



Persepsi Generasi Milenial dan Generasi Z Terhadap Penggunaan Tas Belanja

Isyana Nur Wulansari¹, Humaira Kanaya Zahrain², Fitri Padmawati³, Nurul Alifah Khairunnisa⁴

¹Sekolah Vokasi, Universitas Gajah Mada

^{2,3,4}Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Yogyakarta

Informasi Artikel

Diterima 29-04-2025
Direvisi 19-07-2025
Disetujui 26-09-2025

Kata Kunci:

Tas Belanja
Perilaku Konsumen
Generasi Z
Generasi Milenial

DOI: <https://doi.org/10.24114/jmic.v7i2.65224>

How to Cite:

Isyana Nur Wulansari, Humaira Kanaya Zahrain, Fitri Padmawati, & Nurul Alifah Khairunnisa. (2025). Persepsi Generasi Milenial dan Generasi Z Terhadap Penggunaan Tas Belanja. *Journal of Millennial Community*, 7(2), 97–114. Retrieved from <https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/jce/article/view/65224>

Copyright (c) 2025 Isyana Nur Wulansari, Humaira Kanaya Zahrain, Fitri Padmawati, Nurul Alifah Khairunnisa



ABSTRAK

Peningkatan tumpukan sampah plastik terus terjadi seiring masyarakat yang konsumtif akan kebutuhan sehari-hari yang berbahan serta produk dengan kemasan plastik. Sehingga menyebabkan sebuah permasalahan baru menumpuknya hasil sampah masyarakat yang tidak tertangani disebabkan tidak adanya proses pengolahan sampah dengan baik. Akan permasalahan tersebut, pada generasi milenial dan generasi Z membuat gerakan baru ialah adanya gerakan gaya hidup zero waste kaum milenial dan generasi Z yang dipromosikan pada media sosial, dimana hal tersebut merupakan gaya hidup bebas sampah serta memaksimalkan penggunaan produk agar tidak menghasilkan sampah. Melihat adanya gebrakan positif tersebut, tujuan penulis ialah untuk menganalisis penggunaan tas belanja oleh generasi Z dengan generasi milenial apakah terdapat perbedaan ataukah tidak. Adapun metode yang digunakan ialah, metode penelitian kualitatif dengan menggunakan data primer yang dikumpulkan dari pihak pertama, yang memungkinkan peneliti untuk mendapatkan tafsiran secara mendalam tentang penggunaan tas belanja di Kota Yogyakarta oleh konsumen generasi milenial dan generasi Z.

Penulis Koresponden:

Isyana Nur Wulansari
Sekip Unit 1, Blimbing Sari, Caturtunggal, Kabupaten Sleman, Yogyakarta
Email: isyananurwulansari@mail.ugm.ac.id

1. PENDAHULUAN

Peningkatan tumpukan sampah plastik terus terjadi seiring masyarakat yang konsumtif akan kebutuhan sehari-sehari yang berbahan serta produk dengan kemasan plastik (Satar et al., 2023). Dimana sampah plastik merupakan sisa limbah yang sangat sulit terurai, karena plastik sendiri berbahan dasar minyak bumi dan dengan ditambah bahan dasar lainnya yang menyebabkan tidak dapat terurai (Farin, 2021). Tidak seperti limbah dari buah, rumput, maupun kayu yang dapat terurai dengan cara melalui proses biodegradasi jika tertimbun di dalam tanah, yang dimana bahan-bahan tersebut mengalami penguraian, bahan-bahan tersebut diubah dengan bakteri di tanah dengan melalui beberapa proses sehingga menjadi senyawa yang berguna (Ratya & Herumurti, 2017).

Adapun pendapat ahli lainnya mengatakan bahwa, plastik merupakan salah satu produk turunan minyak bumi. Oleh karena itu, plastik mempunyai kandungan energi yang tinggi seperti bahan bakar pada umumnya seperti bensin, solar dan minyak tanah (Wajdi et al., 2020). Plastik merupakan material terbuat dari nafta yang merupakan produk turunan minyak bumi yang diperoleh melalui proses penyulingan. Karakteristik plastik memiliki ikatan kimia yang sangat kuat sehingga banyak material yang dipakai oleh masyarakat berasal dari plastik. Namun plastik merupakan material yang tidak bisa terdekomposisi secara alami (non biodegradable) sehingga setelah digunakan, material yang berbahan baku plastik akan menjadi sampah yang sulit diuraikan oleh mikroba tanah dan akan mencemari lingkungan (Novia, n.d.)

Adanya karakteristik plastik yang memiliki ikatan kimia yang sangat kuat, menjadikan plastik menjadi bahan yang erat kaitannya dengan kemasan produk. Hampir berbagai produk yang kita gunakan sehari-hari dikemas dengan menggunakan plastik. Dari barang yang dianggap kecil seperti halnya permen, juga menggunakan plastik sebagai kemasan dalam produknya. Hal tersebut menunjukkan bahwa plastik sangat melekat pada berbagai barang yang senantiasa ada dalam masyarakat maupun produk rumah tangga.

