pihak lain. Eksternalitas juga dapat

di artikan dari perspektif teoritis, eksternalitas terjadi karena adanya perbedaan antara *marginal social* dan *private cost* suatu barang. Oleh karena itu diperlukan *government intervention* dalam bentuk pembebanan pajak atau subsidi guna mengoreksi dampak-dampak dari eksternalitas (Verhoef dan Nijkamp, 2000).

Eksternalitas dalam kenyataannya memiliki dua macam bentuk, yaitu:

1. Eksternalitas Negatif

Eksternalitas negatif (*negative externality*) adalah biaya terhadap pihak ketiga selain pembeli dan penjual pada suatu macam barang yang tidak didefinisikan dalam harga pasar. Ketika terjadi eksternalitas yang negatif, harga barang atau jasa tidak menggambarkan biaya sosial tambahan (*marginal social cost*) secara sempurna pada sumber daya yang dialokasikan dalam produksi. Hal ini berarti kerusakan lingkungan yang ditimbulkan dari sampah plastik menyebabkan timbulnya eksternalitas negatif karena proses produksi plastik yang tidak memasukkan biaya sosial untuk menangani masalah sampah plastik, sehingga harga plastik sangat murah, yang berdampak pada kuantitas plastik yang diproduksi semakin besar.

2. Eksternalitas Positif

Eksternalitas positif (*positive externality*) adalah keuntungan terhadap pihak ketiga selain penjual atau pembeli barang atau jasa yang tidak direfleksikan dalam harga. Ketika terjadi eksternalitas positif maka harga tidak sama dengan keuntungan sosial tambahan (*marginal cost benefit*) dari barang dan jasa yang ada. Contoh dari eksternalitas positif adalah suntikan antibody terhadap suatu penyakit,

maka suntikan tersebut selain bermanfaat bagi orang yang bersangkutan juga bermanfaat bagi orang lain yakni tidak tertular penyakit.

2.2.2 *Green Behaviour*

Green Behaviour merupakan salah satu istilah yang sedang marak disosialisasikan oleh komunitas atau orang-orang yang peduli terhadap lingkungan. Hijau (*Green*) sekarang telah menjadi warna yang melambangkan kerinduan pada alam. Warna Hijau seakan-akan membawa pesan *back to nature*, contohnya warna hijau kini digunakan sebagai jargon-jargon pelestarian alam, seperti *go green*, *green generation*, *green earth*, *green planet*, *green environment*, *green marketing*, *green product*, *green behaviour* dan lainnya. Kata *Green Behaviour* berasal dari Bahasa Inggris yang berarti perilaku hijau.

Green Behaviour atau “kebiasaan ramah lingkungan” adalah kebiasaan konsumen yang sebisa mungkin meminimalisasi kerusakan terhadap lingkungan (Steg dan Vlek, 2009). Menurut Soemarno (2011) dalam Vanya (2014), menyebutkan bahwa *Green Behaviour* adalah bagaimana manusia dalam kehidupan sehari-harinya dapat menjaga dan memelihara lingkungan hidupnya. Menurut Goleman (2010:37-38) dalam Vanya (2014), menyebut *Green Behaviour* sebagai kecerdasan ekologis, yang berarti pemahaman terhadap organisme dan ekosistemnya sehingga dapat mengurangi kerusakan lingkungan. Sedangkan menurut Putri (2017), menyatakan *Green Behaviour* adalah perilaku atau kebiasaan menjaga dan memelihara lingkungan hidup yang dilakukan karena adanya kesadaran dan rasa tanggung jawab dalam diri atas kelestarian alam semesta. Secara sederhana, *Green Behaviour* juga dapat diartikan perilaku yang secara umum

dipertimbangkan dalam masyarakat sebagai cara untuk melindungi lingkungan dan didedikasikan untuk lingkungan yang sehat. Seperti yang dijelaskan oleh (Keraf, 2014) bahwa pada dasarnya manusia mempunyai rasa memiliki dan mencintai alam tempat dirinya hidup sehingga sudah seharusnya manusia mampu untuk menjaga dan melestarikan lingkungannya.

Green Behaviour harus berwujud tindakan yang dilandasi oleh nilai, norma dan perilaku kasih sayang terhadap alam semesta. Pola-pola *Green Behaviour* dapat kita lihat dari perilaku individu sehari-hari seperti memelihara kebersihan lingkungan rumah, membuang sampah pada tempatnya, mengkonsumsi makanan sehat, tidak menggunakan plastik sekali pakai, mendaur ulang sampah rumah tangga, menggunakan listrik dan air seperlunya. *Green Behaviour* merupakan refleksi dari tanggung jawab serta kepedulian terhadap lingkungan yang harus ada dan dimiliki oleh setiap manusia.

Perilaku ini dibentuk dari pengetahuan, perasaan dan kecenderungan bertindak. *Green Behaviour* sebagai gaya hidup tentu saja akan menciptakan keseimbangan ekosistem sehingga alam dan makhluk hidup di dalamnya dapat hidup dengan sejahtera. Hal ini tentu bukanlah hal yang mudah, mengingat semakin banyak orang yang tidak peduli tentang pentingnya menjaga lingkungan kita, oleh karena itu perlu ada usaha yang kita lakukan untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat. Penelitian Dahlia (2014), menyatakan bahwa *Green Behaviour* sangat penting diberikan pada anak usia dini melalui pemberian pendidikan wawasan lingkungan hidup dan pembentukan budi pekerti agar dapat memiliki kesadaran dan nilai-nilai cinta terhadap lingkungan yang diwujudkan dalam perilaku sehari-hari. Meningkatkan

mutu pendidikan, mendorong peran media massa guna membangun kesadaran dan pengetahuan tentang pentingnya menjaga kelestarian lingkungan dan tidak melakukan perilaku yang dapat merusak keseimbangan ekosistem lingkungan hidup.

2.2.3 Teori Pajak Pigovian (*Pigouvian Tax Theory*)

Pajak Pigovian adalah *a tax designed to induce private decision makers to take account of the social costs that arise from a negative externality* (Mankiw, 2012).

Secara sederhana dapat di artikan pajak yang diberlakukan untuk memperbaiki dampak dari eksternalitas negatif. Apabila sebelumnya biaya eksternalitas negatif tersebut tidak ada yang menanggung karena memiliki sifat *non-privat*, maka biaya atas eksternalitas negatif tersebut menjadi tanggung jawab pelaku. Dalam literatur ekonomi, pajak yang khusus diterapkan untuk mengoreksi dampak dari suatu eksternalitas negatif disebut sebagai pajak pigovian (*pigovian tax*), berasal dari nama ekonom pertama yang merumuskan dan menganjurkan pajak ini, yakni Arthur Pigou (1877-1959). Instrumen pajak ini adalah salah satu cara alternatif untuk mengatasi eksternalitas negatif yang ditimbulkan oleh masalah sampah plastik.

Regulasi dari pemerintah mewajibkan semua pabrik mengurangi polusinya dalam jumlah yang sama, padahal penurunan yang sama rata seperti itu bukan merupakan cara termurah dalam menurunkan polusi. Hal ini disebabkan karena kapasitas dan keperluan tiap pabrik untuk menghasilkan polusi berbeda-beda. Oleh karena itu, kalangan ekonom umumnya lebih menyukai Pajak Pigovian daripada regulasi karena biaya penerapan Pajak Pigovian jauh lebih efektif dibandingkan

regulasi lainnya. Tarif pajak atau cukai juga perlu diperhatikan karena semakin tinggi tarif pajak atau cukainya, maka akan semakin banyak penurunan polusi. Jika tarif pajak atau cukai terlalu tinggi, maka dapat mematikan usaha-usaha produksi tersebut yang tidak baik juga buat ekonomi negara.

Pada dasarnya Pajak Pigovian secara langsung menerapkan harga atas dampak negatif yang ditimbulkan oleh suatu aktivitas ekonomi. Berapapun target penurunan polusi yang diinginkan, pemerintah akan bisa mencapainya dengan biaya termurah melalui penerapan Pajak Pigovian ini. Para ekonom juga berkeyakinan bahwa penerapan Pajak Pigovian merupakan cara terbaik untuk menekan kerusakan lingkungan, seperti dampak buruk dari menumpuknya sampah plastik. Pengendalian kerusakan lingkungan dari regulasi tidak akan memberikan hasil yang insentif bagi pabrik-pabrik pencipta polusi untuk berusaha mengatasi masalah yang ditimbulkan dari proses produksinya. Tetapi Pajak Pigovian akan memberikan insentif kepada pabrik untuk terus menurunkan polusi, karena semakin rendah polusi yang mereka ciptakan akan semakin sedikit pula pajak yang harus mereka bayar.

2.2.4 Persepsi

Persepsi adalah suatu pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan penafsiran pesan. Ada tiga aspek di dalam persepsi yang dianggap relevan dengan kognisi manusia, yaitu pencatatan indra, pengenalan pola, dan perhatian (Rakhmat, 2007:51). Menurut Kreitner dan Kinicki (2014:185), persepsi merupakan suatu proses kognitif yang memungkinkan kita untuk menginterpretasikan dan memahami

lingkungan sekitar kita. Pengenalan atas hal-hal tersebut adalah salah satu fungsi dari fungsi utama proses ini. Sedangkan menurut Suharman (2005:23), menyatakan persepsi merupakan suatu proses menginterpretasikan atau menafsir informasi yang diperoleh melalui system alat indera manusia.

Walgito (2004:70), mengemukakan bahwa persepsi merupakan suatu proses pengorganisasian, penginterpretasian terhadap stimulus yang di terima oleh individu sehingga menjadi sesuatu yang berarti. Respon sebagai akibat dari persepsi dapat diambil oleh individu dengan berbagai macam bentuk, dengan kata lain hasil persepsi akan berbeda antar individu satu dengan individu yang lain. Hal ini disebabkan oleh perasaan (Afeksi), kemampuan berfikir, dan pengalaman-pengalaman yang dimiliki tiap individu tidak sama.

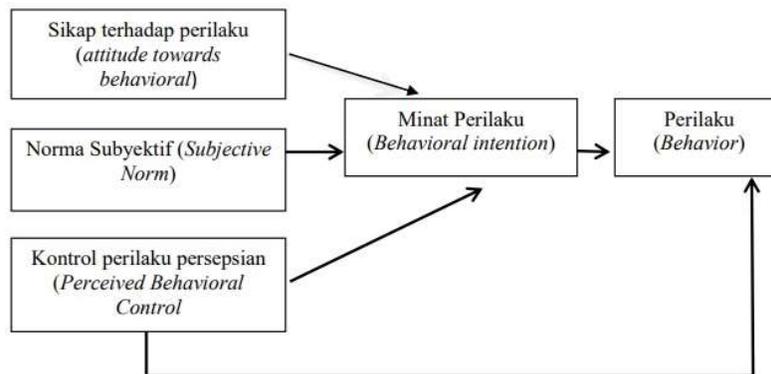
Terbentuknya persepsi seseorang terhadap suatu objek pada lingkungannya didasarkan pada stimulasi atau situasi yang ada. Peristiwa ini melibatkan pengalaman-pengalaman yang berkaitan dengan objek tersebut melalui proses kognisi, afeksi, dan konatif untuk membentuk objek tersebut (Mahmud, 1989:79). Selanjutnya menurut Rakhmat (2004:37-43), mengklasifikasikannya kedalam tiga komponen yaitu komponen kognitif, komponen afeksi, dan komponen konatif. 1) Komponen kognitif adalah aspek intelektual yang berkaitan dengan apa yang diketahui manusia. 2) Komponen Afeksi merupakan aspek emosional dari faktor sosiopsikologis. 3) Komponen konatif adalah aspek *volisional* yang berhubungan dengan kebiasaan dan kemauan untuk bertindak.

Menurut Ahmadi (2013:27) ada tiga komponen yang saling berhubungan, yaitu:

1. Komponen Kognitif (*cognitive*): Berupa pengetahuan, kepercayaan atau pikiran yang didasari pada informasi yang berhubungan dengan suatu objek.
2. Komponen Afektif (*affective*): Menunjuk pada dimensi emosional dari sikap, yaitu emosi yang berhubungan dengan objek. Objek di sini dirasakan sebagai sesuatu yang menyenangkan atau tidak menyenangkan
3. Komponen Konatif (*conative*): Komponen yang melibatkan salah satu predisposisi untuk bertindak terhadap suatu objek.

2.2.5 Theory of Planned Behaviour (Teori Perilaku Rencanaan)

Theory of Planned Behaviour (TPB) ini merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) (Ajzen dalam Jogiyanto, 2007). Jogiyanto (2007) mengembangkan teori ini dengan menambahkan satu konstruk yang belum ada di TRA. Konstruk ini disebut dengan *perceived behavioural control* (kontrol perilaku persepsian). Alasan konstruk ini ditambahkan pada TPB adalah untuk mengontrol perilaku individual yang dibatasi oleh kekurangan-kekurangan dan keterbatasan-keterbatasan dari kekurangan sumber-sumber daya yang digunakan untuk melakukan perilakunya (Hsu dan Chiu, 2002). Bentuk dari model perilaku rencanaan (*Theory of Planned Behaviour*) setelah ditambahkan konstruk *perceived behavioural control* tampak pada gambar berikut:



Gambar 2. Theory of Planned Behaviour (TPB)

Sumber : Jogiyanto 2007

Teori perilaku perencanaan (*Theory of Planned Behaviour*) dapat mempunyai dua fitur (Jogiyanto, 2007), yaitu sebagai berikut:

1. Teori ini mengansumsikan bahwa kontrol persepsi perilaku (*perceived behavioral control*) mempunyai implikasi motivasional terhadap minat. Orang-orang yang percaya bahwa mereka tidak mempunyai sumber-sumber daya yang ada atau tidak mempunyai kesempatan untuk melakukan perilaku tertentu mungkin tidak akan membentuk minat berperilaku yang kuat untuk melakukannya walaupun mereka sendiri punya sikap positif terhadap perilakunya dan percaya bahwa orang lain akan menyetujui perilaku mereka. Hal ini berarti diharapkan terjadi hubungan antara kontrol persepsi perilaku (*perceived behavioural control*) dengan minat yang tidak dimediasi oleh sikap dan norma subjektif. Model ini ditunjukkan dengan panah yang menghubungkan kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioural control*) ke minat.
2. Teori ini juga memungkinkan adanya hubungan langsung antara kontrol persepsi perilaku (*perceived behavioural control*) dengan perilaku. Kontrol

perilaku persepsian (*perceived behavioural control*) dapat mempengaruhi perilaku seseorang atau kelompok secara tidak langsung lewat minat, dan juga dapat memprediksi perilaku seseorang atau kelompok secara langsung. Hal ini dikarenakan kinerja dari suatu perilaku tidak tergantung hanya pada motivasi untuk melakukannya tetapi juga kontrol yang cukup terhadap perilaku yang dilakukan. Model hubungan langsung ini ditunjukkan dengan panah yang menghubungkan kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioural control*) langsung ke perilaku (*behaviour*).

Kontrol perilaku yang dirasakan dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu dan perkataan seseorang mengenai sulit atau tidaknya melakukan sebuah perilaku tertentu (Azwar, 2003). TPB menganggap bahwa teori sebelumnya mengenai perilaku yang tidak dapat dikendalikan sebelumnya oleh individu dipengaruhi juga oleh faktor mengenai faktor non motivasional yang dianggap sebagai kesempatan atau sumber daya yang dibutuhkan agar perilaku dapat dilakukan. Sehingga dalam teorinya, Ajzen menambahkan satu determinan lagi, yaitu kontrol persepsi perilaku mengenai mudah atau sulitnya perilaku yang dilakukan. Oleh karena itu, menurut TPB, intensi dipengaruhi oleh tiga hal, yaitu : sikap, norma subjektif, kontrol perilaku (Ajzen dalam Jogiyanto, 2007).

2.2.6 Kebijakan

Secara etimologis, kata kebijakan berasal dari Bahasa Yunani dari kata *polis* yang berarti negara-kota. Bahasa latin yang diubah menjadi *politia* yang berarti pemerintah (Abidin, 2016). Menurut Edi Suharto, kebijakan adalah prinsip atau cara bertindak yang dipilih untuk mengarahkan pengambilan keputusan (Suharto,

2007). Menurut Mustopadijaja (2002), istilah kebijakan lazim digunakan dalam kaitannya dengan tindakan atau kegiatan pemerintah, serta perilaku negara pada umumnya. Kebijakan tersebut dituangkan dalam berbagai bentuk peraturan, sehingga kajian kebijakan pada hakekatnya adalah kajian peraturan perundang-undangan. Menurut Anderson (1975), kebijakan merupakan arah tindakan yang mempunyai maksud yang ditetapkan oleh seorang aktor atau sejumlah aktor dalam mengatasi suatu masalah atau suatu persoalan.

Berdasarkan pengertian di atas dapat dianalogikan bahwa kebijakan merupakan suatu tindakan untuk mengatasi suatu permasalahan yang ada di masyarakat yang di buat oleh aktor, dalam hal ini adalah pemerintah yang mana dapat menghasilkan kebijakan dalam bentuk peraturan perundang-undangan yang berlaku buat masyarakat dan semua elemen masyarakat yang ada. Kebijakan dapat dibagi menjadi 2, yaitu:

1. Kebijakan Publik

Kebijakan publik menurut Dye dalam Wahab (2012:14) bahwa kebijakan publik adalah *what ever governments choose to do or not to do*, yang berarti apa saja yang telah dipilih oleh pemerintah untuk dilakukan maupun untuk tidak dilakukan. Dalam hal ini, pokok kajiannya adalah negara. Pemerintah memilih hal mana saja yang dilakukan maupun tidak dilakukan akan memiliki pengaruh atau dampak yang besar. Pengertian yang dikemukakan oleh Thomas R. Dye ini bisa dikelompokkan ke dalam pembuatan keputusan atau *decision making* yang berarti pemerintah memiliki wewenang untuk membuat suatu keputusan dengan suatu tujuan tertentu.

Menurut Adisamita (2015), kebijakan publik adalah kebijakan atau cara bagaimana yang dilakukan pemerintah untuk mencapai tujuan dan sasaran pembangunan publik/masyarakat, yaitu peningkatan kesejahteraan masyarakat. Menurut Chandler dan plano dalam Tangkilisan (2003), menyakan bahwa kebijakan publik adalah pemanfaatan yang strategis terhadap sumberdaya-sumberdaya yang ada untuk memecahkan masalah-masalah publik atau pemerintah. Lebih lanjut dikatakan bahwa kebijakan publik merupakan suatu bentuk intervensi yang dilakukan secara terus-menerus oleh pemerintah demi kepentingan kelompok yang kurang beruntung dalam masyarakat agar mereka dapat hidup, dan ikut berpartisipasi dalam pembangunan secara luas.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli mengenai pengertian kebijakan publik, dapat disimpulkan bahwa kebijakan publik adalah bagaimana cara pemerintah untuk mencapai tujuan dan sasaran pembangunan publik/masyarakat yaitu dengan cara peningkatan dan pembangunan secara luas dan menyeluruh dan juga untuk memecahkan masalah-masalah ataupun persoalan-persoalan publik.

2. Kebijakan Fiskal

Menurut Rahayu (2014), Kebijakan fiskal adalah kebijakan penyesuaian dibidang pengeluaran dan penerimaan pemerintah untuk memperbaiki keadaan ekonomi. Adapaun pemahaman lain dari kebijakan fiskal adalah kebijakan pemerintah dengan menggunakan belanja negara dan perpajakan dalam rangka menstabilkan perekonomian. Kebijakan ini mirip dengan kebijakan moneter untuk mengatur jumlah uang yang beredar, namun kebijakan fiskal lebih menekankan pada pengaturan pendapatan dan belanja pemerintah.

Kebijakan fiskal merujuk pada kebijakan yang dibuat pemerintah untuk mengarahkan ekonomi suatu negara melalui pengeluaran dan pendapatan (berupa pajak) pemerintah. Dari sisi pajak jelas jika mengubah tarif pajak yang berlaku akan berpengaruh pada ekonomi. Jika pajak diturunkan maka kemampuan daya beli masyarakat meningkat dan industri akan dapat meningkatkan jumlah *output*. Sebaliknya, kenaikan pajak akan menurunkan daya beli masyarakat serta menurunkan industri secara umum (Rahayu, 2014).