Banyaknya fungsi serta kemudahan dalam penggunaan plastik, proses produksi plastik juga membutuhkan berbagai zat yang secara umum disebut plasticizers ditambahkan guna menghasilkan produk plastik yang diinginkan seperti halnya bening, kuat maupun fleksibel. Berbagai bahan juga ditambahkan dalam produksi plastik menyesuaikan dengan jenis dan hasil plastik yang diinginkan. Namun plastik juga memiliki kekurangan yaitu sulitnya proses penguraian sampah plastik tersebut (Abidin et al., 2023). Dimana plastik merupakan polimer sintesis yang berasal dari produk sampingan minyak bumi. Monomer yang berasal dari minyak bumi digabungkan bersama (polimerisasi) untuk membuat plastik. Zat polimer ini tidak dapat dicerna atau diurai oleh mikroorganisme apapun serta plastik menjadi bahan yang produk yang tidak dapat terurai secara biologis.

Sehingga menjadi salah satu permasalahan yang seharusnya mampu diatasi, salah satunya dengan cara adanya upaya pengelolaan sampah yang baik (Wedayani,

2018). Urgensi masalah sampah ini sudah selayaknya menjadi perhatian semua kalangan. Menurut (Purwaningrum, 2016) manusia menghasilkan sampah organik sebanyak 60-70% dan 30-40%nya adalah sampah non organik, sementara itu dari komposisi terbanyak sampah non organik adalah sampah plastik sebesar 14%. Jumlah sampah plastik terbanyak dihasilkan dari sampah kantong plastik sekali pakai. Berdasarkan pada data Kementerian Lingkungan Hidup dan Kelautan dalam waktu satu tahun plastik hasil dari 100 toko atau anggota Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (APRINDO) mencapai 10,95 juta lembar sampah kantong plastik, setara dengan 65,7 hektar kantong plastik (Purwaningrum, 2016). Indonesia dapat menghasilkan sampah plastik di perairan sebanyak 187,2 juta ton dan menjadi negara dengan peringkat kedua setelah Cina (Dalilah, 2021)

Permasalahan sampah plastik merupakan masalah yang sulit terselesaikan dan diatasi hingga kini (Styana et al., 2019). Sementara itu dengan adanya pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat maka volume perkembangan sampah plastik juga akan semakin banyak menyesuaikan dengan angka pertumbuhan penduduk tersebut (Pratama, 2020). Hal tersebut menunjukkan bahwasanya, tidak adanya upaya yang tepat dalam mengolah sampah plastik sehingga menyebabkan penumpukan sampah di berbagai wilayah.

Pada saat ini pun, Daerah Yogyakarta sedang mengalami permasalahan darurat sampah dikarenakan adanya penutupan tempat pembuangan akhir di Piyungan Bantul, yang terjadi karena penumpukan sampah sebanyak 3 kali pada kurun waktu September 2022 - Januari 2023 (Fachrizal, n.d.). Adanya permasalahan tersebut, beberapa toko besar yang menyediakan kebutuhan sehari-hari di Yogyakarta seperti Mirota, Indomaret, Alfamart, dan Superindo sudah menyediakan penawaran bagi konsumen apakah akan menggunakan kantong belanja pribadi atau menggunakan kantong plastik namun dikenakan tarif tertentu (Almuhaymin & Jatiningrum, 2022). Sosialisasi urgensi penggunaan plastik juga dilakukan oleh pihak Mirota dalam desain kantong plastik yang menggambarkan tentang cara melindungi bumi melalui meminimalisir penggunaan kantong plastik. Sehingga telah banyak masyarakat yang mengupayakan mengurangi penggunaan plastik dengan cara berbelanja membawa kantong belanja pribadi.

Sebelum membahas keterkaitan antara penggunaan tas belanja dengan generasi Z maupun generasi milenial, pemahaman mengenai pengertian dari generasi Z dan generasi milenial dapat dijelaskan seperti menurut sejumlah penelitian terdahulu. Generasi Z adalah generasi yang lahir kisaran tahun 1997-2012 atau bisa disebut generasi internet yang dimana generasi Z ini tumbuh bersama dengan hadirnya smartphone, sosial media, dan internet yang digunakan sehari-hari atau seringkali disebut dengan generasi pasca-milenial (Hastini et al., 2020). Generasi milenial lahir antara tahun 1981 sampai 1996 (Kadir, 2022). Generasi milenial merupakan generasi yang tumbuh besar di masa peralihan teknologi analog ke digital, oleh karena adanya perbedaan yang signifikan antara generasi Z dan generasi milenial, penelitian ini bertujuan untuk membandingkan penggunaan kantong plastik di antara kedua generasi tersebut.

Penulis menyasar pada generasi milenial dan generasi Z karena melihat adanya gerakan gaya hidup zero waste kaum milenial dan generasi Z yang dipromosikan pada

media sosial. Berdasarkan hasil survei yang telah dilaksanakan oleh zero waste indonesia (2021) generasi milenial sebanyak 50% menganggap bahwa lingkungan adalah tanggung jawab mereka (Rahayu, n.d.). Menurut Hadisaputro & Hernawati, (2020) zero waste merupakan gaya hidup bebas sampah atau semua produk data digunakan lagi sehingga tidak ada produk yang terbuang atau menghasilkan sampah. Salah satu kegiatan baru yang dipromosikan ialah mengganti kantong plastik sekali pakai dengan tas belanja berbahan kain (Ismandar & Rohadatul 'Aisy, 2024). Melihat adanya hal tersebut, masyarakat semakin sadar akan pentingnya meminimalisir penggunaan sampah plastik sekali pakai guna sebagai bentuk upaya mengurangi penumpukan sampah. Melihat adanya gebrakan positif tersebut, penulis akan menganalisis penggunaan tas belanja oleh generasi Z dengan generasi milenial apakah terdapat perbedaan ataukah tidak.

2. METODE

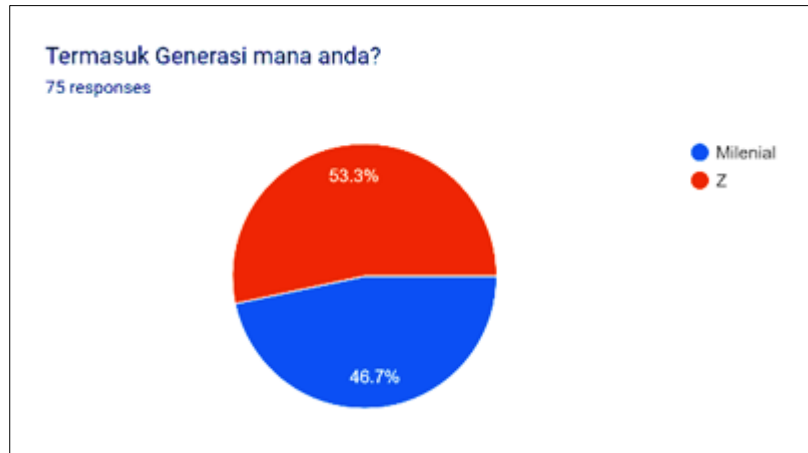
Metodologi penelitian kualitatif dalam pengumpulan data memiliki peran penting dalam penyusunan mini riset dalam konteks penelitian ilmiah. Metode ini bertujuan untuk memahami secara mendalam tentang suatu fenomena melalui berbagai perspektif individu atau kelompok yang mengalami. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan melakukan survei kepada generasi Z dan generasi Milenial sebagai sasaran kami. Survei kami lakukan dengan pembuatan google form yang kemudian disebarluaskan kepada generasi yang relevan. Dalam google form yang kami jadikan sebagai media kuisisioner ini kami membuat pertanyaan dengan tolak ukur skala likert dengan pernyataan “tidak pernah”, “jarang”, “serig”, dan “sangat sering” untuk mengetahui frekuensi generasi Z dan Milenial dalam kegiatannya yang berhubungan dengan tas belanja. Kami juga memfasilitasi jawaban singkat sebagai jawaban tambahan agar sesuai dengan pendapat responden.

Dari hasil skala dan jawaban singkat responden, peneliti melihat hasil data dengan membandingkan jawaban yang serupa. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan pendekatan tematik, dimana pola-pola tematik dan konsep-konsep utama dalam data diidentifikasi dan dianalisis secara mendalam (Rifa'i, 2023). Dari data yang berbentuk diagram dan pendapat responden tersebut kami mengolahnya menjadi sebuah data baru yang menyimpulkan soal perilaku masyarakat Yogyakarta terkhususnya generasi Z dan Milenial soal persepsi penggunaan tas belanja. Penelitian ini kami lakukan selama 4 bulan yang berlokasi di Kota Yogyakarta dengan sasaran generasi Z dan generasi Milenial.

3. HASIL & PEMBAHASAN

Pada kuesioner yang telah disebarluaskan, terdapat total sepuluh pertanyaan yang dirancang untuk mengumpulkan data mengenai identifikasi generasi dari para responden, yang bertujuan untuk mengkategorikan dan menganalisis jawaban berdasarkan kelompok generasi mereka. Selain itu, kuesioner ini juga memuat sembilan pertanyaan lainnya yang terdiri dari pertanyaan deskriptif serta pertanyaan yang dapat dipilih secara opsional oleh para peserta. Dari hasil pengisian kuesioner,

terungkap bahwa mayoritas responden berasal dari generasi Z, sementara responden dari generasi Milenial relatif lebih sedikit.



Gambar 1. Diagram generasi responden

Salah satu fokus utama dari kuesioner adalah pertanyaan mengenai pandangan responden terhadap kebijakan penggunaan kantong plastik berbayar. Pertanyaan ini dirancang untuk menggali sejauh mana responden mengapresiasi dan menilai efektivitas kebijakan tersebut dalam konteks pengurangan penggunaan kantong plastik di kalangan masyarakat. Melalui pertanyaan ini, peneliti ingin memperoleh wawasan mendalam tentang sikap masyarakat terhadap langkah-langkah yang diambil untuk mengurangi ketergantungan pada kantong plastik sekali pakai. Berdasarkan jawaban yang diberikan, mayoritas responden menganggap bahwa penerapan kebijakan kantong plastik berbayar cukup efektif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat untuk menggunakan kantong belanja yang dapat dipakai kembali, ketimbang harus membayar untuk kantong plastik sekali pakai. Mereka berpendapat bahwa kebijakan ini memberikan dorongan tambahan bagi konsumen untuk membawa kantong belanja sendiri, yang dianggap sebagai langkah positif menuju pengurangan sampah plastik. Responden merasa bahwa dengan adanya biaya tambahan untuk kantong plastik, masyarakat terdorong untuk memikirkan kembali kebiasaan mereka dan memilih alternatif yang lebih ramah lingkungan.

Namun, ada juga pandangan dari sebagian responden yang merasa bahwa efektivitas kebijakan ini masih perlu ditingkatkan. Mereka berpendapat bahwa menaikkan harga kantong plastik berbayar akan lebih memotivasi masyarakat untuk beralih ke penggunaan kantong belanja yang dapat dipakai kembali. Meskipun kebijakan ini sudah diterapkan di beberapa toko, masih banyak masyarakat yang terus membeli kantong plastik berbayar, sehingga efektivitasnya dalam mengurangi sampah plastik dianggap belum memadai. Beberapa responden merasa bahwa harga yang dikenakan saat ini belum cukup tinggi untuk membuat perbedaan signifikan dalam perilaku konsumen.