Kebijakan fiskal adalah kebijakan ekonomi yang digunakan pemerintah untuk mengelola/mengarahkan perekonomian ke kondisi yang lebih baik atau diinginkan dengan cara mengubah penerimaan dan pengeluaran pemerintah (Apendi, 2006). Kebijakan fiskal berdasarkan pengertian sempit disebut juga dengan kebijakan perpajakan. Kriteria kebijakan pajak yang baik menurut Schlesinger (1967:528-535) dalam Ernanda (2009):

- a) Kebijakan pajak yang baik adalah kebijakan yang mempunyai pola yang selaras. Suatu kebijakan yang berorientasi jangka pendek jangan sampai menimbulkan kesenjangan dengan pola kebijakan yang berorientasi pada jangka panjang.
- b) Cara yang paling efektif untuk membuat suatu kebijakan pajak yang berarti adalah dengan membuat perhitungan estimasi penerimaan pajak jika suatu kebijakan diterapkan. Untuk membuat perhitungan tersebut, negara memerlukan data statistik yang akurat yang berarti suatu kebijakan pajak yang baik memerlukan suatu administrasi pajak yang baik pula.

- c) Kebijakan pajak dikatakan baik jika dapat diimplementasikan secara teknis melalui peraturan perundang-undangan yang praktis atau melalui prosedur administratif yang efisien. Hal ini mengartikan antara suatu bentuk kebijakan yang lebih tinggi dengan peraturan pelaksanaannya harus diatur secara baik dan seksama. Pengaturan ini memerlukan suatu koordinasi antara *policy generalist* dengan *administrative specialist*.
- d) Fleksibilitas diperlukan untuk memadukan metode dan pemikiran dalam pembuatan kebijakan pajak. Fleksibilitas tersebut berguna untuk mengadaptasikan prinsip umum perpajakan dengan struktur ekonomi dan realitas politik di suatu negara.

2.2.5 Cukai

2.2.5.1 Sejarah Cukai

Bea Cukai merupakan perangkat negara “konvensional” seperti halnya kepolisian, kejaksaan, pengadilan, ataupun angkatan bersenjata yang eksistensinya telah ada sepanjang masa sejarah suatu negara. Fungsi Bea Cukai di Indonesia diyakini sudah ada sejak zaman kerajaan (feodalisme) dahulu, namun belum ditemukan bukti-bukti tertulis yang kuat. Kelembagaan pada waktu itu masih bersifat lokal sesuai wilayah kerajaannya. Sejak VOC masuk, barulah Bea Cukai mulai terlembagakan secara “nasional”.

Pada masa kesultanan-kesultanan Islam, dikenal jabatan Syahbandar dan bendahara yang berkedudukan di pelabuhan-pelabuhan besar seperti Aceh, Malaka, Banten, Tuban, Gresik, Martapura, Banjarmasin, dan Makassar. Wewenang Syah Bandar adalah menentukan berapa harga barang dagang dan menentukan besarnya

pajak yang dikenakan pada suatu barang dagang. Para raja mempercayai mereka untuk memungut bea masuk dan bea keluar dari barang-barang yang diperdagangkan di pelabuhan.

Pada masa pemerintahan Hindia Belanda, didirikan *De Dienst der Invoer en Uitvoer Rechten en Accijnzen* (I.U&A) atau dalam terjemahan bebasnya berarti “Dinas Bea Impor dan Bea Ekspor serta Cukai”, sebuah jabatan di bawah Departemen Keuangan. Tugasnya adalah untuk memungut *invoer-rechten* (bea impor/masuk), *uitvoer-rechten* (bea ekspor/keluar), dan *accijnzen* (excise/cukai). Petugas bea-cukai pada masa ini dikenal sebagai *douane*, *mantriboom*, atau *tolenaar*. Sistem kepabeanan dan cukai mulai terlembaga secara modern saat Jan Pieterszoon Coen selaku Gubernur Jenderal *Vereenigde Oostindische Compagnie* (VOC) mengundang tarif bea masuk yang pertama di Batavia pada tanggal 1 Oktober 1620.

Pada masa pemerintahan Jepang, Pulau Jawa dan Madura dibawah kendali pemerintahan militer Angkatan Darat (Gun) Kekaisaran Jepang ke-16 dengan ibu kota di Jakarta. Sementara di Sumatera oleh AD Kekaisaran Jepang ke-25. Pulau-pulau lainnya di bawah pemerintahan Kaigun (Angkatan Laut) Kekaisaran Jepang dengan Ibu Kota Makassar. Pemerintahan Jepang yang disebut *Gunseikanbu* mengeluarkan *Osamu Serei* (Undang-Undang) Nomor 13 tahun 1942 yang dalam pasal 1 ayat 2 disebutkan bahwa untuk sementara waktu bea tidak usah diurus. Pada saat itulah kegiatan kepabeanan dibekukan, sehingga hanya cukai saja yang dijalankan.

Cukai berada satu bagian dengan jawatan pajak pemerintahan Jepang di bawah departemen keuangan yang bernama *Zaimubu*. Model *Zaimubu* di Jawa dan Madura inilah yang diadopsi oleh para pendiri bangsa ketika merumuskan bentuk departemen keuangan setelah proklamasi. Bentuk ini baru dirumuskan setelah 25 September 1945 setelah pengangkatan A.A. Maramis sebagai menteri keuangan. Karena mengadopsi *Zaimubu*, wajar jika pada awalnya urusan kepabeanan tidak diikutsertakan. Mulai tanggal 1 November 1945, urusan bea masuk departemen keuangan bagian Pajak.

Pada Tahun 1946, pejabatan pajak direorganisasi menjadi tiga pejabatan: Pajak, Pajak Bumi, dan Bea dan Cukai. Istilah pejabatan pajak baru dapat dianalogikan dengan ditjen pajak sekarang ini karena tidak lagi membawahkan pajak, bea, dan cukai, serta pajak bumi. Saat itulah Bea dan Cukai menjadi unit eselon I di bawah menteri keuangan. Menteri muda keuangan Mr. Sjafruddin Prawiranegara menunjuk Mr. R.A. Kertadjoemena sebagai Kepala Pejabatan Bea dan Cukai yang pertama yakni pada tanggal 1 Oktober 1946. Pada saat itulah, tanggal 1 Oktober 1946 diyakini sebagai hari lahirnya Bea Cukai Indonesia (online-pajak.com, di akses pada 20 Agustus 2019)

2.2.5.2 Definisi Cukai

Cukai adalah pungutan negara yang dikenakan oleh negara terhadap barang-barang yang memiliki karakteristik dan sifat tertentu yang disebut Barang Kena Cukai (BKC). Pengenaan cukai dan penerapannya di dalam berbagai barang konsumsi masyarakat telah diatur sedemikian rupa dan memiliki kekuatan hukum yang sah di dalam pengenaannya sehingga timbulnya pelanggaran di dalam

penerapannya akan dikenai sanksi dan ganjaran yang tegas dari pihak pemerintah. Cukai diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 1995 tentang Cukai dan Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2007 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 1996 tentang Cukai.

Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 39 tahun 2007, cukai adalah pungutan negara yang dikenakan terhadap barang-barang tertentu yang mempunyai sifat atau karakteristik yang ditetapkan dalam undang-undang ini. Barang-barang tertentu yang dimaksud adalah barang-barang yang konsumsinya perlu dikendalikan, peredarannya perlu diawasi, pemakainnya dapat menimbulkan dampak negatif bagi masyarakat atau lingkungan hidup serta pemakainnya perlu pembebanan pungutan negara demi keadilan dan keseimbangan.

2.2.5.3 Karakteristik Cukai

Karakteristik cukai menurut Cnossen (2005), adalah *selectivity in coverage, discrimination in intent and some form of quantitative measurement in determining the tax liability*. Penjelasan dari masing-masing karakteristik tersebut adalah sebagai berikut:

1) *Selectivity in Coverage*

Berbeda dengan *sales tax* (pajak penjualan) yang mempunyai karakteristik *general* (sehingga cakupan objeknya meliputi semua barang dan jasa), karakteristik *excise* (cukai) adalah *selectivity in coverage*. Artinya, meskipun keduanya merupakan *indirect-consumption tax*, namun cukai tidak dikenakan terhadap semua barang dan jasa. Inilah yang merupakan perbedaan pertama dan utama antara pajak penjualan dengan cukai.

Cukai dikenakan hanya terhadap barang dan jasa tertentu yang dianggap mempunyai eksternalitas negatif atau karena alasan keadilan vertikal. Barang dan jasa yang dianggap mewah (*luxury goods*) dijadikan objek pajak, namun argumentasi ini hendaknya digunakan dengan sangat selektif karena jika tidak : (1) akan menimbulkan variasi yang sangat luas (2) akan menyebabkan biaya administrasi yang tinggi (3) polemic saat menentukan objeknya.

2) *Discrimination in Intent*

Aspek yang membedakan cukai dengan pajak penjualan adalah tujuan pemungutannya. Cukai dipungut bukan semata-mata untuk dijadikan sebagai sumber penerimaan negara, tetapi juga untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu. Ada beberapa alasan mengapa suatu barang atau jasa dijadikan sebagai objek cukai, diantaranya adalah:

- a) Cukai dijadikan sebagai justifikasi untuk mengawasi konsumsi yang dianggap tidak bermoral (*immoral*) atau tidak sehat, seperti produk-produk tembakau dan minuman beralkohol.
- b) Cukai dikenakan terhadap barang atau jasa yang bukan merupakan kebutuhan pokok atau dianggap sebagai barang mewah, dengan pertimbangan *taxpaying capacity*.
- c) Kendaraan bermotor dikenakan cukai karena asapnya menimbulkan eksternalitas negatif dengan alasan sebagai *services charges* atas penggunaan jalan raya. Salah satu alasan pemungutan pajak adalah *internalize the externality* sehingga masyarakat ikut bertanggung jawab terhadap efek eksternal yang timbul akibat perbuatan mereka.

d) Justifikasi pemungutan pajak atas bahan baku adalah untuk mencegah pemborosan dan mendorong *high-yielding plants*. Pemungutan cukai didesain sedemikian rupa agar penggunaan bahan baku mengarah pada kualitas input atau efisiensi bahan baku.

3) *Quantitative Measurement*

Ciri khas yang membedakan cukai dengan pajak lainnya adalah bahwa pemungutan cukai pada umumnya berimplikasi pada pengawasan fisik atau pengukuran oleh otoritas cukai untuk menentukan kewajiban pajak dan untuk memastikan peraturan cukai ditaati. Meskipun pada umumnya hanya diterapkan pada cukai tembakau dan alkohol, namun pengawasan fisik juga bisa diterapkan pada objek cukai lainnya.

Bentuk pengawasan tidak harus selalu dengan pita cukai. Beberapa negara maju melakukan pengawasan dengan melakukan pemeriksaan pembukuan (khususnya pembukuan produsen dan importir). Apa pun bentuk pengawasannya, kriteria inilah yang membedakan antara cukai dengan pajak penjualan. Karakteristik cukai menurut Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2007 adalah:

- 1) Jenis barang yang konsumsinya perlu dikendalikan secara khusus penggunaannya di dalam masyarakat luas
- 2) Barang-barang yang peredarannya perlu diawasi secara khusus.
- 3) Barang-barang yang di dalam pemakaiannya dapat menimbulkan dampak negatif bagi masyarakat luas ataupun bagi lingkungan hidup di sekitarnya.

- 4) Barang-barang yang pemakaiannya perlu dilakukan pembebanan pungutan negara, dimana hal ini dimaksudkan untuk menciptakan keadilan dan keseimbangan di tengah-tengah masyarakat luas.

2.2.5.4 Barang Kena Cukai

Barang-barang yang memiliki sifat atau karakteristik tertentu yang dikenai cukai oleh pemerintah berdasarkan Undang-Undang yang telah ditetapkan adalah barang-barang yang konsumsinya perlu dikendalikan, barang-barang yang peredarannya perlu diawasi, barang-barang yang pemakaiannya dapat menimbulkan dampak negatif bagi masyarakat maupun lingkungan hidup, barang-barang yang pemakaiannya perlu dilakukan pembebanan demi keadilan dan keseimbangan di masyarakat.

Barang-barang yang memiliki sifat dan karakteristik tersebut diatas akan dikenakan cukai dan disebut barang kena cukai (BKC), yang mana barang-barang tersebut akan menjadi objek cukai dan dipungut cukainya sesuai dengan ketentuan undang-undang yang ditetapkan. Adapun contoh barang-barang yang memiliki sifat atau karakteristik tertentu yang dikenai cukai oleh Pemerintah Indonesia berdasarkan dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2007 antara lain:

- 1) Berbagai macam hasil olahan tembakau seperti sigaret, tembakau iris, cerutu, rokok daun, dan hasil turunan tembakau lainnya.
- 2) Etil alkohol atau Etanol, dimana barang ini dikenakan cukai dengan tidak mengindahkan bahan baku atau dbahan dasar yang digunakan serta proses yang dilakukan dalam pembuatannya.

- 3) Berbagai macam minuman yang mengandung Etil Alkohol dalam kadar berapapun.

Sesuai dengan penetapan jenis barang kena cukai sebagaimana disebutkan di atas sesuai Undang-Undang Nomor 11 Tahun 1995 Tentang Cukai, sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2007 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tentang Cukai, maka saat ini untuk sementara waktu Indonesia baru mengenal tiga jenis BKC secara umum, yaitu hasil tembakau, etil alkohol dan minuman yang mengandung etil alkohol. Sangat memungkinkan terjadi perubahan jenis BKC seperti plastik. Berikut ini adalah Dasar Hukum pungutan negara yang dikenakan terhadap BKC:

- 1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 1995 tentang Cukai sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2007 tentang Perubahan atas Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 1995 tentang Cukai.
- 2) Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 62/PMK.011/2010 tentang Tarif Cukai Etil Alkoho, Minuman yang Mengandung Etil Alkohol, dan Konsentrat yang Mengandung Etil Alkohol.
- 3) Peraturan Direktur Jenderal Bea dan Cukai Nomor: P – 22/BC/2010 tentang Tata Cara Pemungutan Cukai Etil Alkohol, Minuman Mengandung Etil Alkohol, dan Konsentrat Mengandung Etil Alkohol.

2.2.6 Cukai atas Kantong Plastik

Kantong plastik atau tas plastik adalah kantong pembungkus yang terbuat dari plastik (*polioefin* atau *polivinil klorida*). Kantong plastik digunakan untuk memuat

dan membawa barang-barang konsumsi. Kantong plastik termasuk ke dalam jenis plastik LDPE (*Low Density Polyethylene*) dan termasuk ke dalam kode daur ulang nomor 4. Sifat LDPE kuat, tembus cahaya, fleksibel dan daya proteksi terhadap uap air tergolong baik.

Menurut Undang Undang Nomor 17 Tahun 2006, cukai adalah pungutan negara yang dikenakan terhadap barang yang memiliki sifat dan karakteristik tertentu, yaitu konsumsinya perlu dikendalikan, peredarannya perlu diawasi, pemakaiannya dapat menimbulkan dampak negatif bagi masyarakat atau lingkungan hidup, dan perlu pembebanan pungutan negara demi keadilan dan keseimbangan. Cukai dikenakan pada suatu komoditas karena pengaruh negatif komoditas tersebut. Pengenaan cukai dimaksudkan untuk menekan konsumsi produk-produk tersebut, bukan semata-mata untuk menambah pemasukan negara. Penggunaan kantong plastik yang tidak bertanggung jawab dapat menyebabkan permasalahan sampah yang dapat membahayakan manusia dan lingkungan hidup.

Direktur Teknis dan Fasilitas Cukai Kementerian Keuangan (Kemenkeu) Republik Indonesia, Nirwala Dwi Heyanto mengatakan, 16% sampah yang ada di Indonesia adalah sampah plastik, 62% diantaranya adalah kantong plastik (www.finance.detik.com, diakses pada 15 Agustus 2019). Porsi sampah plastik terhadap timbunan sampah nasional juga meningkat dari 14% pada 2013, menjadi 16% pada 2016. Berat timbunan sampah nasional pada tahun 2016 diketahui sudah mencapai 65,2 juta ton per tahun. Hal inilah yang melatar belakangi kantong plastik perlu dikenakan cukai.

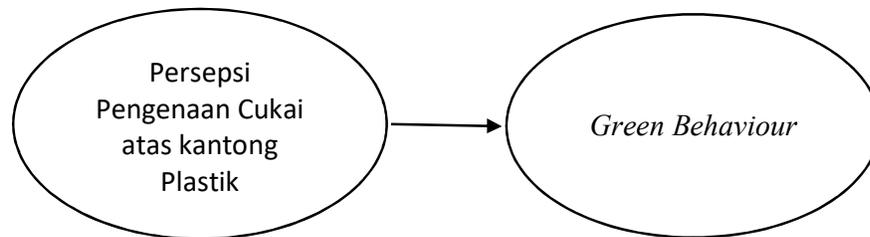
Rencana pengenaan cukai atas kantong plastik bukan wacana baru, wacana ini sudah ada sejak 2016 kemarin. Kantong plastik memang bukan satu-satunya produk berbahan dasar plastik. Ada banyak barang berbahan dasar plastik yang dikonsumsi masyarakat, tetapi pemerintah membidik kantong plastik sebagai salah satu yang akan dikenakan cukai. Selain bisa mengurangi konsumsi, secara tidak langsung cukai juga menjadi salah satu sumber pemasukan negara walaupun bukan tujuan utama dari fungsi cukai. Jika tarif cukai Rp 30.000 per kg, dengan asumsi 1 kg sama dengan 150 lembar kantong plastik, maka tarif cukai plastik hanya Rp 200 per lembar kantong plastik. Namun penerimaan negara dari cukai atas kantong plastik tidak bisa dikatakan sedikit. Jika dihitung dengan asumsi diatas, Indonesia diperkirakan memproduksi 65,66 juta kg kantong plastik per tahun, maka potensi pemasukan dari cukai atas kantong plastik mencapai Rp 1,96 triliun per tahun.

Potensi pemasukan ini tentu sangat besar dan bisa digunakan untuk kepentingan lingkungan. Mulai dari pengadaan tempat sampah di jalanan, menambah petugas kebersihan, melakukan sosialisasi tentang pendidikan lingkungan, bahkan bisa dipakai untuk membangun pabrik daur ulang atau bank sampah untuk dikelola dengan benar. Namun kebijakan cukai atas kantong plastik ini juga bisa menyebabkan inflasi. Menurut perhitungan Kemenkeu (2018), pengenaan cukai atas kantong plastik diperkirakan dapat menyebabkan inflasi hingga 0,4 persen. Hal itu disebabkan karena harga sampah plastik akan meningkat yang berarti berdampak pada sektor-sektor lain yang berkaitan dengan kantong plastik (Purwoko, 2012).

2.3 Model Konsep

Menurut Singarimbun (2006:34), konsep adalah abstraksi mengenai suatu fenomena yang dirumuskan atas dasar generalisasi dari sejumlah karakteristik, kejadian, keadaan, kelompok atau individu tertentu. Menurut (Sekaran, 2007) model konseptual adalah jaringan asosiasi yang disusun, dijelaskan, dan dielaborasi secara logis antar variabel yang dianggap relevan pada situasi masalah. Berdasarkan pengertian diatas, secara sederhana model konsep dapat diartikan sebagai sebuah gambaran atau representasi dari sesuatu objek yang abstrak tentang suatu fenomena yang akan dirumuskan. Model konsep pada penelitian ini disusun berdasarkan landasan teori serta penelitian terdahulu yang telah dijabarkan sebelumnya, selanjutnya peneliti menganalisis secara sistematis sehingga menghasilkan model konseptual yang menjelaskan hubungan antar variabel yang diteliti.

Fungsi model konseptual menurut Jonker (2011), dapat menunjukkan bagaimana melihat fenomena yang diketengahkan dalam penelitiannya. Konsep-konsep teoritis yang digunakan untuk membangun model konseptual memberikan perpektif atau sebuah cara untuk melihat fenomena empiris. Karakteristik model konseptual menurut (Jonker, 2011), sebuah model menawarkan kerangka kerja yang menggambarkan secara logis hubungan kausal antara faktor-faktor yang berkaitan. Model konseptual dapat mempromosikan hal yang masuk akal atau makna dalam situasi tertentu. Peneliti menggambarkan model konseptual dari penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 3 Model Konsep
Sumber : Hasil Olahan, 2019

2.4 Model Hipotesis dan Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Model Hipotesis

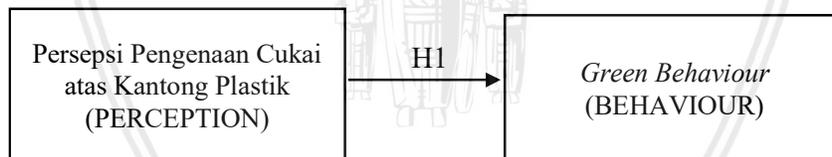
Definisi Hipotesis menurut Sekaran (2007:135), hipotesis didefinisikan sebagai hubungan yang diperkirakan secara logis diantara dua atau lebih variabel yang diungkapkan dalam bentuk pernyataan yang selanjutnya dapat diuji. Hubungan tersebut diperkirakan berdasarkan jaringan asosiasi yang ditetapkan dalam model konseptual yang sudah dirumuskan sebelumnya. Hipotesis menurut Martono (2010:57), hipotesis dapat didefinisikan sebagai jawaban sementara yang kebenarannya harus diuji atau rangkuman kesimpulan secara teoritis yang diperoleh melalui tinjauan pustaka.