Di luar konteks pengurangan sampah plastik, beberapa responden juga mengungkapkan kekhawatiran bahwa kebijakan kantong plastik berbayar justru dimanfaatkan oleh toko atau swalayan sebagai strategi untuk meningkatkan keuntungan mereka. Mereka merasa bahwa kebijakan ini mungkin lebih fokus pada keuntungan ekonomi daripada upaya nyata untuk melindungi lingkungan. Ada

kekhawatiran bahwa toko-toko yang menerapkan kebijakan ini mungkin tidak benar-benar berkomitmen pada prinsip perlindungan lingkungan, melainkan melihatnya sebagai kesempatan untuk menambah pendapatan. Sebagai contoh, beberapa responden menyatakan: “Tidak bagus jika kantong plastik berbayar karena hal itu hanya untuk menambah keuntungan bagi toko/swalayan yang menerapkan hal itu.” Pendapat ini menunjukkan adanya ketidakpuasan terhadap implementasi kebijakan yang dianggap tidak sejalan dengan tujuan lingkungan yang sebenarnya, dan menggarisbawahi perlunya peninjauan lebih lanjut terhadap cara kebijakan ini diterapkan dan diawasi. Pada kuesioner juga terdapat pernyataan lain yang bersifat opsional dimana terdapat sembilan pertanyaan guna mengidentifikasi perbedaan penggunaan kantong belanja di kalangan generasi Z serta generasi milenial. Adapun hasil dari kuesioner dapat disebutkan sebagai berikut.



Gambar 2. Diagram penggunaan tas belanja

Persentase pada pertanyaan “Seberapa sering Anda menggunakan tas saat berbelanja” menunjukkan hasil yang mencerminkan perbedaan perilaku antara generasi dalam menggunakan kantong belanja. Dari total responden, sebanyak 39 orang memilih opsi “jarang,” yang terdiri dari 20 responden dari generasi Z dan 19 dari generasi Milenial. Ini menunjukkan bahwa, secara keseluruhan, ada kecenderungan bahwa penggunaan tas belanja tidak terlalu sering dilakukan, tetapi dengan proporsi yang hampir seimbang antara kedua generasi tersebut.

Sementara itu, 31 responden memilih opsi “sering,” yang terdiri dari 14 responden dari generasi Z dan 17 dari generasi Milenial. Angka ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden dari kedua generasi ini menunjukkan kecenderungan yang cukup positif terhadap penggunaan kantong belanja, meskipun jumlahnya sedikit lebih tinggi pada generasi Milenial dibandingkan dengan generasi Z. Hal ini mencerminkan bahwa meskipun generasi Z juga menggunakan tas belanja, frekuensinya sedikit lebih rendah dibandingkan dengan generasi Milenial. Lebih lanjut, terdapat 3 responden yang memilih opsi “tidak pernah,” dan responden ini didominasi oleh generasi Z. Ini menunjukkan bahwa ada segmen kecil dalam generasi Z yang benar-benar tidak

menggunakan kantong belanja sama sekali. Terakhir, 2 responden memilih opsi "sangat sering," dan kedua responden ini berasal dari generasi Milenial. Pilihan ini menyoroti bahwa meskipun sedikit, ada bagian dari generasi Milenial yang secara konsisten menggunakan kantong belanja setiap kali mereka berbelanja.

Hasil dari kuisisioner ini secara keseluruhan menunjukkan bahwa generasi Z cenderung menggunakan kantong belanja dengan frekuensi yang lebih rendah dibandingkan dengan generasi Milenial. Generasi Milenial, di sisi lain, menunjukkan pola penggunaan yang lebih konsisten dan lebih sering. Dominasi pilihan opsi "sangat sering" dan "sering" oleh generasi Milenial memperkuat pandangan bahwa mereka lebih berkomitmen untuk menggunakan kantong belanja dalam kegiatan belanja mereka. Sebaliknya, generasi Z, meskipun juga menggunakan kantong belanja, melakukannya dengan frekuensi yang lebih rendah, yang mungkin menunjukkan perbedaan kebiasaan atau kesadaran lingkungan antara kedua generasi tersebut.



Gambar 3. diagram prioritas penggunaan kantong belanja

Persentase pada pertanyaan "Seberapa sering Anda memprioritaskan penggunaan kantong belanja dibandingkan dengan kantong plastik saat berbelanja?" mengungkapkan beberapa pola menarik terkait kebiasaan belanja antara generasi Z dan generasi Milenial. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa 32 responden memilih opsi "jarang," yang terdiri dari 19 responden dari generasi Z dan 13 dari generasi Milenial. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden dari kedua generasi ini cenderung tidak memprioritaskan penggunaan kantong belanja dibandingkan dengan kantong plastik. Namun, dominasi dari generasi Z pada pilihan ini menunjukkan bahwa mereka lebih sering memilih opsi "jarang" dibandingkan dengan generasi Milenial, yang menunjukkan bahwa generasi Z cenderung kurang memprioritaskan penggunaan kantong belanja berulang.

Di sisi lain, 32 responden memilih opsi "sering," dengan rincian 15 responden dari generasi Z dan 17 dari generasi Milenial. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ada sebagian dari generasi Z yang sering memprioritaskan penggunaan kantong belanja, generasi Milenial lebih cenderung memilih opsi ini dengan frekuensi yang lebih tinggi. Pilihan ini mengindikasikan bahwa generasi Milenial memiliki kecenderungan yang lebih besar untuk memprioritaskan penggunaan kantong belanja, dibandingkan dengan generasi Z yang relatif lebih rendah dalam hal ini.

Selanjutnya, terdapat 7 responden yang memilih opsi "sangat sering," dengan 4 responden berasal dari generasi Z dan 3 dari generasi Milenial. Meskipun jumlahnya kecil, hasil ini menunjukkan bahwa ada sebagian kecil dari kedua generasi yang secara konsisten memprioritaskan penggunaan kantong belanja. Namun, proporsi yang hampir sama dari kedua generasi menunjukkan bahwa meskipun generasi Milenial sedikit lebih banyak dalam hal ini, generasi Z juga memiliki segmen yang menunjukkan kepedulian tinggi terhadap penggunaan kantong belanja. Terakhir, 4 responden memilih opsi "tidak pernah," dengan seimbang yaitu 2 responden dari generasi Z dan 2 dari generasi Milenial. Ini menunjukkan bahwa ada bagian dari kedua generasi yang tidak pernah memprioritaskan penggunaan kantong belanja, memilih untuk menggunakan kantong plastik dalam semua situasi belanja mereka.

Dari hasil kuesioner ini, tampak jelas bahwa generasi Z, secara umum, jarang memprioritaskan penggunaan kantong belanja dibandingkan kantong plastik, seperti yang terlihat pada dominasi mereka pada opsi "jarang." Sebaliknya, generasi Milenial menunjukkan kecenderungan yang lebih tinggi untuk memprioritaskan kantong belanja, terutama yang tercermin dalam jumlah mereka yang memilih opsi "sering." Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa generasi Milenial lebih konsisten dan sering memprioritaskan penggunaan kantong belanja dibandingkan dengan generasi Z, menandakan adanya perbedaan dalam kebiasaan belanja dan kesadaran lingkungan antara kedua generasi tersebut.



Gambar 4. diagram frekuensi mendaur ulang kantong plastik

Persentase pada pertanyaan "Seberapa sering Anda mendaur ulang kantong plastik?" mengungkapkan berbagai pola perilaku di antara generasi Z dan generasi Milenial terkait kebiasaan mendaur ulang. Dari total responden, sebanyak 26 orang memilih opsi "tidak pernah," dengan distribusi yang seimbang antara generasi Z dan generasi Milenial, yaitu 13 responden dari masing-masing generasi. Hasil ini menunjukkan bahwa ada proporsi yang signifikan dari kedua generasi yang tidak terlibat dalam proses daur ulang kantong plastik, menandakan bahwa kebiasaan ini belum menjadi prioritas bagi banyak individu dari kedua kelompok usia.

Sebanyak 20 responden memilih opsi "sering," yang terdiri dari 11 responden dari generasi Z dan 9 responden dari generasi Milenial. Walaupun jumlah responden yang memilih opsi ini tidak terlalu besar, data menunjukkan bahwa ada sebagian orang dari kedua generasi yang secara rutin melakukan daur ulang kantong plastik, dengan generasi Z sedikit lebih mendominasi dalam kategori ini dibandingkan dengan generasi Milenial. Namun, 19 responden memilih opsi "jarang," dengan rincian 13 responden dari generasi Z dan 6 dari generasi Milenial. Hasil ini memperlihatkan bahwa mayoritas responden dari generasi Z cenderung jarang mendaur ulang kantong plastik dibandingkan dengan generasi Milenial. Persentase yang lebih tinggi pada kategori "jarang mendaur ulang" di kalangan generasi Z menunjukkan bahwa kebiasaan daur ulang masih menjadi tantangan bagi mereka, dan mereka kurang terlibat dalam praktik tersebut dibandingkan dengan generasi Milenial.

Terakhir, terdapat 10 responden yang memilih opsi "sangat sering," dengan 4 responden berasal dari generasi Z dan 6 dari generasi Milenial. Meskipun jumlah totalnya lebih kecil, data ini menunjukkan bahwa ada sebagian dari generasi Milenial yang secara konsisten mendaur ulang kantong plastik, lebih banyak dibandingkan dengan generasi Z. Kategori "sangat sering mendaur ulang" memiliki persentase yang lebih tinggi pada generasi Milenial, menunjukkan bahwa mereka memiliki kecenderungan yang lebih besar untuk terlibat dalam praktik daur ulang.

Dari hasil kuesioner ini, dapat disimpulkan bahwa generasi Milenial cenderung lebih sering mendaur ulang kantong plastik dibandingkan dengan generasi Z. Hal ini terlihat dari persentase tertinggi pada kategori "jarang mendaur ulang" yang didominasi oleh generasi Z (68%), serta kecenderungan lebih banyak dari generasi Milenial pada kategori "sangat sering mendaur ulang" (60%). Meskipun jumlah total responden pada kategori "sangat sering mendaur ulang" lebih kecil, generasi Milenial menunjukkan keterlibatan yang lebih konsisten dalam mendaur ulang kantong plastik, sehingga secara keseluruhan, generasi Milenial menunjukkan komitmen yang lebih besar terhadap daur ulang dibandingkan dengan generasi Z.