Senada dengan Martono, hipotesis menurut Narbuko dan Achmadi (2013:141), adalah dugaan sementara yang masih dibuktikan kebenarannya melalui suatu penelitian. Menurut Creswell (2016:204), hipotesis merupakan prediksi atas hasil-hasil penelitian, dapat berupa hipotesis alternatif yang memperinci hasil eksak yang diharapkan dan juga dapat berupa hipotesis nol yang mengindikasikan tidak adanya perbedaan atau hubungan signifikan antara kelompok-kelompok dalam variabel terikat (*dependent variable*).

Menurut Indriantoro dan Supomo (2018:79), menyatakan bahwa Hipotesis dapat dirumuskan dalam bentuk hipotesis nol dan hipotesis alternatif. Hipotesis nol dan hipotesis alternatif dinyatakan sekaligus karena hipotesis yang diuji oleh peneliti adalah hipotesis nol, sedangkan yang diharapkan adalah hipotesis alternatif (Silalahi,2015:278). Berdasarkan pendapat di atas, peneliti merumuskan hipotesis nol dan hipotesis alternatif yang akan diuji kebenarannya. Hipotesis dalam penelitian ini yakni:

H_0 → Persepsi Pengenaan Cukai atas Kantong Plastik (PERCEPTION) Tidak Berpengaruh Terhadap *Green Behaviour* Masyarakat Di Kota Malang (BEHAVIOUR)

H_1 → Persepsi Pengenaan Cukai atas Kantong Plastik (PERCEPTION) Berpengaruh Terhadap *Green Behaviour* Masyarakat Di Kota Malang (BEHAVIOUR)



Gambar 4 Model Hipotesis

Sumber: Hasil Olahan, 2019

2.4.2 Pengembangan Hipotesis

Masalah sampah plastik terjadi karena jumlah sampah plastik yang terus meningkat, belum tepatnya pengelolaan sampah plastik dan belum adanya kesadaran masyarakat untuk menjaga kelestarian lingkungan. Sampah plastik sangat sulit untuk terurai, karena itu sampah plastik membutuhkan penanganan

khusus. Penumpukan sampah plastik dapat menyebabkan berbagai macam masalah, khususnya masalah lingkungan dan masalah kesehatan.

Kerusakan lingkungan menjadi sangat penting karena sebagian besar jasa lingkungan merupakan barang publik, seperti air dan udara. Akses atas udara dan air dinikmati pada tingkat yang sama secara gratis, dengan kata lain tidak memiliki harga moneter. Hal inilah yang menimbulkan diabaikannya upaya menjaga kualitas dan kuantitas lingkungan. Berbagai literatur menyebut hal ini dengan eksternalitas negatif.

Secara teoritis, eksternalitas terjadi karena adanya perbedaan antara *social cost* dan *private cost*. *Private cost* adalah biaya-biaya yang berhubungan dengan produksi yang tidak ditambahkan dengan *external cost* atau *cost of externality*. *Social cost* adalah biaya yang sudah memperhitungkan dampak yang ditimbulkan atas suatu aktivitas ekonomi. Sederhananya *social cost* adalah *private cost* yang ditambahkan dengan *external cost*.

Masalahnya adalah ketika kita hanya memasukkan *private cost* tanpa menghitung *external cost* dalam perhitungan kita. Hal ini dapat merugikan atau menguntungkan pihak lain dari aktivitas ekonomi yang terjadi. *External cost* tidak tercermin pada laporan laba rugi atau dalam keputusan perusahaan. Namun, *external cost* tetap merupakan biaya yang harus di tanggung oleh masyarakat. Produksi dan penggunaan kantong plastik dinilai tidak memperhitungkan *external cost*, yang berarti dalam perhitungannya hanya menghitung *private cost*, padahal dampak negatif yang ditimbulkan oleh kantong plastik sangatlah banyak dan

berbahaya. Biaya atas dampak negatif yang ditimbulkan oleh kantong plastik inilah yang disebut *external cost* atau *cost of externality*.

Salah satu cara untuk mengatasi eksternalitas negatif adalah menginternalisasikan eksternalitas yang muncul, sehingga biaya dari kerusakan yang timbul dapat dipertimbangkan. Jika sebelumnya biaya eksternalitas negatif bukan tanggung jawab siapapun, karena sifatnya yang *non-private* dan gratis, kini biaya tersebut harus ditanggung pelaku. Salah satu contoh dari internalisasi eksternalitas yang dimaksud adalah pembebanan pajak terhadap aktivitas ekonomi yang menimbulkan eksternalitas negatif seperti penggunaan kantong plastik. Pembebanan pajak ditujukan untuk memperhitungkan *eksternal cost* yang sebelumnya tidak diperhitungkan. Jenis pajak inilah yang disebut dengan *pigouvian tax*.

Pigouvian tax adalah pajak yang seharusnya dikenakan terhadap setiap kegiatan ekonomi yang menghasilkan eksternalitas negatif. Pengertian ini sejalan dengan pendapat Mankiw (2012), bahwa pajak pigovian adalah *a tax design to induce private decision makers to take account of the social costs that arise from a negative externality*. Pemerintah berusaha mengambil tindakan untuk mengurangi eksternalitas negatif yang ditimbulkan dari penumpukan sampah plastik. Salah satu upaya yang dilakukan pemerintah adalah dengan mengenakan cukai atas kantong plastik yang juga bertujuan untuk mendorong *green behaviour* masyarakat yang secara tidak langsung menekan penggunaan kantong plastik.

Green Behaviour atau yang biasa disebut dengan “kebiasaan ramah lingkungan” adalah kebiasaan konsumen yang sebisa mungkin meminimalisasi

kerusakan terhadap lingkungan (Steg dan Vlek, 2009). Menurut Jogiyanto (2007), menyatakan bahwa dalam *theory of planed behaviour*, kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioural control*) dapat mempengaruhi perilaku secara tidak langsung dan juga dapat memprediksi perilaku secara langsung. Hal ini disebabkan karena perilaku ramah lingkungan yang dilakukan masyarakat tidak tergantung hanya pada motivasi untuk melakukannya, tetapi juga kontrol yang cukup terhadap perilaku ramah lingkungan tersebut.

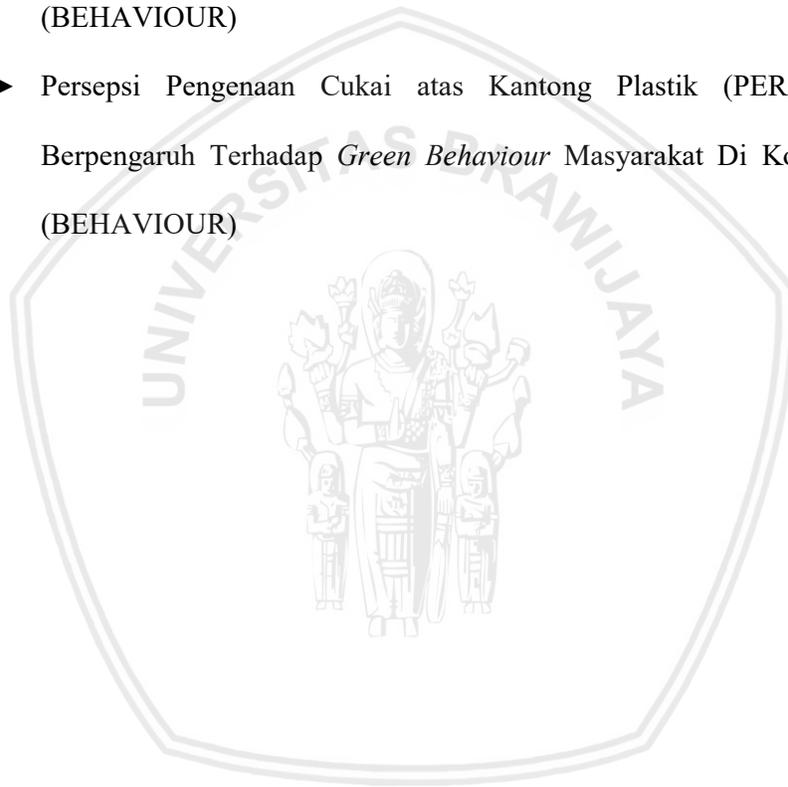
Menurut beberapa penelitian empiris sebelumnya, peneanaan cukai atas produk kantong plastik dengan tarif cukai sebesar 15%, mampu mengurangi permintaan kantong plastik hingga 85.182,22 ton, atau sekitar 18,88% dari proyeksi produksi kantong plastik 2012 (Purwoko, 2012). Hal ini diperkuat oleh penelitian Novianti (2017), yang membuktikan setelah penerapan uji coba kebijakan kantong plastik berbayar, lebih banyak konsumen yang mengurangi penggunaan kantong plastik yang berarti berdampak pada *green behaviour* masyarakat. Namun, penelitian di atas bertentangan dengan data dari Badan Pusat Statistik (BPS, 2018), yang menyebutkan sekitar 72% masyarakat Indonesia kurang peduli dengan masalah sampah. Hasil Survei Sosial Ekonomi Nasional Modul Ketahanan Sosial (Susenas Modul Hansos, 2017), juga menunjukkan bahwa terdapat 54,8% rumah tangga yang tidak membawa tas belanja sendiri. hanya 8,7% yang selalu membawa tas belanja sendiri, selebihnya menyatakan kadang-kadang dan sering menggunakan tas belanja sendiri.

Penelitian ini ingin melihat ada atau tidaknya dan seberapa besar pengaruh persepsi peneanaan cukai atas kantong plastik terhadap *green behaviour*

masyarakat di Kota Malang. Variabel bebas (*independent variable*) dalam penelitian ini adalah persepsi pengenalan cukai atas kantong plastik. Variabel terikat (*dependent variable*) dalam penelitian ini adalah *green behaviour*. Berdasarkan uraian diatas, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₀ → Persepsi Pengenalan Cukai atas Kantong Plastik (PERCEPTION) Tidak Berpengaruh Terhadap *Green Behaviour* Masyarakat Di Kota Malang (BEHAVIOUR)

H₁ → Persepsi Pengenalan Cukai atas Kantong Plastik (PERCEPTION) Berpengaruh Terhadap *Green Behaviour* Masyarakat Di Kota Malang (BEHAVIOUR)



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi pengenalan cukai atas kantong plastik terhadap *green behaviour* masyarakat di Kota Malang. Ada dua variabel dalam penelitian ini, selanjutnya variabel dipecahkan ke dalam indikator-indikator yang akan dikembangkan menjadi *item* yang dituangkan dalam kuesioner dengan menggunakan skala likert, selanjutnya data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan statistik. Oleh karena itu, jenis penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2012:23), dikatakan metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Jenis pendekatan yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah jenis *explanatory research*.

Explanatory research adalah tipe penelitian yang menyoroti hubungan antar variabel penelitian, ditujukan untuk lebih memahami gejala atau permasalahan tertentu dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan (Soehartono, 2008:34). Menurut Singarimbun dan Effendi (2006:4), *explanatory research* adalah penelitian yang ditujukan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesa yang dirumuskan. Penelitian ini berusaha untuk menggambarkan kondisi terkait dalam konteks kuantitatif yang direfleksikan dalam variabel yang ada dalam penelitian ini dan menguji hipotesis yang sudah dirumuskan.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi yang dipilih untuk melakukan penelitian ini adalah 5 *brand* toko ritel (*retail store*) yang terletak di Kota Malang yang terdaftar pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang. Toko ritel adalah toko yang menjual segala kebutuhan sehari-hari langsung ke konsumen akhir untuk penggunaan akhir dan bukan untuk bisnis. Toko Ritel yang menjadi lokasi penelitian terdiri dari: 1) Alfamart, 2) Indomaret, 3) Superindo, 4) Giant dan 5) Hypermart. Alasan peneliti memilih 5 *brand* toko ritel diatas sebagai lokasi penelitian adalah karena 5 *brand* toko ritel tersebut banyak tersebar di Kota Malang, lokasi toko ritel yang dekat dengan pemukiman masyarakat sehingga mudah dijangkau. Selain itu transaksi di toko ritel cenderung tinggi sehingga mempermudah saat pengambilan sampel.

Alasan peneliti memilih Kota Malang sebagai lokasi penelitian adalah karena Kota Malang menarik untuk dijadikan lokasi penelitian karena daya tarik dari Kota Malang itu sendiri. Berbagai julukan diberikan kepada Kota Malang, seperti Malang kota pendidikan, Malang kota wisata, Malang kota dingin dan lainnya. Daya tarik ini yang menyebabkan begitu banyak pendatang di Kota Malang. Sehingga jumlah penduduk dan laju pertumbuhan penduduk Kota Malang menjadi cukup tinggi. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS, 2015), jumlah penduduk di Kota Malang sekitar 851.298 jiwa dengan luas wilayah 110,06 km² dan Laju pertumbuhan penduduk sebesar 0,63 persen.

3.2 Identifikasi Variabel, Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran

3.2.1 Identifikasi Variabel

Menurut Darmawan (2014:108), variabel penelitian adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan menurut Rahman, dkk (2014), variabel adalah segala sesuatu yang akan menjadi objek pengamatan dalam penelitian yang berupa konsep yang mempunyai variasi nilai. Variabel harus mampu terdefinisi secara operasional, yaitu mampu mendeskripsi atau mendefinisikan suatu variabel dalam hal operasional atau teknik yang digunakan untuk mengukur suatu konsep. Terdapat dua jenis variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Variabel Bebas atau *Independent Variable*

Variabel independen merupakan variabel yang menyebabkan, mempengaruhi, atau berefek pada *outcome*. Variabel ini juga dikenal dengan istilah variabel *treatment*, *manipulated*, *antecedent*, atau *predictor* (Creswell, 2016:70). Pada penelitian ini, variabel independen adalah variabel Persepsi Pengenaan Cukai Atas Kantong Plastik yang dalam analisis datanya dinotasikan “PERCEPTION”.

2. Variabel Terikat atau *Dependent Variable*

Variabel terikat adalah variabel yang bergantung pada variabel bebas. Variabel terikat ini merupakan *outcome* atau hasil dari pengaruh variabel bebas (Creswell, 2016:70). Pada penelitian ini, variabel dependen yang digunakan adalah *Green Behaviour* yang dalam analisis datanya dinotasikan “BEHAVIOUR”.

3.2.2 Definisi Operasional Variabel

Kegiatan mengelaborasi teori, konstruk, atau variabel sampai pada indikator-indikatornya disebut definisi operasional variabel (Sanusi, 2011:68). Definisi operasional variabel digunakan untuk memberikan batasan ruang lingkup masalah dan konsep pengukuran untuk mengukur variabel yang masih berbentuk konsep. Secara sederhana dapat diartikan aspek penelitian yang memberikan informasi kepada kita tentang bagaimana cara mengukur variabel. Secara lebih rinci operasional variabel dapat dilihat sebagai berikut:

1. Variabel Bebas atau *Independent Variable* (PERCEPTION)

Variabel bebas atau *independent variable* yang digunakan dalam penelitian ini adalah Persepsi Pengenaan Cukai Atas Kantong Plastik. Pengenaan Cukai Atas Kantong Plastik merupakan salah satu cara pemerintah di bidang perpajakan untuk menangani masalah lingkungan, yaitu masalah sampah plastik. Kantong plastik dapat dikenakan cukai karena memiliki karakteristik barang kena cukai sesuai yang tertuang di dalam UU Nomor 39 Tahun 2007 tentang Cukai. Walaupun hingga saat ini pengenaan cukai atas kantong plastik masih wacana, namun setelah diterapkan diyakini dapat mengurangi masalah sampah plastik, sekaligus dapat meningkatkan pendapatan negara secara tidak langsung.

Respon ataupun persepsi masyarakat terhadap Pengenaan Cukai atas Kantong Plastik tentu akan memberikan hasil yang berbeda-beda satu sama lain. Respon itu juga akan menuntun bagaimana dan dengan apa masyarakat akan bertindak. Indikator yang digunakan untuk mengukur persepsi masyarakat di Kota Malang

tentang Penenaan Cukai atas Kantong Plastik diadopsi dan di modifikasi dari UU Nomor 39 Tahun 2007 tentang Cukai, (Lim, dkk, 2013), dan (Novianti, 2017).

2. Variabel Terikat atau *Dependent Variable* (BEHAVIOUR)

Green Behaviour secara sederhana adalah kebiasaan atau perilaku ramah lingkungan yang dilakukan untuk menjaga lingkungan (Novianti, 2017). *Green Behaviour* atau “kebiasaan ramah lingkungan” adalah kebiasaan konsumen yang sebisa mungkin meminimalisasi kerusakan terhadap lingkungan (Steg dan Vlek, 2009). Menurut Putri (2017), menyatakan *Green Behaviour* adalah perilaku atau kebiasaan menjaga dan memelihara lingkungan hidup yang dilakukan karena adanya kesadaran dan rasa tanggung jawab dalam diri atas kelestarian alam semesta. Berdasarkan pendapat di atas, maka dapat didefinisikan bahwa *green bahaviour* adalah perilaku ramah lingkungan yang sebisa mungkin dilakukan untuk meminimalisasi kerusakan terhadap lingkungan yang dilakukan karena adanya kesadaran dan rasa tanggung jawab atas kelestaria alam.

Penelitian ini ingin mengetahui ada atau tidaknya dan seberapa besar pengaruh persepsi masyarakat atas penenaan cukai kantong plastik terhadap perilaku ramah lingkungan masyarakat di Kota Malang. Tolak ukur yang digunakan untuk mengukur *Green Behaviour* diadopsi dari penelitian sebelumnya (Novianti, 2017), lebih lengkap dapat dilihat pada tabel 3 berikut:

Tabel 3 Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Item	Cara Pengukuran	Jenis Skala
Persepsi Pengenaan Cukai Atas Kantong Plastik (PERCEPTION)	Persepsi Pengenaan Cukai Atas Kantong Plastik	1. –	Skala Likert 5 poin	Interval
		2. –		
		3. –		
		4. –		
		5. –		
		6. –		
		7. –		
		8. –		
		9. –		



Variabel	Indikator	Item	Cara Pengukuran	Jenis Skala
<i>Green Behaviour</i> (BEHAVIOUR)	<i>Green Behaviour</i>	1. – 2. – 3. – 4. –	Skala Likert 5 poin	Interval

Sumber : Hasil Olahan, 2019

3.2.3 Skala Pengukuran

Penelitian ini menggunakan skala likert sebagai skala pengukuran. Skala likert menurut (Riduwan, 2009), ialah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian atau gejala sosial. Alasan peneliti menggunakan skala Likert adalah karena skala likert merupakan skala yang paling luas dan sering digunakan dalam suatu penelitian, dikarenakan skala ini memungkinkan peneliti untuk mengungkap secara dalam sikap atau perilaku responden. Selain itu, jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat

negatif (Sugiyono, 2008). Variabel yang akan diukur dengan skala likert diturunkan menjadi indikator yang kemudian dijadikan titik tolak untuk menyusun pernyataan atau pertanyaan yang disebut dengan *item* yang terukur.

Berdasarkan pernyataan atau pertanyaan yang telah disusun oleh peneliti, responden diminta untuk memberikan tanggapan terhadap setiap pernyataan atau pertanyaan dengan memilih salah satu dari alternatif jawaban yang telah diberi skor. Skala likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert skala 5. Alasan menggunakan skala likert skala 5 adalah untuk memudahkan responden dalam memberikan responnya karena tidak terlalu banyak dan tidak terlalu sedikit opsi jawaban yang disediakan. Menurut Azwar (2010:33), menyatakan bahwa tidak ada manfaatnya untuk memperbanyak pilihan jawaban menjadi Sembilan jenjang karena justru akan mengaburkan perbedaan yang diinginkan. Lagi pula, responden tidak akan cukup peka dengan perbedaan jenjang yang lebih dari tujuh tingkat. Selain itu, dengan skala likert skala 5 menyediakan nilai tengah sebagai *center point* yang dapat digunakan responden jika memiliki jawaban ragu-ragu dan dengan skala likert skala 5 memudahkan peneliti dalam menganalisis dan mengolah data. Berikut adalah alternatif jawaban dan pemberian skor dalam tiap jenjang yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 4 Alternatif Jawaban dan Skor Penilaian Skala Likert

Alternatif Jawaban	Skor Penilaian
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber : Sugiyono, 2009

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012). Menurut Djawranto (1994) dalam Kuntjojo (2009:32), mengatakan bahwa populasi adalah jumlah keseluruhan dari satuan-satuan atau individu-individu yang karakteristiknya hendak di teliti. Berdasarkan pengertian tersebut, populasi adalah sekumpulan data yang mempunyai karakteristik yang sama. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen *5 brand* toko ritel di Kota Malang, yaitu: 1) Alfamart, 2) Indomaret, 3) Superindo, 4) Giant, dan 5) Hypermart.

3.3.2 Sampel

Sampel menurut Sekaran (2016:237), adalah *a subset of the population*. Sampel adalah bagian dari populasi, beberapa yang dipilih dari populasi yang diyakini mewakili populasi. Menurut Singarimbun & Efendi (1981:101), karena membutuhkan waktu yang lama dan memakan biaya yang besar maka dalam survei tidak perlu untuk meneliti semua individu di dalam populasi tertentu. Mengingat efisiensi dana, waktu serta tenaga penulis, maka seluruh konsumen toko ritel di Kota Malang tidak dapat menjadi sampel pada penelitian ini, sehingga perlu dilakukan pengambilan sampel yang diyakini mewakili semua konsumen toko ritel di Kota Malang.

Teknik sampling menurut Margono (2004), adalah cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber

data sebenarnya dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representatif. Anggota populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti siapa saja dan berapa banyak, maka tidak mungkin mengambil sampel dengan memberi peluang yang sama kepada setiap anggota populasi (*probability sampling*) dan tidak mungkin mengambil sampel secara acak (*random sampling*). Oleh karena itu, pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *non-probability Sampling* dengan teknik *Quota Sampling*. Lupiyoadi dan Ikhsan (2015:76), menyatakan teknik *Quota Sampling* digunakan jika peneliti tidak mengetahui jumlah yang terperinci dari setiap kelompok populasinya.

Quota Sampling adalah teknik pengambilan sampling yang dilakukan dengan cara populasi dibagi menjadi beberapa kelompok sesuai dengan fokus penelitian (Indriantoro dan Supomo, 2012:131). Teknik *Quota Sampling* tidak memerlukan daftar populasi (Zikmund, 2000:362) dalam (Kuncoro, 2009:138). Senada dengan itu, Margono (2004:127), berpendapat bahwa dalam teknik *quota sampling* jumlah populasi tidak diperhitungkan, akan tetapi diklasifikasikan dalam beberapa kelompok. Menurut Kuncoro (2009:140), menyatakan bahwa *quota sampling* digunakan untuk memastikan bahwa berbagai *subgroup* dalam populasi telah terwakili dengan berbagai karakteristik sampel sampai batas tertentu seperti yang dikehendaki peneliti dan target kuota ditentukan oleh peneliti. Menurut Indriantoro dan Supomo (2012:131), menyatakan bahwa tujuan menggunakan teknik *quota sampling* umumnya untuk menaikkan tingkat representatif sampel penelitian.

Semakin besar jumlah sampel yang dipergunakan, semakin baik juga data yang diperoleh. Namun perlu diingat bahwa jumlah sampel yang terlalu banyak akan memerlukan biaya yang besar. Oleh karena itu, peneliti perlu menentukan jumlah sampel yang layak, yaitu jumlah sampel dapat mencerminkan keadaan populasi, sementara penghematan waktu dan biaya penelitian juga masih dapat diperoleh (Kuncoro, 2009).

Menurut Roscoe (1975) dalam Sekaran (2016:264), menyatakan bahwa *sample sizes larger than 30 and less than 500 are appropriate for most research*. Roscoe juga menambahkan *where samples are broken to be broken into subsamples, a minimum sample size of 30 for each category is necessary*. Ada 5 lokasi dalam penelitian ini, sehingga berdasarkan pendapat di atas, maka jumlah minimal sampel yang dibutuhkan adalah 150 responden (30 sampel per *subsample*). Namun, untuk meningkatkan tingkat representatifitas, peneliti menambahkan 100 responden lagi, sehingga jumlah sampel yang akan diambil menjadi sebesar 250 sampel.

Ada 5 *brand* toko ritel yang dipilih peneliti sebagai lokasi penelitian, yang berarti 250 responden dibagi 5 lokasi menghasilkan 50 responden untuk tiap toko ritel. Jumlah tersebut sudah sesuai dengan pendapat Roscoe (1975) dalam Sekaran (2016), yang menyatakan bahwa jumlah sampel yang layak dalam sebuah penelitian adalah 30-500 sampel dan jumlah sampel minimal 30 untuk tiap kategori.

3.4 Jenis Data dan Sumber Data

Menurut Siregar (2013:45), data adalah bahan mentah yang perlu diolah sehingga menghasilkan suatu keterangan atau informasi. Jenis data dalam

penelitian ini menurut waktu pengumpulannya adalah data *cross-section*, yaitu jenis data yang dikumpulkan pada suatu waktu tertentu (*at a point of time*). Data *cross-section* ditujukan untuk menggambarkan keadaan dan kegiatan pada waktu tersebut. Data yang lengkap dan akurat diperlukan peneliti untuk mendukung penelitian ini. Adapun jenis dalam penelitian ini berdasarkan cara memperolehnya antara lain:

1. Data Primer

Menurut Sekaran (2011:242), data primer adalah data yang diperoleh dari tangan pertama untuk analisis berikutnya guna menemukan solusi dari masalah yang diteliti. Sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang bersedia menjadi responden. Kuesioner disebar di 5 *brand* toko ritel di Kota Malang, yaitu 1) Alfamart, 2) Indomaret, 3) Superindo, 4) Giant, dan 5) Hypermart.

2. Data Sekunder

Menurut Sekaran (2011:60), data sekunder merupakan data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Data sekunder dalam penelitian ini dapat berupa tabel, gambar, grafik dan sebagainya yang didapatkan peneliti dari jurnal, buku, artikel, penelitian terdahulu dan penelitian lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data digunakan untuk mendapatkan data-data yang diperlukan sesuai dengan tujuan spesifik penelitian. Seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono (2011:137), pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai macam sumber dan berbagai macam cara.

1. Studi lapangan atau Kuesioner

Studi lapangan adalah cara mengumpulkan data secara langsung pada konsumen yang menjadi objek penelitian (Sugiyono, 2012:85). Studi lapangan yang dilakukan pada penelitian ini adalah penyebaran kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2012:142). Penyebaran kuesioner dilakukan di 5 *brand* toko ritel yang menjadi lokasi penelitian, yaitu: 1) Alfamart, 2) Indomaret, 3) Superindo, 4) Giant dan 5) Hypermart.

Kuesioner dalam penelitian ini berisikan profil demografi responden, pertanyaan tertutup, dan pertanyaan terbuka. Profil demografi memuat nama, lokasi penelitian, jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, penghasilan per bulan, dan status pernikahan responden. Pertanyaan tertutup terdiri dari sembilan butir pernyataan mengenai variabel PERCEPTION dan enam butir pernyataan mengenai variabel BEHAVIOUR. Pertanyaan terbuka berisikan tiga pertanyaan isian mengenai pendapat responden tentang pengenaan cukai atas kantong plastik, tarif cukai yang tepat untuk kantong plastik, dan kebijakan yang lebih efektif selain cukai kantong plastik.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data dari sebuah penelitian merupakan tahapan yang penting dalam proses penelitian. Tujuan utama dari analisis data adalah untuk meringkas data dalam suatu bentuk yang lebih mudah dipahami dan mudah ditafsirkan, sehingga hubungan antar suatu masalah penelitian dapat dipelajari dan diuji.

3.6.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas digunakan untuk menguji instrumen yang digunakan dalam penelitian ini. Instrumen kuesioner yang sudah dikembangkan pada tahap sebelumnya perlu diuji validitas dan reliabilitasnya. Data yang dikumpulkan dari kuesioner harus melalui uji validitas dan uji reliabilitas untuk mengetahui keabsahan suatu hasil penelitian dan alat ukur yang digunakan. Alasan melakukan uji validitas dan uji reliabilitas adalah karena kuesioner penelitian dapat dikatakan berkualitas jika sudah terbukti validitas dan reliabilitasnya.

1. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2013), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas ini menggunakan *Pearson Correlation*, yaitu dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor *item* kuesioner dengan skor total jawaban responden. Suatu instrument penelitian dikatakan valid jika nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} (Ghozali, 2011:160). Suatu instrument juga dikatakan valid apabila tingkat signifikansinya berada dibawah 0,05 (Priyatno, 2014:55). Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan *software IBM SPSS 23 for Windows*.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2013), uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat akurasi dan ketepatan dari pengukuran. Suatu pengukuran dikatakan reliabel atau dapat diandalkan jika dapat dipercaya. Pengukuran dapat dipercaya jika hasil dari pengukuran akurat dan konsisten. Dikatakan konsisten jika beberapa pengukuran terhadap subjek yang sama diperoleh hasil yang tidak berbeda (Jogiyanto, 2014). Penelitian ini menggunakan Uji Reliabilitas *Cronbach Alpha*. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika *Cronbach's Alpha* (α) > 0,60 dan dikatakan tidak reliabel jika *cronbach's alpha* (α) < 0,60 (Sugiyono, 2015). Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *software IBM SPSS 23 for Windows*. Berikut kategori koefisien reliabilitas yang digunakan untuk menginterpretasikan nilai reliabilitas (Sugiyono, 2015:184) :

Tabel 5. Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono, 2015

3.6.2 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif menurut (Sugiyono, 2010), adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul tanpa membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Menurut (Ghozali, 2013), analisis deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dapat dilihat dari nilai rata-

rata (*mean*), nilai yang sering muncul (modus), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, kurtosis dan *skewness*. Alat analisis yang digunakan untuk memberikan gambaran data primer yang diperoleh melalui kuesioner dalam penelitian ini adalah nilai rata-rata (*mean*) untuk mengetahui jawaban rata-rata dari responden. Penyajian data dengan analisis deskriptif bertujuan memudahkan data untuk lebih informatif dan mudah dibaca. Data yang digunakan untuk analisis deskriptif didapatkan dari kuesioner penelitian dengan menggunakan skala likert.

3.6.3 Analisis Statistik Inferensial

Analisis statistik inferensial adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi (sugiyono, 2017:148). Menurut Sanusi (2011:121), menyatakan analisis statistik inferensial dilakukan untuk melihat keeratan hubungan maupun untuk mengetahui hubungan sebab-akibat antara satu variabel terikat dengan satu atau lebih variabel bebas. Skala ukur yang dilibatkan dalam perhitungan adalah minimal interval.

Ada beberapa alat uji yang sering dilakukan dalam uji asumsi klasik, diantaranya adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, dan uji linearitas. Menurut Kurniawan (2014:156), menyatakan bahwa tidak semua uji asumsi klasik harus dilakukan pada analisis regresi linear, misalnya uji autokorelasi tidak perlu diterapkan pada data *cross-sectional* dan uji multikolinearitas tidak dapat dipergunakan pada analisis regresi linear sederhana. Oleh karena itu, penelitian ini hanya melakukan uji normalitas dan uji linearitas sebagai syarat yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear dalam penelitian ini.

Penelitian ini juga melakukan uji regresi linear sederhana, uji statistik t, dan uji koefisien determinasi sebagai uji hipotesis.

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2011:160), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang data distribusinya normal atau mendekati normal. Uji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan analisis grafik untuk melihat residual melalui grafik normal *P-P Plot*. Dasar pengambilan keputusan yaitu jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas dan jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2016:156).

Uji Normalitas data dalam penelitian ini juga menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov* untuk memperkuat hasil dari uji normalitas. Menurut Raharjo (2017), Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov merupakan bagian dari uji asumsi klasik yang bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan yaitu jika nilai signifikansi lebih besar 0,05 (nilai sig. > 0,05), maka nilai residual berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih kecil 0,05 (nilai sig. < 0,05), maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

2. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak (Ghozali, 2018:167). Menurut Lupiyoadi dan Ikhsan (2015:146), menyatakan bahwa konsep sederhana dari uji linearitas adalah untuk melihat apakah model regresi dapat didekati dengan persamaan linear. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis regresi linear. Uji Linearitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Sig. Deviation From Linearity*. Dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas dengan *Sig. Deviation from Linearity* adalah sebagai berikut:

- a) Jika nilai *sig. deviation from linearity* $> 0,05$, maka terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas (*independent variable*) dengan variabel terikat (*dependent variable*)
- b) Jika nilai *sig. deviation from linearity* $< 0,05$, maka tidak terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas (*independent variable*) dengan variabel terikat (*dependent variable*)

Dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas dengan nilai F :

- a) Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas (*independent variable*) dengan variabel terikat (*dependent variable*)
- b) Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka tidak terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas (*independent variable*) dengan variabel terikat (*dependent variable*)

3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana merupakan salah satu metode regresi yang dapat dipakai sebagai alat inferensi statistik untuk menentukan pengaruh variabel bebas (*independent variable*) terhadap variabel terikat (*dependent variable*). Menurut Lupiyoadi dan Ikhsan (2015:152), menyatakan bahwa regresi linear sederhana digunakan untuk mendapatkan hubungan matematis dalam bentuk suatu persamaan antara variabel independen dengan variabel dependen dan hanya didasari oleh satu variabel independen. Analisis regresi linear sederhana bertujuan untuk menghitung nilai estimasi rata-rata dan nilai variabel terikat berdasarkan pada variabel bebas, menguji hipotesis karakteristik dependensi, dan meramalkan nilai rata-rata variabel bebas dengan didasarkan pada nilai variabel bebas di luar jangkauan sampel.

Perbedaan dengan regresi linear sederhana dan regresi linear berganda adalah regresi linear sederhana hanya menggunakan satu variabel independen dalam satu model regresi, sedangkan regresi linear berganda menggunakan dua atau lebih variabel independen dalam satu model regresi (Priyanto, 2014:148). Variabel independen dalam penelitian ini hanya satu, maka penelitian ini menggunakan analisis linear sederhana. Persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\text{BEHAVIOUR} = \alpha + \beta \cdot \text{PERCEPTION}$$

Keterangan:

BEHAVIOUR = *Green Behaviour* masyarakat di Kota Malang

α = Nilai BEHAVIOUR bila PERCEPTION = 0 (Nilai Konstan)

PERCEPTION = Persepsi Pengenaan Cukai atas Kantong Plastik

β = Koefisien Regresi

4. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Menurut Ghozali (2016:97), uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas (*independent variable*) yang digunakan dalam sebuah penelitian secara individual dalam menerangkan variabel terikat (*dependent variable*) secara parsial. Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} atau dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing t_{hitung} . Dasar pengambilan keputusan dalam uji t adalah sebagai berikut:

- a) Jika nilai signifikansi $\leq 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. H_1 diterima mempunyai arti bahwa persepsi pengenaan cukai atas kantong plastik (PERCEPTION) berpengaruh terhadap *green behaviour* (BEHAVIOUR) masyarakat di Kota Malang.
- b) Jika nilai signifikansi $\geq 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak dan H_1 ditolak mempunyai arti bahwa persepsi pengenaan cukai atas kantong plastik (PERCEPTION) tidak berpengaruh terhadap *green behaviour* (BEHAVIOUR) masyarakat di Kota Malang.

Hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

H_0 → Persepsi Pengenaan Cukai atas Kantong Plastik (PERCEPTION) Tidak Berpengaruh Terhadap *Green Behaviour* Masyarakat Di Kota Malang (BEHAVIOUR).

H_1 → Persepsi Pengenaan Cukai atas Kantong Plastik (PERCEPTION) Berpengaruh Terhadap *Green Behaviour* Masyarakat Di Kota Malang (BEHAVIOUR).

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2016:95), koefisien determinasi (R^2) merupakan alat uji yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat (*dependent variable*). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol atau satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat amat terbatas. Sebaliknya jika nilainya mendekati satu berarti variabel bebas (*independent variable*) memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat (*dependent variable*). Koefisien determinasi yang digunakan pada penelitian ini adalah R^2 yang telah disesuaikan (Adjusted).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Alfamart

Alfamart adalah jaringan toko swalayan yang memiliki banyak cabang di Indonesia. Gerai ini umumnya menjual berbagai produk makanan, minuman, dan barang-barang kebutuhan hidup lainnya untuk memenuhi kebutuhan konsumen sehari-hari. PT. Sumber Alfaria Trijaya atau yang kita kenal dengan nama Alfamart memulai usahanya dibidang perdagangan dan distribusi yang kemudian pada tahun 1999. Awal memulai memasuki sektor ritel minimarket. Ekspansi secara eksponensial dimulai Perseroan pada tahun 2002 dengan mengakusisi 141 gerai Alfaminimart dan membawa nama baru Alfamart. Alfamart adalah sebuah brand minimarket penyedia kebutuhan hidup sehari-hari. Alfamart merupakan salah satu yang terdepan dalam usaha ritel, dengan melayani lebih dari tiga juta pelanggan setiap hari di hampir 10.300 gerai yang tersebar di Indonesia. Tempat belanja yang nyaman, lokasi yang mudah dijangkau dan harga yang bersaing menjadikan Alfamart menjadi salah satu tempat favorit belanja konsumen.

Alfa Minimart Utama (AMU) didirikan pada tanggal 27 juli 1999, dengan pemegang saham PT. Alfa Retailindo sebesar 51% dan PT. Lancar Distrindo sebesar 49%. PT. Alfa Minimart Utama (AMU) kemudian membuka Alfa Minimart pada tanggal 18 Oktober 1999 yang berlokasi di Jalan Beringin Raya, Karawaci, Tangerang. Pada tanggal 27 juli 2002, PT. HM Sampoerna secara resmi

merestrukturisasi kepemilikan sahamnya di PT. Alfa Retailindo yang semula 54,4% menjadi 23,4%. Pada tanggal 1 Agustus 2002, kepemilikan beralih ke PT. Sumber Alfaria Trijaya dengan pemegang saham PT. HM Sampoerna sebesar 70% dan Sigmantara Alfindo sebesar 30%, yang kemudian nama Alfa Minimart diganti menjadi Alfamart pada tanggal 1 Januari 2003.

Pada tahun 2005 jumlah gerai Alfamart bertumbuh pesat menjadi 1.293 gerai hanya dalam 6 tahun. Pada awal tahun 2006, PT. HM Sampoerna menjual sahamnya, sehingga struktur kepemilikan menjadi PT. Sigmantara Alfindo 60% dan PT. Cakrawala Mulia Prima 40%. Pada Pertengahan 2007, Alfamart sebagai jaringan minimarket pertama di Indonesia yang memperoleh sertifikat Iso 9001:2000 untuk sistem manajemen mutu. Jumlah gerai mencapai 2000 gerai. Awal 2009 menjadi perusahaan publik tgl 15 Januari 2009 dibursa efek Indonesia disertai dengan penambahan jumlah gerai mencapai 3000 gerai.

Usaha yang dikelola oleh PT Sumber Alfaria Trijaya DC ini memiliki gudang di Malang, tepatnya di Jl. Raya Singosari Km 16, Desa Losari, Kecamatan Singosari, Kabupaten Malang. Gudang tersebut yang nantinya akan menyuplai isi outlet minimarket yang tersebar di beberapa daerah di Kota Malang, Kabupaten Malang dan Kota Batu.

4.1.2 Gambaran Umum Indomaret

Indomaret merupakan jaringan minimarket yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari. Dikelola oleh PT Indomarco Prosmatama, cikal bakal pembukaan Indomaret di Kalimantan dan toko pertamanya dibuka di Ancol, Jakarta Utara. Tahun 1997 perusahaan mengembangkan bisnis gerai waralaba

pertama di Indonesia, setelah teruji dengan lebih dari 230 gerai. Persaingan minimarket yang semakin ketat menuntut perusahaan ritel untuk lebih kreatif agar bisa lebih eksis. Indomaret sebagai minimarket jaringan nasional membuat terobosan demi kemudahan dan kenyamanan konsumennya.