Gambar 5. Diagram frekuensi ajakan menggunakan kantong belanja

Persentase pada pertanyaan "Seberapa sering Anda mengajak orang lain untuk menggunakan kantong belanja daripada kantong plastik?" mengungkapkan berbagai pola keterlibatan antara generasi Z dan generasi Milenial dalam mempromosikan penggunaan kantong belanja. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa 40 responden

memilih opsi "jarang," yang terdiri dari 25 responden dari generasi Z dan 15 dari generasi Milenial. Angka ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dari kedua generasi, terutama generasi Z, jarang mengajak orang lain untuk beralih dari kantong plastik ke kantong belanja. Persentase yang tinggi pada opsi "jarang" di kalangan generasi Z (62,5%) menandakan bahwa mereka cenderung kurang aktif dalam mendorong penggunaan kantong belanja dibandingkan dengan generasi Milenial.

Sebanyak 18 responden memilih opsi "sering," dengan distribusi yang seimbang antara generasi Z dan generasi Milenial, yaitu masing-masing 9 responden. Meskipun jumlah ini menunjukkan bahwa ada kelompok kecil dari kedua generasi yang secara rutin mengajak orang lain untuk menggunakan kantong belanja, angka tersebut tidak mencerminkan keterlibatan yang sangat luas atau signifikan di antara keduanya. 13 responden memilih opsi "tidak pernah," dengan rincian 4 dari generasi Z dan 9 dari generasi Milenial. Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun ada sebagian kecil dari generasi Z yang tidak pernah mengajak orang lain, jumlahnya relatif lebih rendah dibandingkan dengan generasi Milenial. Ini menunjukkan bahwa generasi Milenial memiliki kecenderungan yang lebih besar untuk tidak terlibat dalam kegiatan mengajak orang lain, tetapi mereka juga menunjukkan beberapa tingkat ketidakterlibatan yang lebih tinggi dalam opsi ini dibandingkan dengan generasi Z. 4 responden memilih opsi "sangat sering," dengan 1 responden berasal dari generasi Z dan 3 dari generasi Milenial. Meskipun jumlahnya kecil, data ini mengindikasikan bahwa ada sebagian kecil dari generasi Milenial yang secara konsisten mengajak orang lain untuk menggunakan kantong belanja. Persentase ini, meskipun rendah, menunjukkan bahwa generasi Milenial lebih aktif dalam hal ini dibandingkan dengan generasi Z.

Berdasarkan hasil kuesioner ini, dapat disimpulkan bahwa generasi Milenial secara keseluruhan lebih aktif dalam mengajak orang lain untuk menggunakan kantong belanja dibandingkan dengan generasi Z. Hal ini terlihat dari persentase lebih tinggi pada kategori "tidak pernah mengajak" dan "sangat sering mengajak" di kalangan generasi Milenial, yang menunjukkan bahwa mereka lebih terlibat dalam mempromosikan penggunaan kantong belanja. Sebaliknya, generasi Z menunjukkan kecenderungan yang lebih tinggi untuk jarang mengajak orang lain, dengan persentase yang signifikan (62,5%) di kategori "jarang" dan rendahnya persentase di kategori "sangat sering mengajak" (25%). Dengan demikian, generasi Milenial dapat dianggap sebagai kelompok yang lebih dominan dalam hal mengajak orang lain untuk beralih dari kantong plastik ke kantong belanja.



Gambar 6. Diagram penggunaan kantong plastik dapat mempengaruhi lingkungan

Persentase pada pertanyaan “Apakah Anda merasa bahwa penggunaan kantong plastik dapat mempengaruhi lingkungan?” mengungkapkan pandangan yang sangat konsisten di antara para responden terkait dampak lingkungan dari kantong plastik. Dari total responden, sebanyak 74 orang memilih opsi "ya," yang mencerminkan kesadaran luas tentang dampak negatif kantong plastik terhadap lingkungan. Di antara 74 responden ini, terdapat 39 orang dari generasi Z dan 35 orang dari generasi Milenial. Persentase ini menunjukkan bahwa generasi Z, dengan jumlah 39 responden, sedikit lebih banyak dibandingkan dengan generasi Milenial yang berjumlah 35 responden. Hal ini berarti bahwa lebih dari separuh responden dari generasi Z (52,7%) dan hampir separuh responden dari generasi Milenial (47,3%) sepakat bahwa penggunaan kantong plastik berdampak buruk pada lingkungan.

Data ini mengindikasikan bahwa hampir semua responden dari kedua generasi memiliki kesadaran yang tinggi mengenai isu lingkungan yang terkait dengan kantong plastik. Generasi Z, dalam hal ini, menunjukkan tingkat kesadaran yang sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan generasi Milenial, meskipun perbedaannya tidak terlalu signifikan. Pandangan ini menunjukkan adanya konsensus yang kuat di antara kedua kelompok usia mengenai dampak negatif kantong plastik terhadap lingkungan, dengan mayoritas responden memahami pentingnya isu ini.

Hanya satu responden, yang berasal dari generasi Z, memilih opsi "tidak," menunjukkan ketidaksetujuan terhadap pandangan bahwa kantong plastik mempengaruhi lingkungan. Meskipun satu suara ini tampaknya minoritas, itu menunjukkan bahwa ada sedikit keraguan atau perbedaan pandangan di kalangan generasi Z tentang dampak lingkungan dari kantong plastik. Namun, jumlah ini sangat kecil dibandingkan dengan total responden yang merasa bahwa kantong plastik memang memiliki dampak lingkungan yang signifikan.