Pada Mei 2003, Indomaret meraih penghargaan “Perusahaan Waralaba 2003” dari Presiden Megawati Soekarnoputri. Pada tahun 2010, Indomaret memiliki 4.261 gerai, dari jumlah itu sebesar 2.444 gerai adalah milik sendiri dan sisanya sebesar 1.817 gerai adalah waralaba milik masyarakat. Gerai-gerai tersebut sudah tersebar di Jawa Barat, Jawa Timur, Jawa Tengah, Jogjakarta, Bali, Lampung dan Medan. Lebih dari 3.500 jenis produk makanan dan non-makanan tersedia untuk memenuhi kebutuhan konsumen sehari-hari. Pada awal 2011, Indomaret merubah logo baru, yaitu logo Indomaret di dalam kotak berwarna merah, biru, dan kuning dari atasnya. Indomaret sudah memperkenalkan sistem kemitraan kepemilikan dan pengelolaan gerai dengan cara waralaba sejak tahun 1997. Pada Desember 2011 sudah mencapai 6.000 toko. Mitra usaha waralaba meliputi : koperasi, badan usaha dan perorangan.

Usaha yang dikelola oleh PT. Indomarc Prismatama ini memiliki gudang di Jl. Raya Kebonagung, Kelurahan Kebonagung, Kecamatan Pakisaji, Kabupaten Malang. Gudang tersebutlah yang nantinya akan menyuplai isi outlet minimarket yang tersebar di beberapa daerah di Kota Malang, Kabupaten Malang dan Kota Batu.

4.1.3 Gambaran Umum Superindo

PT. Lion Super Indo adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang ritel yang memiliki motto lebih segar, lebih hemat dan lebih dekat. Masyarakat biasa

menyebutnya dengan istilah supermarket yang menyediakan barang kebutuhan setiap hari. Penulis menjadikan perusahaan ritel PT. Lion Super Indo sebagai salah satu dari lokasi penelitian. PT. Lion Super Indo adalah sebuah perusahaan gabungan dari *Delhaize Group* yang berpusat di Brussel (Belgia) dan Salim Group (Indonesia). *Delhaize group* merupakan perusahaan ritel internasional dengan banyak cabang di dunia terdapat di 10 negara dan 3 benua yaitu Amerika, Eropa dan Asia dengan total sekitar 2.500 outlet. Jaringan ritel Delhaize Group tersebar di dua negara di Asia, yaitu Thailand dengan nama *Food Lion* dan Indonesia dengan nama Super Indo.

PT. Lion Super Indo berdiri dan beroperasi di Indonesia pada bulan Agustus 1997. PT. Lion Super Indo yang berkantor pusat di Gedung Menara Bidakara II Lantai 19 Jalan Gatot Subroto Kav. 71-73 Jakarta Selatan merupakan perusahaan yang bergerak dalam bisnis supermarket dengan nama Super Indo. Walaupun lahir ditengah krisis ekonomi, Super Indo mencoba untuk bertahan dan berkembang. Pada awal beroperasinya perusahaan tahun 1997 Super Indo mempunyai dua belas toko dengan total karyawan 1.106 karyawan. Seiring dengan berkembangnya perusahaan, Super Indo sudah memiliki 118 gerai yang sebagian besar tersebar di kota-kota besar terutama di Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Semarang, Surabaya, dan Malang. Setiap gerai umumnya menjual berbagai produk makanan, minuman dan barang kebutuhan hidup lainnya.

Super Indo menyediakan beragam produk kebutuhan sehari-hari dengan kualitas yang dapat diandalkan, lengkap, harga hemat, dan lokasi toko yang mudah dijangkau. Kesegaran dan kualitas produk selalu dijaga melalui pilihan sumber

yang baik dan penanganan dengan standar prosedur operasional yang selalu dipantau. Hal ini menjadikan Super Indo sebagai pilihan tempat berbelanja yang selalu "Lebih Segar", "Lebih Hemat" dan "Lebih Dekat".

4.1.4 Gambaran Umum Giant

Giant di Indonesia beroperasi di bawah bendera bisnis jaringan ritel raksasa, PT. Hero Supermarket yang telah mengadakan aliansi strategis dengan *Dairy Farm Internasional* pada tahun 1999 dalam bentuk penyertaan saham langsung. Kerjasama antara keduanya ditandai pula dengan bergabungnya beberapa eksekutif Dairy Farm Internasional sebagai mitra untuk memperkuat jajaran manajemen PT. Hero Supermarket. Hal ini bertujuan untuk memberikan kontribusi berupa pengalaman dan keahlian internasional yang bermanfaat bagi pengetahuan dan pemahaman manajemen PT. Hero Supermarket.

Gerai giant yang pertama kali dibuka di Indonesia adalah Giant Hypermarket di Villa Melati Mas, Serpong, Tangerang pada tanggal 26 Juli 2002. Giant dengan mottonya "Banyak Pilihan Harga Lebih Murah" menyediakan sekitar 35.000-50.000 item, yang mana 90% berasal dari produk lokal dan etnik. *Operating philosophy* "Garansi Harga Murah Setiap Hari", Giant ingin dikenal sebagai brand yang murah, terjangkau dan dapat dipercaya dengan memberikan nilai lebih dari harga yang dibayarkan. Produk *private label* Giant mulai hadir pada tahun 2003 dengan menggunakan merek Giant serta *First Choice*.

Produk *private label* hadir untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang sensitif terhadap harga akan produk yang berkualitas. Harga yang ditetapkan untuk produk *private label* lebih murah bila dibandingkan dengan produk merek nasional.

Adanya produk *private label* diharapkan dapat menambah pilihan bagi konsumen dalam berbelanja.

Slogan dari produk *private label* milik Giant adalah *Proudly Made in Indonesia*. Produk-produk *private label* yang dijual oleh Giant 90% adalah produk lokal yang dihasilkan oleh pemasok yang sebagian besar adalah perusahaan berskala kecil menengah di Indonesia. Giant memiliki standar khusus yang harus dipenuhi oleh pemasok dalam memproduksi produk *private label*. Standar-standar ini juga digunakan untuk menjaga kualitas dari produk *private label* yang dihasilkan. Giant juga memberlakukan kebijakan yang memberikan keleluasaan bagi konsumen untuk mengembalikan produk *private label* yang telah dibeli ke gerai Giant maupun jika merasa tidak puas dengan kualitas produk *private label* tersebut.

Grup Hero kini memiliki 496 gerai dengan jumlah karyawan sebanyak 13.400 orang. Perusahaan mengoperasikan 38 gerai Giant Hipermarket, 46 gerai Hero, 76 gerai Giant Supermarket, 208 Guardian, dan 129 gerai Starmart.

4.1.5 Gambaran Umum Hypermart

Hypermart adalah jaringan ritel dan *department store* yang mulai beroperasi dari tahun 2004. Hypermart yang sekarang besar, dulunya diawali dengan toko kecil bernama *Mickey Mouse* yang didirikan Hari Darmawan di gedung dua lantai dengan luas sekitar 150 meter persegi di Pasar baru, Jakarta pada tahun 1958. Inilah perusahaan ritel asli pertama di Indonesia. Pada tahun 1972, Matahari berhasil menjadi pelopor konsep toko serba ada di Indonesia. Keberhasilan itu membuat Matahari optimis untuk mengembangkan sayap dengan membuka Sinar Matahari di Bogor pada tahun 1980.

Ekspansi bisnis Matahari yang pertama ditandai dengan mengoperasikan supermarket Super Bazaar pada 14 Juli 1991. Pada tahun 2000, Super Bazaar berganti nama menjadi Matahari Supermarket. Pada tahun 2002, Matahari memisahkan bisnis inti menjadi bisnis independen demi kemajuan perusahaan dengan mengembangkan bisnis perusahaan baru seperti Matahari Supermarket. Kehadiran Matahari Supermarket mendapat sambutan yang sangat positif dari masyarakat. Berangkat dari kesuksesannya tersebut PT Matahari Putra Prima membangun tiga konsep baru supermarket yang disesuaikan dengan masing-masing target konsumennya, yaitu Super Ekonomi yang hadir dengan harga super murah. Sebagai perusahaan retail pertama asli dari Indonesia, PT. Matahari Putra Prima tidak ingin visinya menciptakan suasana belanja yang nyaman dan lengkap hanya sebatas impian.

Kebutuhan konsumen dalam memenuhi kebutuhannya sehari-hari semakin membesar. Supermarket saja tak cukup. Perlu didirikan hypermarket, sebuah konsep belanja dengan koleksi barang yang jauh lebih lengkap. Matahari memandang bahwa *Marketplace* bisa ditingkatkan dari supermarket menjadi hypermarket. Inovasi baru pun ditawarkan dengan mengganti Marketplace di WTC Serpong menjadi Hypermart, hypermarket Matahari yang pertama, dioperasikan 22 April 2004. Kini Hypermart memiliki tantangan untuk mewujudkan visinya menjadi pemimpin pasar hypermarket pada tahun 2014. Konsep baru yang memudahkan konsumen menemukan barang belanjaan primer dan sekunder dalam satu tempat, Hypermart didesain dengan suasana hangat, menyenangkan dan bersahabat.

Seiring berkembangnya bisnis hypermarket, saat ini Hypermart merupakan tulang punggung dari MPM karena menyumbang 67,4% dari penjualan total Group Matahari. Strategi Hypermart di Bandung hadir pada tahun 2006. Hypermart pertama yang berdiri adalah Hypermart BIP terletak di Jalan Merdeka pada awal 2006, sementara Hypermart kedua hadir di Mall Trade Center (MTC) Jalan Soekarno Hatta, Bandung yang diresmikan tanggal 7 September 2006.

4.2 Analisis Data dan Interpretasi

4.2.1 Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang ditemui setelah melakukan proses pembelian di 5 brand toko ritel Kota Malang, yaitu: 1) Alfamart, 2) Indomaret, 3) Superindo, 4) Giant, dan 5) Hypermart. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner penelitian secara langsung kepada responden. Kuesioner yang disebarkan sebanyak dua ratus lima puluh kuesioner. Karakteristik responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah berdasarkan Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan Terakhir, Tingkat Pendapatan, dan Status Pernikahan. Lebih lengkapnya dapat dilihat pada tabel 5 di bawah:

Tabel 5 Gambaran Umum Responden

Karakteristik Responden		Frekuensi	Presentase (%)
		250	100
Jenis Kelamin	Laki-laki	116	46,4
	Perempuan	134	53,6
Usia	<20 Tahun	124	49,6
	20-30 Tahun	116	46,4
	31-40 Tahun	6	2,4
	>40 Tahun	4	1,6
Pendidikan Terakhir	SMP	6	2,4
	SMA	192	76,8
	DIII	1	0,4
	S1	50	20,0
	S2	1	0,4
Penghasilan Per Bulan	<Rp 2.500.000	197	78,8
	Rp 2.500.000 – Rp 7.500.000	40	16,0
	Rp 7.500.000 – Rp 15.000.000	9	3,6
	>Rp 15.000.000	4	1,6
Status Pernikahan	Menikah	13	5,2
	Belum Menikah	237	94,8

Sumber: Diolah Peneliti, 2019

Berdasarkan tabel 5 di atas, diketahui bahwa persentase responden perempuan dan laki-laki hampir sama. Persentase responden perempuan sebesar 53,6% (134 responden) dan responden laki-laki sebesar 46,4% (116 responden). Usia responden didominasi oleh responden yang berumur kurang dari dua puluh tahun dan responden yang berusia antara dua puluh sampai tiga puluh tahun. Sebanyak 49,6% (124 responden) adalah responden dengan usia di bawah dua puluh tahun yang sebagian besar adalah pelajar, sedangkan sebesar 46,4 % (116 responden) adalah responden yang berusia antara dua puluh sampai tiga puluh tahun yang sebagian besar adalah mahasiswa. Sisanya sebesar 2,4% (6 responden) berumur antara tiga puluh satu sampai empat puluh tahun, dan 1,6% (4 responden) berumur lebih dari

empat puluh tahun. Hal ini berarti responden didominasi oleh pelajar dan oleh mahasiswa.

Pendidikan terakhir responden didominasi responden yang berpendidikan akhir Sekolah Menengah Akhir (SMA) sebesar 76,8% (192 responden) yang sebagian besar adalah mahasiswa yang masih menempuh tingkat pendidikan sarjana maupun diploma. Responden dengan pendidikan akhir S1 sebesar 20,0% (50 responden), dan sisanya sebanyak 2,4% (6 responden) adalah lulusan Sekolah Menengah Pertama (SMP), 0,4% (1 responden) adalah lulusan Diploma 3 (DIII), dan 0,4% (1 responden) adalah lulusan S2. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa. Hal ini dikarenakan Kota Malang adalah kota pendidikan yang memiliki banyak perguruan tinggi terbaik seperti Universitas Brawijaya, Universitas Negeri Malang, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, Politeknik Negeri Malang dan perguruan tinggi lainnya. Hal inilah yang menyebabkan mayoritas responden berasal dari kalangan mahasiswa.

Penghasilan Per Bulan responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang memiliki penghasilan per bulan kurang dari Rp 2.500.000, yaitu sebesar 78,8% (197 responden), kemudian responden yang memiliki penghasilan per bulan antara Rp 2.500.000 sampai dengan Rp 7.500.000 sebanyak 16,0% (40 responden), sedangkan sisanya sebesar 3,6% memiliki penghasilan per bulan antara Rp7.500.000 sampai dengan Rp15.000.000, dan hanya sebesar 1,6% (4 responden) yang memiliki penghasilan per bulan lebih dari Rp15.000.000. Status pernikahan responden didominasi oleh responden yang belum menikah sebesar 94,8% (237 responden), dan sisanya 5,2% (13 responden) adalah responden yang sudah

menikah. Hal ini juga disebabkan karena responden dalam penelitian ini sebagian besar adalah mahasiswa dan pelajar yang belum menikah.

4.2.2 Hasil Uji Instrumen Penelitian

Peneliti melakukan Uji Pilot (*Pilot Test*) sebelum melakukan penyebaran kuesioner yang sebenarnya kepada responden. Uji pilot dilakukan karena kuesioner ini belum pernah digunakan pada objek penelitian yang ada dalam penelitian ini. Peneliti harus membangun, menyusun, dan mengembangkan sendiri item-item kuesioner dalam penelitian ini. Uji pilot ini bertujuan untuk mengurangi permasalahan responden dalam menjawab pertanyaan kuesioner yang akan berdampak tinggi terhadap tingkat responsif responden. Jika kuesioner yang dibangun gagal dalam arti kuesioner yang dibuat tidak valid atau tidak reliabel, maka kuesioner tidak dapat digunakan dan harus dibangun kembali.

Uji pilot dilakukan kepada 21 responden. Peneliti meminta responden untuk melengkapi kuesioner dan mengomentari kuesioner jika dianggap ada yang kurang jelas. Responden juga diminta mengomentari kuesioner mengenai panjang kuesioner. Kuesioner yang terlalu panjang tidak akan efektif karena responden akan malas dan merasa bosan untuk mengisi, alhasil responden akan menjawab dengan sembarangan. Berdasarkan pertimbangan-pertimbangan itulah peneliti menyusun dan mengembangkan kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini. Instrumen yang sudah dikembangkan di tahap sebelumnya perlu diuji validitas dan reliabilitasnya. Uji Instrumen penelitian dilakukan oleh peneliti untuk memastikan kuesioner penelitian layak untuk mengukur variabel yang ada.

1. Hasil Uji Validitas

Pada tabel 6 di bawah, diketahui bahwa setiap item pada variabel PERCEPTION memiliki nilai r_{hitung} lebih besar daripada nilai r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$). Dapat disimpulkan bahwa setiap item variabel PERCEPTION dalam instrument penelitian ini valid dan dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian. Nilai r_{tabel} diperoleh dari tabel distribusi nilai r_{tabel} signifikansi 5% dengan $n = 21$ yang sudah dilampirkan peneliti dalam penelitian ini.

Tabel 6 Hasil Uji Validitas PERCEPTION

No. Item	r_{hitung}	r_{tabel} (5%, n = 21)	Nilai Sig.	Keterangan
1	0,784	0,433	0,000	Valid
2	0,816	0,433	0,000	Valid
3	0,815	0,433	0,000	Valid
4	0,697	0,433	0,000	Valid
5	0,602	0,433	0,004	Valid
6	0,711	0,433	0,000	Valid
7	0,524	0,433	0,015	Valid
8	0,490	0,433	0,024	Valid
9	0,565	0,433	0,008	Valid

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti, 2019

Pada tabel 7 di bawah, diketahui bahwa setiap item pada variabel BEHAVIOUR memiliki nilai r_{hitung} lebih besar daripada nilai r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$). Dapat disimpulkan bahwa setiap item variabel BEHAVIOUR dalam instrumen penelitian ini valid dan dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian. Nilai r_{tabel} diperoleh dari tabel distribusi nilai r_{tabel} signifikansi 5% dengan $n = 21$ yang sudah dilampirkan dalam penelitian ini.

Tabel 7 Hasil Uji Validitas BEHAVIOUR

No. Item	r _{hitung}	r _{tabel (5%, n = 21)}	Nilai Sig.	Keterangan
1	0,579	0,433	0,006	Valid
2	0,585	0,433	0,005	Valid
3	0,720	0,433	0,000	Valid
4	0,755	0,433	0,000	Valid

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti, 2019

2. Hasil Uji Reliabilitas

Pada tabel 8, diketahui bahwa nilai *Cronbach alpha* variabel PERCEPTION dan variabel BEHAVIOUR dalam instrument penelitian ini lebih dari 0,600 (>0,600). Menurut Sugiyono (2015:184), menyatakan bahwa suatu kuesioner dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* (α) > 0,60 dan dikatakan tidak reliabel jika *cronbach's alpha* (α) < 0,60. Berdasarkan pendapat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen dalam penelitian ini reliabel dan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang ada dalam penelitian ini.

Tabel 8 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i> (Sugiyono, 2015)	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
PERCEPTION	0,600	0,842	Reliabel
BEHAVIOUR	0,600	0,657	Reliabel

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti, 2019

4.2.3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan data yang telah terkumpulkan tanpa bermaksud menyimpulkan dengan melihat distribusi frekuensi dari jawaban rata-rata responden. Hal ini bertujuan untuk memberikan gambaran data primer yang diperoleh melalui kuesioner dalam penelitian ini. Alat Analisis statistik deskriptif dalam penelitian ini menggunakan nilai rata-rata (*mean*) untuk mengetahui jawaban rata-rata dari responden. Berdasarkan jawaban dari responden, maka gambaran mengenai Pengaruh Persepsi Pengenaan Cukai atas Kantong

Plastik (PERCEPTION) terhadap *Green Behaviour* (BEHAVIOUR) dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Distribusi Frekuensi Jawaban Persepsi Pengenaan Cukai atas Kantong Plastik (PERCEPTION)

Variabel PERCEPTION terdapat sembilan item pernyataan yang diberikan kepada responden. Pernyataan tersebut mengenai persepsi atau pandangan responden tentang pengenaan cukai atas kantong plastik. Berikut tabel distribusi frekuensi jawaban responden untuk variabel PERCEPTION:

Tabel 9 Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel PERCEPTION

Item	SS		S		N		TS		STS		Jumlah		Mean
	F	%	F	%	f	%	F	%	f	%	F	%	
P.1	101	40,4	119	47,6	24	9,6	5	2,0	1	0,4	250	100	4,26
P.2	84	33,6	129	51,6	28	11,2	8	3,2	1	0,4	250	100	4,15
P.3	117	46,8	114	45,6	15	6,0	4	1,6	0	0	250	100	4,38
P.4	51	20,4	121	48,4	63	25,2	12	4,8	3	1,2	250	100	3,82
P.5	29	11,6	94	37,6	101	40,4	23	9,2	3	1,2	250	100	3,49
P.6	53	21,2	110	44,0	55	22,0	20	8,0	12	4,8	250	100	3,69
P.7	42	16,8	106	42,4	78	31,2	21	8,4	3	1,2	250	100	3,65
P.8	110	44,0	120	48,0	17	6,8	3	1,2	0	0	250	100	4,35
P.9	149	59,6	87	34,8	10	4,0	4	1,6	0	0	250	100	4,52
Grand Mean													4,03

Keterangan : P = PERCEPTION

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2019

Berdasarkan tabel 9 di atas, diketahui bahwa mayoritas responden memberikan jawaban setuju pada item pernyataan P.1 yaitu sebesar 47,6% (119 responden), 40,4% (101 responden) menjawab sangat setuju, sisanya sebesar 9,6% (24 responden) menjawab netral, 2,0% (5 responden) menjawab tidak setuju, dan 0,4 (1 responden) menjawab sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat setuju kantong plastik dikenakan cukai karena konsumsinya perlu dikendalikan. Selanjutnya pada item P.2 dapat diketahui bahwa mayoritas

responden memberikan jawaban setuju, yaitu sebesar 51,6% (129 responden), sisanya sebesar 33,6% (84 responden) menjawab sangat setuju, 11,2% (28 responden) memberikan jawaban netral, 3,2% (8 responden) menjawab tidak setuju, dan 0,4% (1 responden) memberikan jawaban sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat setuju kantong plastik dikenakan cukai karena peredarannya perlu diawasi.

Item P.3 dijawab sangat setuju oleh mayoritas responden, yaitu sebesar 46,8% (117 responden), sisanya sebesar 45,6% (114 responden) menjawab setuju, 6,0% (15 responden) menjawab netral, dan 3,2% (8 responden) menjawab tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat sangat setuju jika kantong plastik dikenakan cukai karena pemakaiannya dapat menimbulkan dampak negatif bagi masyarakat dan lingkungan hidup. Selanjutnya P.4 dengan jawaban mayoritas responden adalah setuju sebesar 48,4% (121%), 25,2% (63 responden) menjawab netral, 20,4% (51 responden) menjawab sangat setuju, 4,8% (12 responden) menjawab tidak setuju, dan 1,2% menjawab sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat setuju kantong plastik dikenakan cukai karena dapat meningkatkan pendapatan negara dari sektor pajak.

Item P.5 dijawab netral oleh mayoritas responden sebesar 40,4% (101 responden), sisanya sebesar 37,6% (94 responden) menjawab setuju, 11,6% (29 responden) menjawab sangat setuju, 9,2 (23 responden) menjawab tidak setuju, dan 1,2% (3 responden) menjawab sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat bersikap netral jika kantong plastik dikenakan cukai dengan tarif tertinggi sesuai dengan undang-undang yang berlaku saat ini, yaitu sebesar 1.150%

dari harga jual pabrik. Selanjutnya item P.6 dengan mayoritas jawaban responden setuju sebesar 44,0% (110 responden), sisanya sebesar 22,0% (55 responden) menjawab netral, 21,2% (53 responden) menjawab sangat setuju, 8,0% menjawab tidak setuju, dan 4,8% (12 responden menjawab sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat setuju jika cukai atas kantong plastik ditanggung oleh konsumen.

Item P.7 dijawab setuju oleh mayoritas responden sebesar 42,4% (106 responden), sisanya sebesar 31,2% (78 responden) menjawab netral, 16,8% (42 responden) menjawab sangat setuju, 8,4% (21 responden) menjawab tidak setuju, dan 1,2% (3 responden) menjawab sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat mengetahui dengan baik bahwa aliran dana yang nantinya terkumpul dari cukai atas kantong plastik akan masuk ke kas negara. Selanjutnya item P.8 dengan mayoritas jawaban responden setuju sebesar 48,0% (120 responden), sisanya sebesar 44,0 % (110 responden) menjawab sangat setuju, 6,8% (17 responden) menjawab netral, dan 1,2% (3 responden) menjawab tidak setuju). Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat setuju dengan pengenaan cukai atas kantong plastik karena dapat meningkatkan kesadaran masyarakat untuk menerapkan *green behaviour*.

Item P.9 dijawab sangat setuju oleh mayoritas responden sebesar 59,6% (149 responden), sisanya sebesar 34,8% (87 responden) menjawab setuju, 4,0% (10 responden) menjawab netral, dan 1,6% (4 responden) menjawab tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat setuju dengan pengenaan cukai atas kantong plastik asalkan dana yang terkumpul digunakan untuk memperbaiki kerusakan

lingkungan. Hasil rata-rata frekuensi jawaban (*grand mean*) dari sembilan item yaitu sebesar 4,03 yang berarti dapat disimpulkan rata-rata masyarakat setuju bahwa Persepsi Pengenaan Cukai atas Kantong Plastik berpengaruh terhadap *Green Behaviour* Masyarakat di Kota Malang.

2. Distribusi Frekuensi Jawaban *Green Behaviour* (BEHAVIOUR)

Variabel BEHAVIOUR terdapat 4 item pernyataan yang diberikan kepada responden. Pernyataan tersebut mengenai perilaku ramah lingkungan (*green behaviour*). Berikut tabel distribusi jawaban responden untuk variabel BEHAVIOUR:

Tabel 10 Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel BEHAVIOUR

Item	SS		S		N		TS		STS		Jumlah		Mean
	F	%	F	%	f	%	F	%	f	%	F	%	
B.1	33	13,2	104	41,6	94	37,6	19	7,6	0	0	250	100	3,60
B.2	49	19,6	103	41,2	84	33,6	12	4,8	2	0,8	250	100	3,74
B.3	109	43,6	94	37,6	38	15,2	7	2,8	2	0,8	250	100	4,20
B.4	41	16,4	83	33,2	104	41,6	17	6,8	5	2,0	250	100	3,55
<i>Grand Mean</i>													3,77

Keterangan : B = BEHAVIOUR

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2019

Berdasarkan tabel 10 di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden memberikan jawaban setuju pada item pernyataan B.1 yaitu sebesar 41,6% (104 responden), sisanya sebesar 37,6% (94 responden) menjawab netral, 13,2 (33 responden) menjawab sangat setuju, dan sebesar 7,6% (19 responden) menjawab tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat sudah mengurangi penggunaan kantong plastik sebelum adanya wacana pengenaan cukai atas kantong plastik. Selanjutnya pada item B.2 dapat diketahui bahwa mayoritas responden memberikan jawaban setuju sebesar 41,2% (103 responden), sisanya sebesar 33,6% (84 responden) menjawab netral, sebesar 19,6% (49 responden) menjawab sangat

setuju, sebesar 4,8% (12 responden) menjawab tidak setuju, dan sebesar 0,8% (2 responden) menjawab sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat berusaha untuk tidak membeli makanan dan minuman dengan kantong plastik karena mengetahui dampak negatif dari penggunaan kantong plastik.

B.3 dengan mayoritas jawaban responden sangat setuju sebesar 43,6% (109 responden), sisanya sebesar 37,6% (94 responden) menjawab setuju, sebesar 15,2% (38 responden) menjawab netral, sebesar 2,8% (7 responden menjawab tidak setuju, dan sebesar 0,8% (2 responden) menjawab sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat selalu mengumpulkan kantong plastik bekas belanja untuk digunakan kembali. Selanjutnya B.4 dengan mayoritas jawaban responden netral sebesar 41,6% (104 responden), sisanya sebesar 33,2% (83 responden) menjawab setuju, 16,4% (41 responden) menjawab sangat setuju, sebesar 6,8% (17 responden) menjawab tidak setuju, dan sebesar 2,0% (5 responden) menjawab sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat netral dalam melakukan edukasi kepada masyarakat lainnya terkait dampak negatif dari penggunaan kantong plastik bagi lingkungan. Hasil rata-rata frekuensi jawaban (*grand mean*) dari dua item yaitu sebesar 3,77 yang berarti dapat disimpulkan bahwa rata-rata masyarakat setuju terhadap *Green Behaviour*.

4.2.4 Hasil Analisis Statistik Inferensial

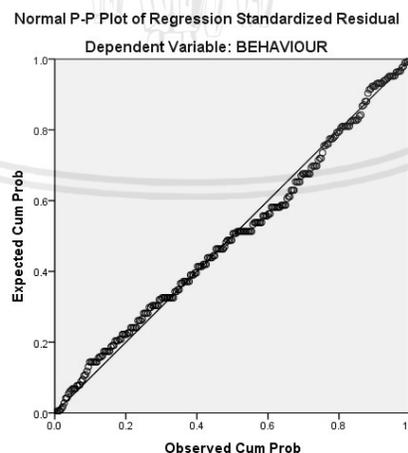
Penelitian ini melakukan uji normalitas dan uji linearitas sebagai syarat yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear sebelum dilakukannya uji regresi sederhana. Ada beberapa alat uji yang sering dilakukan dalam uji asumsi klasik, diantaranya adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji

autokorelasi, dan uji linearitas. Menurut Kurniawan (2014:156), menyatakan bahwa tidak semua uji asumsi klasik harus dilakukan pada analisis regresi linear, misalnya uji autokorelasi tidak perlu diterapkan pada data *cross-sectional* dan uji multikolinearitas tidak dapat dipergunakan pada analisis regresi linear sederhana. Berdasarkan pendapat di atas, maka peneliti hanya melakukan uji normalitas dan uji linearitas sebagai berikut. Selanjutnya penelitian ini juga melakukan uji regresi linear sederhana, uji statistik t, dan uji koefisien determinasi untuk menguji hipotesis yang sudah dirumuskan sebelumnya. Berikut adalah hasil Analisis Statistik Inferensial:

1. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *P Plot* (*Probability Plot*) dan metode *Kolmogorov Smirnov*. Peneliti melakukan dua metode dalam uji normalitas ini untuk memperkuat hasil uji normalitas. Hasil uji dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 5 Uji Normalitas P Plot



Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2019

Berdasarkan uji normalitas yang telah dilakukan dengan menggunakan IBM SPSS *Statistics* 23, dapat kita lihat pada grafik *Normal P- P Plot of Regression Standardized* terdapat titik-titik menyebar di sekitar garis dan mengikuti garis diagonal. Dapat disimpulkan nilai residual terdistribusi secara normal dan model regresi memenuhi asumsi normalitas. Selanjutnya penelitian ini juga melakukan uji normalitas dengan metode *Kolmogorov Smirnov* untuk memperkuat hasil dari uji normalitas dalam penelitian ini. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 (nilai sig. > 0,05), maka nilai residual berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (nilai sig. < 0,05), maka nilai residual tidak berdistribusi normal. Hasil uji normalitas dengan metode *Kolmogorov Smirnov* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 11. Uji Normalitas *Kolmogorov Smirnov*

		Unstandardized Residual
N		250
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	2.05635181
Most Extreme Differences	Absolute	0.065
	Positive	0.065
	Negative	-0.047
Test Statistic		0.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.013

a. Test distribution is Normal.

Sumber: *Data Primer, Diolah Peneliti 2019*

Berdasarkan hasil uji normalitas *Kolmogorov Smirnov* pada tabel di atas, diketahui nilai signifikansi sebesar 0,013. Hal ini berarti bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,013 > 0,05$). Dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

2. Hasil Uji Linearitas

Hasil pengujian Uji Linearitas dilakukan dengan metode Nilai *Sig. Deviation from Linearity*. Uji linearitas ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistics 23. Hasil uji dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 12 Uji Linearitas dengan Nilai *Sig. Deviation from Linearity*

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
BEHAVIOUR * PERCEPTION	Between Groups	(Combined) Linearity	179.855	23	7.820	1.875	.011
		Deviation from Linearity	69.583	1	69.583	16.683	.000
			110.272	22	5.012	1.202	.248
	Within Groups		942.645	226	4.171		
Total			1122.500	249			

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2019

Berdasarkan hasil uji linearitas diketahui nilai *Sig. deviation from linearity* sebesar 0,248 lebih besar dari 0,05 ($0,248 > 0,05$), yang berarti dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel PERCEPTION dengan variabel BEHAVIOUR. Berdasarkan hasil uji linearitas dengan nilai F juga menunjukkan $F_{hitung} 1,202 < F_{tabel}$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara Persepsi Pengenaan Cukai atas Kantong Plastik dengan *Green Behaviour*.

3. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linear sederhana digunakan untuk mendapatkan hubungan matematis dalam bentuk suatu persamaan antara variabel bebas (*independent*) dengan variabel terikat (*dependent variable*) dan hanya didasari oleh suatu variabel bebas (*independent variable*) dengan persamaan $Y = a + bx$ (Lupiyoadi dan Ikhsan,

2015:152). Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah $BEHAVIOUR = \alpha + \beta.PERCEPTION$. Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menguji besarnya pengaruh variabel PERCEPTION terhadap variabel BEHAVIOUR. Hasil uji regresi linear sederhana dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 13 Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	2.606	.291	
PERCEPTION	.290	.072	.249

a. Dependent Variable: BEHAVIOUR

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2019

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui nilai *Constans* (α) sebesar 2,606 dan nilai koefisien regresi (β / koefisien regresi) variabel PERCEPTION sebesar 0,290, sehingga persamaan regresinya dapat ditulis seperti di bawah ini:

$$BEHAVIOUR = \alpha + \beta.PERCEPTION$$

$$BEHAVIOUR = 2,606 + 0,290.PERCEPTION$$

Persamaan di atas dapat diterjemahkan sebagai berikut:

- Konstanta (*constans*) sebesar 2,606 mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel BEHAVIOUR adalah sebesar 2,606 dengan kata lain ketika nilai variabel PERCEPTION sebesar 0, maka nilai variabel BEHAVIOUR sebesar 2,606.
- Koefisien regresi (b) PERCEPTION sebesar 0,290 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai variabel PERCEPTION, maka nilai variabel BEHAVIOUR bertambah sebesar 0,290. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara variabel PERCEPTION dan variabel BEHAVIOUR.

Tabel 14 Anova

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.349	1	4.349	16.389	0,000
	Residual	65.807	248	.265		
	Total	70.156	249			

a. Dependent Variable: BEHAVIOUR

b. Predictors: (Constant), PERCEPTION

Sumber: *Data Primer, Diolah Peneliti 2019*

Tabel Anova biasanya digunakan pada regresi linear berganda dengan nama lain uji F. Pada pengujian regresi linear sederhana, penggunaan tabel Anova tidak begitu diperhatikan, namun perlu diketahui bahwa tabel Anova berguna untuk mengetahui kemampuan model untuk menerangkan variansi pada variabel BEHAVIOUR dan secara tidak langsung mengukur kekuatan hubungan (Lupiyoadi dan Ikhsan, 2015:157). Berdasarkan output di atas diketahui bahwa nilai F_{hitung} adalah 16,389 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), yang berarti model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel partisipasi atau dengan kata lain ada pengaruh PERCEPTION terhadap variabel BEHAVIOUR.

4. Pengujian Hipotesis

a. Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t pada dasarnya berfungsi untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas (*independent variable*) secara individual dalam menerangkan variabel terikat (*dependent variable*) (Ghozali, 2018:98). Uji statistik t dalam penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel PERCEPTION secara individual dalam menerangkan variabel BEHAVIOUR. Uji hipotesis untuk koefisien regresi dilakukan setelah perhitungan

regresi yang memperoleh persamaan regresi linear sederhana, uji hipotesis ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel PERCEPTION terhadap variabel BEHAVIOUR (Lupiyoadi dan Ikhsan, 2015:157). Berikut adalah hipotesis dan pengambilan keputusan dalam uji statistik t dalam penelitian ini:

Hipotesis :

H_0 → Persepsi Pengenaan Cukai atas Kantong Plastik (PERCEPTION) Tidak Berpengaruh Terhadap *Green Behaviour* Masyarakat Di Kota Malang (BEHAVIOUR)

H_1 → Persepsi Pengenaan Cukai atas Kantong Plastik (PERCEPTION) Berpengaruh Terhadap *Green Behaviour* Masyarakat Di Kota Malang (BEHAVIOUR)

Pengambilan keputusan Uji Statistik t:

- Jika nilai signifikansi lebih kecil dari nilai α (sig. < 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa variabel PERCEPTION berpengaruh terhadap variabel BEHAVIOUR. Sebaliknya, Jika nilai signifikansi lebih besar dari nilai α (sig. > 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa variabel PERCEPTION tidak berpengaruh terhadap variabel BEHAVIOUR.
- Jika nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($t_{hitung} > t_{tabel}$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel PERCEPTION berpengaruh terhadap variabel BEHAVIOUR. Sebaliknya, jika nilai t_{hitung} lebih kecil dari nilai t_{tabel} ($t_{hitung} < t_{tabel}$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel PERCEPTION tidak berpengaruh terhadap variabel BEHAVIOUR.

Tabel 15 Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

	Model	t	Sig.
1	(Constant)	8.972	.000
	PERCEPTION	4.048	.000

a. Dependent Variable: BEHAVIOUR

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2018

Berdasarkan tabel 15 di atas, diketahui bahwa nilai t variabel PERCEPTION sebesar 4,048 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($5,456 > 1,969$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai α ($0,000 < 0,050$). Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara parsial Persepsi Pengenaan Cukai atas Kantong Plastik (PERCEPTION) berpengaruh signifikan terhadap *Green Behaviour* masyarakat di Kota Malang (BEHAVIOUR).

Catatan : Cara mencari nilai t_{tabel} (Raharjo, 2017)

$$\begin{aligned}
 t_{tabel} &= (a/2 ; n-k-1) \\
 &= (0,05/2 ; 250-1-1) \\
 &= (0,025 ; 248) \text{ [Dilihat pada distribusi nilai } t_{tabel}] = 1,969
 \end{aligned}$$

b. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien determinasi (R^2) pada intinya berfungsi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat (*dependent variable*) (Ghozali, 2018:97). Ghozali menambahkan nilai koefisien determinasi (R^2) adalah antara nol sampai satu. Uji koefisien dalam penelitian ini bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel BEHAVIOUR. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate
1	.249	.062	.058	.51512

a. Predictors: (Constant), PERCEPTION

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti 2019

Berdasarkan tabel di atas, diketahui besarnya nilai koefisien korelasi/hubungan (R) yaitu sebesar 0,249. Artinya adalah hubungan antara persepsi pengenalan cukai atas kantong plastik dengan *green behaviour* sebesar 0,249 (Lupiyoadi dan Ikhsan, 2015:156). Hasil R^2 sebesar 0,062 dan hasil *adjusted* R^2 sebesar 0,058. Menurut Ghozali (2018:97), menyatakan bahwa banyak peneliti yang menyarankan untuk menggunakan nilai *adjusted* R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik karena penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel bebas (*independent independen*), maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (*dependent variable*) (Ghozali, 2018:97).

Hal ini berarti bahwa sebesar 5,8% *green behaviour* masyarakat di Kota Malang (BEHAVIOUR) dipengaruhi oleh persepsi pengenalan cukai atas kantong plastik (PERCEPTION). Sedangkan sisanya ($100\% - 5,8\% = 94,2\%$) dipengaruhi oleh sebab-sebab atau variabel lain yang tidak terdapat dalam model penelitian ini. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*cross-sectional*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan (Ghozali, 2018:97). *Standar Error of Estimate* (SEE) sebesar 0,515. Menurut Ghozali (2018:101), Makin kecil nilai SEE berarti model regresi semakin tepat dalam memprediksi variabel dependen.

4.3 Pembahasan Pengaruh Persepsi Pengenaan Cukai atas Kantong Plastik Terhadap *Green Behaviour* Masyarakat di Kota Malang

Berdasarkan hasil pengujian terhadap hipotesis yang sudah disusun sebelumnya dalam penelitian ini, dapat dibuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Variabel Persepsi Pengenaan Cukai atas Kantong Plastik (PERCEPTION) berpengaruh signifikan terhadap Variabel Green Behaviour (BEHAVIOUR). Persepsi pengenaan cukai atas kantong plastik dapat memberikan pengaruh sebesar 5,8% terhadap *green behaviour* masyarakat di Kota Malang, sedangkan sisanya 94,2% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak ada dalam penelitian ini. Hasil ini menunjukkan bahwa masyarakat di Kota Malang percaya bahwa kontrol persepsi atas penggunaan kantong plastik pada masyarakat dapat mempengaruhi perilaku ramah lingkungan masyarakat di Kota Malang secara langsung. Perilaku ramah lingkungan (*green behaviour*) masyarakat di Kota Malang dapat meningkat apabila kantong plastik dikenakan cukai. Peningkatan perilaku ramah lingkungan disebabkan oleh adanya persepsi masyarakat atas pengenaan cukai kantong plastik yang memberikan kontrol terhadap perilaku ramah lingkungan masyarakat itu sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini mendukung *theory of planned behaviour* yang menyatakan bahwa kontrol persepsi perilaku (*perceived behavioural control*) memiliki hubungan langsung dengan perilaku.

Peran pemerintah sebagai pembuat kebijakan (*policy maker*) sangat besar dalam mengatasi masalah sampah plastik ini. Peran pemerintah ini sebagai bentuk dari *government intervention*. Meskipun pengenaan cukai atas kantong plastik hingga saat ini masih dalam proses pembahasan, tetapi besar kemungkinan

kebijakan ini akan segera diterapkan di Indonesia karena kebijakan ini merupakan salah satu cara yang bisa dilakukan oleh pemerintah di bidang perpajakan untuk menangani masalah lingkungan, khususnya masalah sampah plastik.