Secara keseluruhan, hasil dari pertanyaan ini menunjukkan bahwa terdapat kesadaran yang luas dan kuat di antara responden tentang dampak penggunaan kantong plastik terhadap lingkungan. Generasi Z, dengan sedikit lebih banyak suara daripada generasi Milenial, menunjukkan bahwa kesadaran tentang isu lingkungan ini mungkin sedikit lebih menonjol di kalangan mereka. Namun, secara umum, hampir semua responden dari kedua generasi sepakat bahwa penggunaan kantong plastik dapat mempengaruhi lingkungan secara negatif, mencerminkan tingkat kesadaran lingkungan yang tinggi di kedua kelompok usia.



Gambar 7. Diagram kesulitan dalam belanja jika tidak menggunakan kantong plastik

Persentase pada pertanyaan “Apakah Anda merasa kesulitan saat berbelanja jika tidak menggunakan kantong plastik?” mengungkapkan perbedaan dalam pengalaman dan persepsi antara generasi Z dan generasi Milenial terkait penggunaan kantong plastik saat berbelanja. Hasil survei menunjukkan bahwa 46 responden memilih opsi "tidak," yang berarti mereka merasa tidak kesulitan saat berbelanja tanpa kantong plastik. Dari jumlah tersebut, 20 responden berasal dari generasi Z dan 26 dari generasi Milenial. Persentase ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dari kedua generasi tidak merasa terhambat oleh ketiadaan kantong plastik, dengan generasi Milenial menunjukkan angka yang sedikit lebih tinggi, yaitu 56,5%, dibandingkan dengan generasi Z yang mencatat 43,5%. Hal ini mencerminkan bahwa generasi Milenial cenderung merasa lebih nyaman berbelanja tanpa menggunakan kantong plastik.

Sebaliknya, 29 responden memilih opsi "ya," menunjukkan bahwa mereka merasa kesulitan saat berbelanja tanpa kantong plastik. Di antara responden yang merasa kesulitan ini, terdapat 20 orang dari generasi Z, yang menyumbang 69% dari total responden yang merasa kesulitan, dan 9 orang dari generasi Milenial, yang mencakup 31%. Hasil ini menandakan bahwa generasi Z mengalami kesulitan yang lebih besar dalam berbelanja tanpa kantong plastik dibandingkan dengan generasi Milenial. Kecenderungan ini menunjukkan bahwa generasi Z mungkin lebih bergantung pada kantong plastik dalam proses belanja mereka atau mungkin menghadapi tantangan yang lebih besar dalam mencari alternatif yang sesuai.

Secara keseluruhan, data ini menggambarkan perbedaan pengalaman antara generasi terkait penggunaan kantong plastik saat berbelanja. Generasi Z, dengan persentase yang lebih tinggi merasa kesulitan tanpa kantong plastik, menunjukkan bahwa mereka mungkin belum sepenuhnya beradaptasi dengan praktik belanja tanpa kantong plastik. Di sisi lain, generasi Milenial menunjukkan kecenderungan yang lebih besar untuk merasa tidak kesulitan tanpa kantong plastik, menandakan bahwa mereka mungkin sudah lebih terbiasa atau lebih terbuka terhadap alternatif lain. Kesimpulan ini mencerminkan perbedaan dalam kebiasaan dan adaptasi terhadap

perubahan dalam praktik belanja di antara kedua generasi, dengan generasi Milenial lebih siap beradaptasi dengan berbelanja tanpa kantong plastik dibandingkan dengan generasi Z.



Gambar 8. Diagram frekuensi penggunaan kantong plastik saat membeli barang dalam jumlah besar

Persentase pada pertanyaan “Apakah Anda sering menggunakan kantong plastik saat membeli barang dalam jumlah besar?” mengungkapkan perbedaan signifikan dalam pola penggunaan kantong plastik antara generasi Z dan generasi Milenial. Dari total responden, 47 orang memilih opsi "ya," yang berarti mereka sering menggunakan kantong plastik ketika berbelanja barang dalam jumlah besar. Dari jumlah ini, terdapat 30 responden dari generasi Z dan 17 responden dari generasi Milenial. Persentase ini menunjukkan bahwa generasi Z mendominasi dalam hal sering menggunakan kantong plastik, dengan proporsi mencapai 63,8%, dibandingkan dengan generasi Milenial yang hanya mencapai 36,2%. Ini menandakan bahwa generasi Z memiliki kecenderungan yang lebih tinggi untuk menggunakan kantong plastik dalam situasi belanja yang melibatkan pembelian dalam jumlah besar.

Sebaliknya, 28 responden memilih opsi "tidak," menunjukkan bahwa mereka tidak sering menggunakan kantong plastik dalam situasi yang sama. Di antara mereka yang memilih opsi ini, terdapat 10 responden dari generasi Z dan 18 responden dari generasi Milenial. Persentase ini menunjukkan bahwa generasi Milenial lebih dominan di kategori ini, dengan proporsi mencapai 64,3%, sedangkan generasi Z hanya mencatat 35,7%. Hal ini mengindikasikan bahwa generasi Milenial cenderung lebih jarang menggunakan kantong plastik untuk pembelian barang dalam jumlah besar dibandingkan dengan generasi Z.