Penelitian ini ingin melihat persepsi masyarakat yang ada di Kota Malang terkait dengan kebijakan cukai kantong plastik tersebut. Persepsi masyarakat yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan pandangan atau pendapat masyarakat mengenai pengenaan cukai atas kantong plastik. Pandangan atau pendapat masyarakat tersebut lahir dari pengalaman maupun pengetahuan masyarakat mengenai pengenaan cukai atas kantong plastik. Persepsi Pengenaan Cukai atas Kantong Plastik ini diartikan sejauh mana masyarakat di Kota Malang meyakini bahwa pengenaan cukai atas kantong plastik berpengaruh kepada perilaku ramah lingkungan (*green behaviour*) masyarakat.

Green behaviour yang dimaksud dalam penelitian ini adalah perilaku atau kebiasaan ramah lingkungan yang dilakukan untuk menjaga kelestarian lingkungan. *Green Behaviour* atau “kebiasaan ramah lingkungan” adalah perilaku konsumen yang sebisa mungkin meminimalisasi kerusakan lingkungan (Steg dan Vlek, 2009). Penerapan *green behaviour* masyarakat dapat ditunjukkan dengan penurunan penggunaan kantong plastik pada masyarakat.

Pengenaan cukai atas kantong plastik dapat mengakibatkan masyarakat di Kota Malang mempertimbangkan penggunaan kantong plastik saat berbelanja karena harganya yang meningkat setelah dikenakan cukai. Pernyataan tersebut didukung oleh jawaban responden atas pertanyaan terbuka yang ada pada kuesioner

penelitian. Berikut pendapat responden A mengenai keberhasilan pengenaan cukai atas kantong plastik untuk mengurangi penggunaan kantong plastik.

“Iya, karena masyarakat atau konsumen akan berpikir dua kali untuk membeli kantong plastik jika diberi harga tinggi”

Sependapat dengan responden A, responden B juga mengatakan bahwa pengenaan cukai atas kantong plastik dapat mendorong dan meningkatkan kesadaran masyarakat untuk lebih peduli terhadap lingkungan, sehingga bersedia untuk menerapkan perilaku ramah lingkungan. Pengenaan cukai atas kantong plastik juga akan memaksa masyarakat untuk mencari alternatif lain selain kantong plastik, seperti *totebag* atau tas belanja ramah lingkungan lainnya. Hal ini berarti ada peningkatan perilaku ramah lingkungan (*green behaviour*) oleh masyarakat di Kota Malang.

“Iya, karena orang akan berpikir dua kali untuk pakai kantong plastik, orang akan membawa tas belanja sendiri, dan mengurangi kerusakan lingkungan”

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Novianti (2017), yang menyatakan bahwa setelah adanya peningkatan harga pada kantong plastik lewat kebijakan kantong plastik berbayar, dapat mempengaruhi *green behaviour* masyarakat. Hal ini berarti dengan adanya peningkatan harga atas kantong plastik, maka dapat menyadarkan ataupun memaksa masyarakat untuk menerapkan *green behaviour*. Kesadaran masyarakat untuk berperilaku ramah lingkungan inilah yang diharapkan oleh peneliti karena berdampak positif buat lingkungan kita.

Hasil penelitian ini juga mendukung Teori Eksternalitas (*Eksternality Theory*). Menurut Mankiw (2014:195), eksternalitas adalah *the uncompensated impact of one person's actions on the well-being of a bystander*, yang berarti dampak yang

tidak terkompensasikan yang merupakan hasil dari tindakan seseorang terhadap kesejahteraan orang lain. Eksternalitas adalah dampak dari tindakan seseorang atau suatu pihak terhadap kesejahteraan atau kondisi orang atau pihak lain. Menurut Rosen (1988), menyatakan bahwa eksternalitas terjadi ketika aktivitas suatu kesatuan mempengaruhi kesejahteraan kesatuan lain yang terjadi diluar mekanisme pasar (*non market mechanism*).

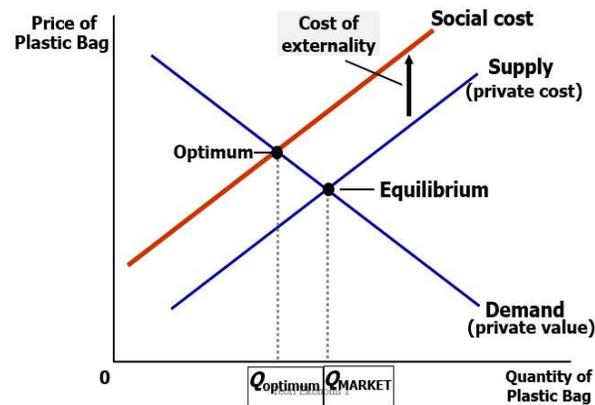
Eksternalitas dapat diartikan dari perspektif teoritis, bahwa eksternalitas terjadi karena adanya perbedaan antara *marginal social* dan *private cost* suatu barang. Oleh karena itu diperlukan *government intervention* dalam bentuk pembebanan pajak jika eksternalitas yang terjadi adalah eksternalitas negatif. Pembebanan pajak oleh pemerintah ini diharapkan dapat memperhitungkan *externality cost* yang sebelumnya tidak diperhitungkan dalam kegiatan produksi maupun konsumsi. Pembebanan pajak ini akan berdampak pada meningkatnya harga, sehingga akan mengurangi produksi maupun konsumsinya.

Proses produksi yang dilakukan oleh produsen plastik maupun konsumsi yang dilakukan oleh masyarakat terhadap kantong plastik sudah sangat berlebihan. Hal ini dapat dibuktikan dengan dijumpainya banyak sampah plastik, khususnya sampah kantong plastik yang berserakkan dimana-mana. Direktur Teknis dan Fasilitas Cukai Kementerian Keuangan (Kemenkeu) Republik Indonesia, Nirwala Dwi Heyanto mengatakan, 16% sampah yang ada di Indonesia adalah sampah plastik, 62% diantaranya adalah kantong plastik (www.finance.detik.com, diakses pada 15 Agustus 2019). Berbagai penelitian dan literatur juga banyak yang sudah membahas dampak buruk dari sampah plastik ini dan salah satu cara yang dapat

dilakukan untuk mengurangi produksi maupun konsumsi kantong plastik adalah dengan adanya *government intervention* berupa pembebanan pajak terhadap kantong plastik. Pajak inilah yang disebut dengan pajak pigovian atau *pigouvian tax*.

Hasil penelitian ini mendukung Teori Pajak Pigovian (*Pigouvian Tax Theory*). Pajak pigovian adalah *a tax designed to induce private decision makers to take account of the social costs that arise from a negative externality* (Mankiw, 2012). Pajak pigovian ditujukan untuk memperbaiki dampak yang ditimbulkan dari eksternalitas negatif. Eksternalitas negatif yang dimaksud adalah dampak negatif dari penggunaan kantong plastik. Berdasarkan hasil penelitian, pajak pigovian dalam bentuk cukai kantong plastik dapat meningkatkan perilaku ramah lingkungan (*green behaviour*) masyarakat di Kota Malang. Hal ini berarti pengenaan cukai pada kantong plastik dapat mengurangi penggunaan kantong plastik.

Pengenaan cukai atas kantong plastik tentu saja akan berdampak pada meningkatnya harga kantong plastik, hal ini sesuai dengan teori eksternalitas. Ketika harga kantong plastik meningkat karena dikenakan pajak, maka biaya produksi akan lebih besar, sehingga akan menurunkan jumlah produksi kantong plastik oleh produsen kantong plastik. Begitu juga dampaknya terhadap konsumen, jika harga kantong plastik meningkat, maka konsumsi atas kantong plastikpun akan menurun.



Gambar 6 Teori Eksternalitas

Sumber : Nurcahyo, 2015

Hal ini didukung oleh penelitian Purwoko (2012) dan penelitian Baidarus (2018), yang menyatakan bahwa pengenaan cukai atas kantong plastik berdampak pada penurunan permintaan atas kantong plastik. Penurunan permintaan atas kantong plastik tentu saja dikarenakan konsumen akan mempertimbangkan harga kantong plastik ketika ingin menggunakan kantong plastik. Hal ini akan memaksa konsumen untuk mengurangi penggunaan kantong plastik bahkan mencari alternatif lain seperti menggunakan tas belanja ramah lingkungan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa persepsi pengenaan cukai atas kantong plastik (PERCEPTION) berpengaruh signifikan terhadap *green behaviour* masyarakat di Kota Malang (BEHAVIOUR). Ada 5,8% pengaruh yang diberikan variabel PERCEPTION kepada variabel BEHAVIOUR, sedangkan sisanya 94,2% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak ada dalam penelitian ini. Hasil penelitian juga menunjukkan setiap penambahan 1% nilai variabel PERCEPTION, maka nilai variabel BEHAVIOUR bertambah sebesar 0,290. Hasil penelitian ini mengkonfirmasi *theory of planned behaviour*, teori eksternalitas, dan teori *pigouvian tax*. Hasil penelitian ini juga mendukung beberapa penelitian terdahulu, seperti penelitian Novianti (2017), Purwoko (2012), dan baidarus dan siburian (2018).

Walaupun pengenaan cukai atas kantong plastik masih dalam proses pembahasan, tetapi lewat hasil dari penelitian ini, diharapkan pengenaan cukai atas kantong plastik dapat segera diterapkan di Indonesia demi menjaga kelestarian alam dan bumi kita. Pengenaan cukai atas kantong plastik oleh pemerintah adalah salah satu cara yang cukup efektif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya berperilaku ramah lingkungan. Hal ini dapat dimulai dengan hal-hal kecil seperti mengurangi penggunaan kantong plastik, membawa tas belanja ramah lingkungan saat akan berbelanja, dan membuang sampah pada tempatnya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka ada saran yang dapat diberikan yang berkaitan dengan penelitian ini. Saran berikut ditujukan untuk memberikan hasil yang lebih baik lagi dikemudian hari. Saran tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Adanya kebijakan yang tepat untuk mengatasi masalah lingkungan, khususnya masalah sampah plastik. Pengenaan cukai atas kantong plastik adalah salah satu contoh kebijakan yang diharapkan peneliti dapat segera diterapkan. Pemerintah Republik Indonesia, khususnya Kementerian Keuangan sebagai pembuat kebijakan (*policy maker*) dapat mempertimbangkan mengenai kebijakan cukai atas kantong plastik serta besaran tarif yang akan dikenakan pada kantong plastik karena hasil penelitian ini menunjukkan ada pengaruh antara persepsi pengenaan cukai atas kantong plastik dengan *green behaviour* masyarakat di Kota Malang. Hal ini berarti dengan diterapkan kebijakan cukai atas kantong plastik dengan tarif yang sesuai dapat menangani masalah sampah plastik.
2. Adanya penelitian selanjutnya yang diharapkan dapat memperluas lingkup penelitian dan menambahkan jumlah variabel ataupun menggunakan teknik analisis yang berbeda dengan penelitian ini. Hal ini bertujuan agar penelitian selanjutnya diharapkan dapat menghasilkan hasil penelitian dalam ruang lingkup yang lebih luas dan hasil yang lebih spesifik ataupun dapat memberikan hasil dari sudut pandang yang berbeda mengenai kebijakan cukai atas kantong plastik dan *green behaviour*.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, Abu dan Narbuko, Cholid. 2013. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ajzen, Icek dan Fishbein. 1991. *Theory of Planned Behaviour in: Organizational Behaviour and Human Decision Process*. Amherst, MA: Elsevier.
- Azwar, Saifuddin. 2010. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, Saifuddin. 2003. *Sikap Manusia, Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Badan Pusat Statistik. 2016. *Kota Malang Dalam Angka: Malang Municipality in Figures*.
- Baidarus, Muhammad dan Siburian, Martin Tamaro. 2018. *Analisis Dampak Ekstentifikasi Barang Kena Cukai Pada Kantong Plastik Terhadap Perekonomian Indonesia*.
- Creswell, Jhon W. 2016. *Research Design Pendekatan Kualitatif, kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Cita.or.id. 2019. *Urgensi ekstentifikasi cukai kantong plastik guna melindungi kelestarian lingkungan hidup di* <https://cita.or.id/opini/artikel/urgensi-ekstentifikasi-cukai-kantong-plastik-guna-melindungi-kelestarian-lingkungan-hidup>. (di akses 13 Mei 2019).
- Cadman, Cary Anne. 2018. *HotSpot:Sampah Laut Indonesia*.
- Darmawan, Deni. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

- Deny, Septian. 2019. *Sri Mulyani Ingin Perbaiki Reputasi RI Soal Pengelolaan Sampah*. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3899869/sri-mulyani-ingin-perbaiki-reputasi-ri-soal-pengelolaan-sampah>, di akses pada 16 september 2019.
- Deliarnov. 1999. *Pengantar Ekonomi Makro*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Eugene R. Schlesinger. 1967. *Tax and Technical Assistance*.
- Ernanda. 2009. *Kebijakan Pajak Penghasilan Pasal 22 atas Barang Sangat Mewah Dalam Perpektif Konsepsi Penggolongan Pajak*.
- Fauzia, Mutia. 2019. *Sri Mulyani Ajukan kembali Wacana Pengenaan Cukai Plastik ke DPR*. <https://money.kompas.com/read/2019/06/17/192700226/sri-mulyani-ajukan-kembali-wacana-pengenaan-cukai-plastik-ke-dpr>, di akses pada 16 September 2019.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hsu, M.H. dan Chiu, C.M. 2002. *Predicting Electronic Service Continuance with a Decomposed Theory of Planned Behaviour*. Behaviour & Information Technology.

- Indriantoro, Nur dan Supomo, Bambang. 2012. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Jambeck, Jenna R. 2015. *Plastic Waste Inputs From Land Into The Ocean*. University of Georgia.
- Jenna, R. Jambeck. 2015. *Plastic waste inputs from land into the ocean*. University of Georgia.
- Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi Offset
- Jonker Jan, Barjan J.W. Pennink. 2011. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Jogiyanto, Hartono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Edisi ke-6. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Karuniastuti, Nurhenu. 2012. *Bahaya plastik terhadap kesehatan dan lingkungan*. Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia. 2017. *Indeks kualitas lingkungan hidup Indonesia 2017*. Jakarta.
- Katz, M.L. & Rosen, H.S. 1998. *Microeconomics*. 3rd edition. McGraw-Hill Companies.
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi Edisi 3*. Erlangga.
- Kuntjojo. 2009. *Metode Penelitian*. Kediri: Universitas Nusantara PGRI.
- Lupiyoadi, Rambat dan Ikhsan, Ridho Bramulya. 2015. *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mankiw, N Gregory. 2006. *Makro Ekonomi*, Terjemahan: Fitria Liza, Imam Nurmawan. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2006.

- Mankiw, N. Gregory. 2014. *Pengantar ekonomi mikro, Principles of economics: An Asian edition-Volume 1*. Jakarta : Salemba Empat, 2014.
- Mankiw, N. Gregory. 2012. *Principles of Microeconomics: 6th Edition*. South-Western Cengage Learning.
- Martono, Nanang. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Mukhlis, Imam. 2010. *Eksternalitas, Pertumbuhan Ekonomi dan Pembangunan Berkelanjutan dalam Perpektif Teoritis*. Malang: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang.
- Mukhlis, Imam. 2009. *Eksternalitas, pertumbuhan ekonomi dan pembangunan berkelanjutan dalam perpektif teoritis*.
- Nazir, Moh. 2013. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Novianti, Tutik. 2018. *Pengaruh Skepticm dan Environmental Concern Terhadap Green Purchase Behaviour dengan Perceived Consumer Effectiveness Sebagai Variabel Mediasi*.
- Novianti, Ayi Indah dan Kartika, Lindawati. 2017. *Pengaruh Green Marketing Kebijakan Kantong Plastik Berbayar Terhadap Green Behaviour Masyarakat Kota Bogor*
- Nurchahyo, Bagus. 2015. *Teori Ekonomi Mikro:Eksternalitas*.
- Online Pajak. 2018. *Bea Cukai :Sejarah, Fungsi dan Kebijakan Ditjen Bea Cukai*.
<https://www.online-pajak.com/bea-cukai> , di akses pada 20 Agustus 2019.
- Priyanto, Dwi. 2014. *SPSS 22: Pengelolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Purwoko. 2012. *Analisis Efektivitas Pengenaan Cukai atas Produk Kantong Plastik dan Dampaknya terhadap Perekonomian*.
- Priyatno, Duwi. 2014. *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*. Yogyakarta: Andi.
- Putri, Suci Utami & Nikawanti, Gia. 2017. *Pengenalan Green Behaviour Melalui Ecoliteracy Pada Anak Usia Dini*. Purwakarta: UPI Kampus Purwakarta dan STKIP Purwakarta.
- Raharjo, Sahid. 2014. *Cara Melakukan Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov dengan SPSS*. <https://www.spssindonesia.com>.
- Rahman, dkk. 2014. *Penentuan Variabel dan Pengukuran*. Jakarta: Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti.
- Riduwan. 2009. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Santoso, Singgih. 2014. *Statistik Multivariat Edisi Revisi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, Uma dan Bougie, Roger. 1988. *Research Methods for Business, A Skill-Building Approach Seventh Edition*. United Kingdom: Wiley, 2016.
- Simarmata, DJ.A. 1994. *Ekonomi Publik dan External*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Singarimbun, Masri. 2006. *Metode dan Proses Penelitian*. Jakarta: Pustaka LP3ES.
- Singarimbun, Masri dan Effendi, Sofian. 1981. *Metode Penelitian Survai*. Jakarta: LP3ES.

- Silalahi, Ulber. 2015. *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT. Refika Aditama
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Soehartono, Irawan. 2008. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis (cetakan ke-16)*. Bandung.
- Steg, L. & Vlek, C. 2009. *Encouraging pro-environmental behaviour :An Intgrative Agenda*. Journal of Environmental Psychology.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2007 tentang Cukai.
- Vanya, Annisa Rosa. 2014. *Pengembangan Green Behaviour Melalui Paribasa Sunda Dalam Pelajaran IPS*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Verhoef, Nijkamp. 2000. *Spatial Dimensions of Environmental Policies for Transboundary Externalities; A Spatial Price Equilibrium Approach*". Environment and Planning.

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

No. Kuesioner :

Tanggal Pengisian :

KUESIONER PENELITIAN SKRIPSI

Saya Mahasiswa Prodi Perpajakan, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.

Dalam rangka menunjang penelitian dan juga penulisan skripsi dengan judul **“Pengaruh Persepsi Pengenaan Cukai atas Kantong Plastik Terhadap *Green Behaviour* Masyarakat Di Kota Malang”** yang sedang dilaksanakan oleh peneliti, memohon untuk kesediaan Saudara/i meluangkan waktu untuk memberikan tanggapan sesuai dengan pendapat, pengetahuan dan pengalaman Saudara/i. Penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi pengenaan cukai atas kantong plastik terhadap *green behaviour* masyarakat di Kota Malang.

Jawaban anda dijamin kerahasiaannya dan digunakan hanya untuk kepentingan penelitian ini. Atas perhatian dan juga kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner ini, peneliti mengucapkan terima kasih.

Eldy Alfredo Baleya
NIM 155030401111062

A. PROFIL DEMOGRAFI

Petunjuk Pengisian	Berikan tanda (✓) pada salah satu jawaban yang sesuai dengan keadaan saudara/i.
Noted	Tanda (*) Wajib di isi.

1. Nama/Inisial :
2. Konsumen* (pilih salah satu) : Alfamart Giant
 Indomaret Hypermart
 Superindo
3. Jenis Kelamin* : Pria Wanita
4. Usia* : < 20 tahun 31-40 tahun
 20 – 30 tahun >40 tahun
5. Pendidikan Terakhir* : SMP S2
 SMA S3
 S1 sebutkan.....
6. Penghasilan per bulan* : <Rp 2.500.000
 Rp 2.500.000 – Rp 7.500.000
 Rp 7.500.000 – Rp 15.000.000
 >Rp. 15.000.000
7. Status Pernikahan* : Menikah Belum Menikah

B. PENGARUH PERSEPSI PENGENAAN CUKAI ATAS KANTONG PLASTIK TERHADAP GREEN BEHAVIOUR MASYARAKAT DI KOTA MALANG

Petunjuk Pengisian : Berikan tanda (✓) pada salah satu kolom yang sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu. Bila ada yang kurang mengerti, bisa ditanyakan kepada peneliti.

I. Pertanyaan Tertutup

No.	PERNYATAAN	PENILAIAN				
		1	2	3	4	5
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
Persepsi Pengenaan Cukai atas Kantong Plastik						
1	-					
2	-					
3	-					
4	-					
5	-					
6	-					
7	-					
8	-					
9	-					

No.	PERNYATAAN	PENILAIAN				
		1	2	3	4	5
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
Green Behaviour						
1	-					
2	-					
3	-					
4	-					

II. Pertanyaan Terbuka

Berikut terdapat beberapa pertanyaan terbuka, berikan jawaban sesuai dengan pendapat anda.

1. -?

2. -?

3. -?

Lampiran 2. Distribusi Frekuensi Profil Demografi Responden

Statistics

		Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Penghasilan Per Bulan	Status Pernikahan
N	Valid	250	250	250	250	250
	Missing	0	0	0	0	0

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	116	46.4	46.4	46.4
	Wanita	134	53.6	53.6	100.0
Total		250	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<20 Tahun	124	49.6	49.6	49.6
	20-30 Tahun	116	46.4	46.4	96.0
	31-40	6	2.4	2.4	98.4
	>40 Tahun	4	1.6	1.6	100.0
	Total	250	100.0	100.0	

Pendidikan Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP	6	2.4	2.4	2.4
	SMA	192	76.8	76.8	79.2
	S1	50	20.0	20.0	99.2
	S2	1	.4	.4	99.6
	DIII	1	.4	.4	100.0
	Total	250	100.0	100.0	

Penghasilan Per Bulan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <Rp 2.500.000	197	78.8	78.8	78.8
Rp 2.500.000 - Rp 7.500.000	40	16.0	16.0	94.8
Rp 7.500.000 - Rp 15.000.000	9	3.6	3.6	98.4
>Rp 15.000.000	4	1.6	1.6	100.0
Total	250	100.0	100.0	

Status Pernikahan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Menikah	13	5.2	5.2	5.2
Belum Menikah	237	94.8	94.8	100.0
Total	250	100.0	100.0	

Lampiran 3. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden

		Statistics														
		P.1	P.2	P.3	P.4	P.5	P.6	P.7	P.8	P.9	B.1	B.2	B.3	B.4	B.5	B.6
N	Valid	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Mean	4.26	4.15	4.38	3.82	3.49	3.69	3.65	4.35	4.52	3.60	4.02	3.74	4.20	4.04	3.55

1. Frekuensi Jawaban Persepsi Pengenaan Cukai atas Kantong Plastik (PERCEPTION)

		P.1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	.4	.4	.4
	TS	5	2.0	2.0	2.4
	N	24	9.6	9.6	12.0
	S	119	47.6	47.6	59.6
	SS	101	40.4	40.4	100.0
	Total	250	100.0	100.0	

P.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	.4	.4	.4
	TS	8	3.2	3.2	3.6
	N	28	11.2	11.2	14.8
	S	129	51.6	51.6	66.4
	SS	84	33.6	33.6	100.0
	Total	250	100.0	100.0	

P.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	1.6	1.6	1.6
	N	15	6.0	6.0	7.6
	S	114	45.6	45.6	53.2
	SS	117	46.8	46.8	100.0
	Total	250	100.0	100.0	

P.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	1.2	1.2	1.2
	TS	12	4.8	4.8	6.0
	N	63	25.2	25.2	31.2
	S	121	48.4	48.4	79.6
	SS	51	20.4	20.4	100.0
	Total	250	100.0	100.0	

P.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	1.2	1.2	1.2
	TS	23	9.2	9.2	10.4
	N	101	40.4	40.4	50.8
	S	94	37.6	37.6	88.4
	SS	29	11.6	11.6	100.0
	Total	250	100.0	100.0	

P.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	12	4.8	4.8	4.8
	TS	20	8.0	8.0	12.8
	N	55	22.0	22.0	34.8
	S	110	44.0	44.0	78.8
	SS	53	21.2	21.2	100.0
	Total	250	100.0	100.0	

P.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	1.2	1.2	1.2
	TS	21	8.4	8.4	9.6
	N	78	31.2	31.2	40.8
	S	106	42.4	42.4	83.2
	SS	42	16.8	16.8	100.0
	Total	250	100.0	100.0	

P.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	1.2	1.2	1.2
	N	17	6.8	6.8	8.0
	S	120	48.0	48.0	56.0
	SS	110	44.0	44.0	100.0
	Total	250	100.0	100.0	

P.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	1.6	1.6	1.6
	N	10	4.0	4.0	5.6
	S	87	34.8	34.8	40.4
	SS	149	59.6	59.6	100.0
	Total	250	100.0	100.0	

2. Frekuensi Jawaban *Green Behaviour* (BEHAVIOUR)

B.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	19	7.6	7.6	7.6
	N	94	37.6	37.6	45.2
	S	104	41.6	41.6	86.8
	SS	33	13.2	13.2	100.0
	Total	250	100.0	100.0	

B.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	.8	.8	.8
	TS	12	4.8	4.8	5.6
	N	84	33.6	33.6	39.2
	S	103	41.2	41.2	80.4
	SS	49	19.6	19.6	100.0
	Total	250	100.0	100.0	

B.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	.8	.8	.8
	TS	7	2.8	2.8	3.6
	N	38	15.2	15.2	18.8
	S	94	37.6	37.6	56.4
	SS	109	43.6	43.6	100.0
	Total	250	100.0	100.0	

B.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	5	2.0	2.0	2.0
	TS	17	6.8	6.8	8.8
	N	104	41.6	41.6	50.4
	S	83	33.2	33.2	83.6
	SS	41	16.4	16.4	100.0
	Total	250	100.0	100.0	

Lampiran 4. Hasil Uji Validitas

1. Persepsi Pengenaan Cukai atas Kantong Plastik (*PERCEPTION*)

Correlations

		P.1	P.2	P.3	P.4	P.5	P.6	P.7	P.8	P.9	Total P
P.1	Pearson Correlation	1	.629**	.793**	.580**	.393	.544*	-.044	.401	.409	.784**
	Sig. (2-tailed)		.002	.000	.006	.078	.011	.851	.071	.065	.000
	N	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
P.2	Pearson Correlation	.629**	1	.639**	.719**	.400	.654**	.331	.178	.298	.816**
	Sig. (2-tailed)	.002		.002	.000	.072	.001	.143	.441	.190	.000
	N	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
P.3	Pearson Correlation	.793**	.639**	1	.523*	.310	.447*	.220	.591**	.456*	.815**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002		.015	.172	.042	.337	.005	.038	.000
	N	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
P.4	Pearson Correlation	.580**	.719**	.523*	1	.400	.549*	.230	-.022	.060	.697**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.015		.072	.010	.317	.924	.795	.000
	N	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
P.5	Pearson Correlation	.393	.400	.310	.400	1	.098	.450*	-.090	.512*	.602*
	Sig. (2-tailed)	.078	.072	.172	.072		.673	.041	.697	.018	.004
	N	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
P.6	Pearson Correlation	.544*	.654**	.447*	.549*	.098	1	.312	.499*	.170	.711**
	Sig. (2-tailed)	.011	.001	.042	.010	.673		.168	.021	.462	.000
	N	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
P.7	Pearson Correlation	-.044	.331	.220	.230	.450*	.312	1	.281	.351	.524*
	Sig. (2-tailed)	.851	.143	.337	.317	.041	.168		.218	.119	.015
	N	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
P.8	Pearson Correlation	.401	.178	.591**	-.022	-.090	.499*	.281	1	.313	.490*
	Sig. (2-tailed)	.071	.441	.005	.924	.697	.021	.218		.167	.024
	N	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
P.9	Pearson Correlation	.409	.298	.456*	.060	.512*	.170	.351	.313	1	.565**
	Sig. (2-tailed)	.065	.190	.038	.795	.018	.462	.119	.167		.008
	N	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
Total_P	Pearson Correlation	.784**	.816**	.815**	.697**	.602*	.711**	.524*	.490*	.565**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.004	.000	.015	.024	.008	
	N	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. *Green Behaviour (BEHAVIOUR)*

Correlations

		B.1	B.2	B.3	B.4	Total_B
B.1	Pearson Correlation	1	.188	.469*	.276	.579**
	Sig. (2-tailed)		.416	.032	.225	.006
	N	21	21	21	21	21
B.2	Pearson Correlation	.188	1	.311	.418	.585**
	Sig. (2-tailed)	.416		.170	.060	.005
	N	21	21	21	21	21
B.3	Pearson Correlation	.469*	.311	1	.330	.720**
	Sig. (2-tailed)	.032	.170		.145	.000
	N	21	21	21	21	21
B.4	Pearson Correlation	.276	.418	.330	1	.755**
	Sig. (2-tailed)	.225	.060	.145		.000
	N	21	21	21	21	21
Total_B	Pearson Correlation	.579**	.585**	.720**	.755**	1
	Sig. (2-tailed)	.006	.005	.000	.000	
	N	21	21	21	21	21

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas

1. Persepsi Pengenaan Cukai atas Kantong Plastik (PERCEPTION)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	21	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	21	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.842	9

2. Green Behaviour (BEHAVIOUR)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	21	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	21	100.0

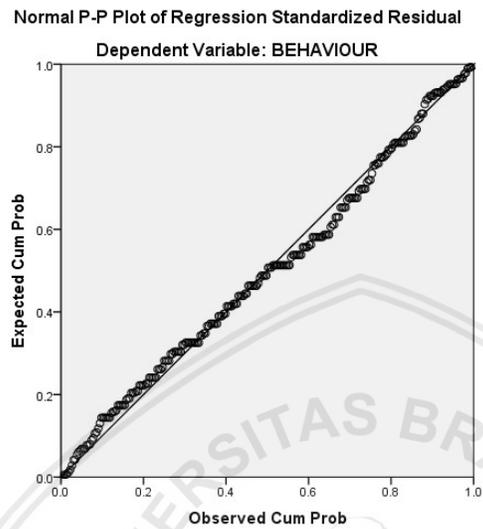
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.657	4

Lampiran 6. Hasil Uji Statistik Inferensial

1. Uji Normalitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		250
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.05635181
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.065
	Negative	-.047
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.013 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

2. Uji Linearitas

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
BEHAVIOUR * PERCEPTION	Between Groups	179.855	23	7.820	1.875	.011
	Linearity	69.583	1	69.583	16.683	.000
	Deviation from Linearity	110.272	22	5.012	1.202	.248
Within Groups		942.645	226	4.171		
Total		1122.500	249			

3. Uji Regresi Linear Sederhana

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	PERCEPTION ^b		Enter

a. Dependent Variable: BEHAVIOUR

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.249 ^a	.062	.058	.51512

a. Predictors: (Constant), PERCEPTION

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.349	1	4.349	16.389	.000 ^b
	Residual	65.807	248	.265		
	Total	70.156	249			

a. Dependent Variable: BEHAVIOUR

b. Predictors: (Constant), PERCEPTION

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
				Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.606	.291		8.972	.000
	PERCEPTION	.290	.072	.249	4.048	.000

a. Dependent Variable: BEHAVIOUR



Lampiran 7. Tabel F
Table of F-statistics P=0.05

df2 /df1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	22	24	26	28	30	35	40	45	50	60	70	80	100	200	500	1000	>1000	df1 /df2	
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70	8.69	8.68	8.67	8.67	8.66	8.65	8.64	8.63	8.62	8.62	8.60	8.59	8.59	8.58	8.57	8.57	8.56	8.55	8.54	8.53	8.53	8.54	3	
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86	5.84	5.83	5.82	5.81	5.80	5.79	5.77	5.76	5.75	5.75	5.73	5.72	5.71	5.70	5.69	5.68	5.67	5.66	5.65	5.64	5.63	5.63	4	
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62	4.60	4.59	4.58	4.57	4.56	4.54	4.53	4.52	4.50	4.50	4.48	4.46	4.45	4.44	4.43	4.42	4.42	4.41	4.39	4.37	4.37	4.36	5	
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94	3.92	3.91	3.90	3.88	3.87	3.86	3.84	3.83	3.82	3.81	3.79	3.77	3.76	3.75	3.74	3.73	3.72	3.71	3.69	3.68	3.67	3.67	6	
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51	3.49	3.48	3.47	3.46	3.44	3.43	3.41	3.40	3.39	3.38	3.36	3.34	3.33	3.32	3.30	3.29	3.29	3.27	3.25	3.24	3.23	3.23	7	
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22	3.20	3.19	3.17	3.16	3.15	3.13	3.12	3.10	3.09	3.08	3.06	3.04	3.03	3.02	3.01	2.99	2.99	2.97	2.95	2.94	2.93	2.93	8	
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01	2.99	2.97	2.96	2.95	2.94	2.92	2.90	2.89	2.87	2.86	2.84	2.83	2.81	2.80	2.79	2.78	2.77	2.76	2.73	2.72	2.71	2.71	9	
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85	2.83	2.81	2.80	2.79	2.77	2.75	2.74	2.72	2.71	2.70	2.68	2.66	2.65	2.64	2.62	2.61	2.60	2.59	2.56	2.55	2.54	2.54	10	
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72	2.70	2.69	2.67	2.66	2.65	2.63	2.61	2.59	2.58	2.57	2.55	2.53	2.52	2.51	2.49	2.48	2.47	2.46	2.43	2.42	2.41	2.41	11	
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62	2.60	2.58	2.57	2.56	2.54	2.52	2.51	2.49	2.48	2.47	2.44	2.43	2.41	2.40	2.38	2.37	2.36	2.35	2.32	2.31	2.30	2.30	12	
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53	2.51	2.50	2.48	2.47	2.46	2.44	2.42	2.41	2.39	2.38	2.36	2.34	2.33	2.31	2.30	2.28	2.27	2.26	2.23	2.22	2.21	2.21	13	
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46	2.44	2.43	2.41	2.40	2.39	2.37	2.35	2.33	2.32	2.31	2.28	2.27	2.25	2.24	2.22	2.21	2.20	2.19	2.16	2.14	2.14	2.13	14	
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40	2.38	2.37	2.35	2.34	2.33	2.31	2.29	2.27	2.25	2.23	2.22	2.20	2.19	2.18	2.16	2.15	2.14	2.12	2.10	2.08	2.07	2.07	15	
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35	2.33	2.32	2.30	2.29	2.28	2.25	2.24	2.22	2.21	2.19	2.17	2.15	2.14	2.12	2.11	2.09	2.08	2.07	2.04	2.02	2.02	2.01	2.01	16
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31	2.29	2.27	2.26	2.24	2.23	2.21	2.19	2.17	2.16	2.15	2.12	2.10	2.09	2.08	2.06	2.05	2.03	2.02	1.99	1.97	1.97	1.96	1.96	17
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27	2.25	2.23	2.22	2.20	2.19	2.17	2.15	2.13	2.12	2.11	2.08	2.06	2.05	2.04	2.02	2.00	1.99	1.98	1.95	1.93	1.92	1.92	1.92	18
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23	2.21	2.20	2.18	2.17	2.16	2.13	2.11	2.10	2.08	2.07	2.05	2.03	2.01	2.00	1.98	1.97	1.96	1.94	1.91	1.89	1.88	1.88	1.88	19
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.23	2.20	2.18	2.17	2.15	2.14	2.12	2.10	2.08	2.07	2.05	2.04	2.01	1.99	1.98	1.97	1.95	1.93	1.92	1.91	1.88	1.86	1.85	1.84	1.84	20
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15	2.13	2.11	2.10	2.08	2.07	2.05	2.03	2.01	2.00	1.98	1.96	1.94	1.92	1.91	1.89	1.88	1.86	1.85	1.82	1.80	1.79	1.78	1.78	22
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11	2.09	2.07	2.05	2.04	2.03	2.00	1.98	1.97	1.95	1.94	1.91	1.89	1.88	1.86	1.84	1.83	1.82	1.80	1.77	1.75	1.74	1.73	1.73	24
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07	2.05	2.03	2.02	2.00	1.99	1.97	1.95	1.93	1.91	1.90	1.87	1.85	1.84	1.82	1.80	1.79	1.77	1.75	1.73	1.71	1.70	1.69	1.69	26
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04	2.02	2.00	1.99	1.97	1.96	1.93	1.91	1.90	1.88	1.87	1.84	1.82	1.80	1.79	1.77	1.75	1.74	1.73	1.69	1.67	1.66	1.66	28	
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01	1.99	1.98	1.96	1.95	1.93	1.91	1.89	1.87	1.85	1.84	1.81	1.79	1.77	1.76	1.74	1.72	1.71	1.70	1.66	1.64	1.63	1.62	1.62	30
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.08	2.04	2.01	1.99	1.96	1.94	1.92	1.91	1.89	1.88	1.85	1.83	1.82	1.80	1.79	1.76	1.74	1.72	1.70	1.68	1.66	1.65	1.63	1.60	1.57	1.57	1.56	1.56	35
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92	1.90	1.89	1.87	1.85	1.84	1.81	1.79	1.77	1.76	1.74	1.72	1.69	1.67	1.66	1.64	1.62	1.61	1.59	1.55	1.53	1.52	1.51	1.51	40
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89	1.87	1.86	1.84	1.82	1.81	1.78	1.76	1.74	1.73	1.71	1.68	1.66	1.64	1.63	1.60	1.59	1.57	1.55	1.51	1.49	1.48	1.47	1.47	45
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87	1.85	1.83	1.81	1.80	1.78	1.76	1.74	1.72	1.70	1.69	1.66	1.63	1.61	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52	1.48	1.46	1.45	1.44	1.44	50
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84	1.82	1.80	1.78	1.76	1.75	1.72	1.70	1.68	1.66	1.65	1.62	1.59	1.57	1.56	1.53	1.52	1.50	1.48	1.44	1.41	1.40	1.39	1.39	60
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81	1.79	1.77	1.75	1.74	1.72	1.70	1.67	1.65	1.64	1.62	1.59	1.57	1.55	1.53	1.50	1.49	1.47	1.45	1.40	1.37	1.36	1.35	1.35	70
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79	1.77	1.75	1.73	1.72	1.70	1.68	1.65	1.63	1.62	1.60	1.57	1.54	1.52	1.51	1.48	1.46	1.45	1.43	1.38	1.35	1.34	1.33	1.33	80
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77	1.75	1.73	1.71	1.69	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.57	1.54	1.52	1.49	1.48	1.45	1.43	1.41	1.39	1.34	1.31	1.30	1.28	1.28	100
200	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72	1.69	1.67	1.66	1.64	1.62	1.60	1.57	1.55	1.53	1.52	1.48	1.46	1.43	1.41	1.39	1.36	1.35	1.32	1.26	1.22	1.21	1.19	1.19	200
500	3.86	3.01	2.62	2.39	2.23	2.12	2.03	1.96	1.90	1.85	1.81	1.77	1.74	1.71	1.69	1.66	1.64	1.62	1.61	1.59	1.56	1.54	1.52	1.50	1.48	1.45	1.42	1.40	1.38	1.35	1.32	1.30	1.28	1.21	1.16	1.14	1.12	1.12	500
1000	3.85	3.00	2.61	2.38	2.22	2.11	2.02	1.95	1.89	1.84																													

Lampiran 8. Tabel R

DISTRIBUSI NILAI r_{tabel} SIGNIFIKANSI 5% dan 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

Eka Nur Kamilah, 2015

Pengaruh keterampilan mengajar guru terhadap hasil belajar siswa pada mata pelajaran Akuntansi

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Lampiran 9. Dokumentasi Pembagian Tas Belanja Ramah Lingkungan











Lampiran 10. Curriculum Vitae

CURRICULUM VITAE

DATA PRIBADI	
Nama Lengkap	: Eldy Alfredo Baleya
Tempat, Tanggal Lahir	: Palu, 14 November 1997
Jenis Kelamin	: Laki-laki
Agama	: Kristen
Alamat	: Jln. Tg. Tururuka No. 45 Palu Selatan
Email	: eldybaleya@gmail.com
Telepon	: 087783081163



LATAR BELAKANG PENDIDIKAN	
SD Imanuel Palu	(2003-2009)
SMPN 2 Palu	(2009-2012)
SMAN Model Terpadu Madani Palu	(2012-2015)
Universitas Brawijaya	(2015-2019)

PENGALAMAN ORGANISASI	
Anggota Muda IMPALA UB	(2015)
Staff Muda Biro Humas Himapajak	(2015)
Anggota Biro Humas Himapajak FIA UB	(2016)
Anggota Divisi Kaderisasi IPPMST Malang	(2017)
Anggota Divisi Sos-Pel Tax Center FIA UB	(2017)
Koordinator Tax Center FIA UB	(2018)

KARYA ILMIAH	
Laporan Magang – Ashfaq Ghani Solution Surabaya	
Skripsi – Universitas Brawijaya	