Dari data ini, dapat disimpulkan bahwa generasi Z menunjukkan kecenderungan yang lebih kuat untuk menggunakan kantong plastik dalam situasi belanja yang melibatkan pembelian barang dalam jumlah besar. Hal ini mungkin mencerminkan kebiasaan belanja atau preferensi tertentu dalam cara mereka mengelola pembelian besar. Di sisi lain, generasi Milenial, dengan kecenderungan yang lebih besar untuk tidak menggunakan kantong plastik dalam situasi yang sama, menunjukkan adanya kemungkinan kesadaran yang lebih tinggi atau preferensi terhadap alternatif pengemasan yang lebih ramah lingkungan. Secara keseluruhan,

perbedaan ini menyoroti variasi dalam kebiasaan belanja dan penggunaan kantong plastik antara kedua generasi, dengan generasi Z lebih sering menggunakan kantong plastik dalam situasi belanja besar, sedangkan generasi Milenial lebih memilih untuk mengurangi penggunaan kantong plastik dalam konteks tersebut.



Gambar 9. Diagram frekuensi penggunaan kantong plastik jika hanya membeli satu barang

Persentase para responden pada pertanyaan “Jika Anda hanya membeli 1 barang kecil dan tidak membawa tas belanja, apakah Anda akan menggunakan plastik?” menunjukkan pola yang menarik terkait kebiasaan dan preferensi penggunaan kantong plastik di antara responden dari generasi Z dan generasi Milenial. Dari total responden, sebanyak 67 orang memilih opsi “tidak,” yang berarti mereka tidak akan menggunakan kantong plastik dalam situasi tersebut. Dari jumlah ini, 35 responden berasal dari generasi Z, sementara 32 responden berasal dari generasi Milenial. Persentase ini mencerminkan bahwa mayoritas responden, yakni 89,3%, memilih untuk tidak menggunakan kantong plastik ketika hanya membeli satu barang kecil dan tidak membawa tas belanja. Hal ini menunjukkan tingkat kesadaran dan kepedulian yang tinggi terhadap pengurangan penggunaan plastik, bahkan dalam situasi yang tampaknya tidak memerlukan tas belanja tambahan.

Di sisi lain, hanya 8 responden yang memilih opsi “ya,” menunjukkan bahwa mereka akan menggunakan kantong plastik dalam situasi tersebut. Dari jumlah ini, 5 responden berasal dari generasi Z dan 3 dari generasi Milenial. Persentase ini menunjukkan bahwa hanya 10,7% responden yang memilih untuk menggunakan plastik dalam kondisi ini. Meskipun jumlahnya relatif kecil, data ini mengindikasikan bahwa ada sebagian kecil dari kedua generasi yang masih cenderung memilih kantong plastik meskipun mereka hanya membeli satu barang kecil dan tidak membawa tas belanja.

Secara keseluruhan, hasil survei ini menegaskan bahwa baik generasi Z maupun generasi Milenial cenderung untuk tidak menggunakan kantong plastik ketika hanya membeli satu barang kecil dan tidak membawa tas belanja. Persentase tinggi responden yang memilih opsi “tidak” menunjukkan adanya kesadaran dan perhatian terhadap pengurangan penggunaan plastik di kalangan kedua generasi.

Meskipun ada sedikit perbedaan dalam jumlah responden yang memilih opsi "ya" antara generasi Z dan generasi Milenial, secara umum, kedua generasi menunjukkan sikap yang serupa dalam hal penghindaran penggunaan kantong plastik dalam situasi belanja yang tidak memerlukan pengemasan tambahan. Dengan demikian, hasil ini mencerminkan kecenderungan positif di antara kedua kelompok usia untuk mengurangi penggunaan plastik dan lebih memilih untuk menghindarinya dalam konteks yang tidak terlalu mendesak.



Gambar 10. Diagram pemakaian tas belanja dianggap merepotkan

Persentase pada pertanyaan "Apakah menurut Anda pemakaian kantong belanja merupakan hal yang merepotkan?" menunjukkan pandangan yang konsisten antara generasi Z dan generasi Milenial mengenai penggunaan kantong belanja. Hasil survei menunjukkan bahwa 68 responden memilih opsi "tidak," yang berarti mereka tidak merasa bahwa penggunaan kantong belanja adalah hal yang merepotkan. Dari jumlah ini, terdapat pembagian yang seimbang antara generasi Z dan generasi Milenial, masing-masing dengan 34 responden. Persentase ini mencerminkan bahwa mayoritas responden, yaitu 90,7%, merasa bahwa pemakaian kantong belanja tidak menimbulkan kerepotan. Ini menunjukkan bahwa baik generasi Z maupun generasi Milenial memiliki pandangan yang serupa mengenai kenyamanan dan kemudahan penggunaan kantong belanja saat berbelanja.

Di sisi lain, hanya 7 responden yang memilih opsi "ya," yang menunjukkan bahwa mereka merasa penggunaan kantong belanja adalah hal yang merepotkan. Dari jumlah ini, 6 responden berasal dari generasi Z dan hanya 1 responden berasal dari generasi Milenial. Persentase ini mengindikasikan bahwa hanya 9,3% responden yang merasa bahwa penggunaan kantong belanja menyulitkan mereka, dengan mayoritas ketidaknyamanan tersebut berasal dari generasi Z. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun sebagian kecil responden merasa penggunaan kantong belanja merepotkan, pandangan ini tidak mewakili opini mayoritas.

Secara keseluruhan, hasil dari survei ini menunjukkan bahwa ada kesepakatan luas di antara kedua generasi bahwa penggunaan kantong belanja tidak dianggap merepotkan. Mayoritas responden dari generasi Z maupun generasi Milenial menganggap bahwa membawa kantong belanja saat berbelanja adalah hal yang praktis dan tidak menambah kesulitan. Hanya sebagian kecil responden yang merasa sebaliknya, dan mereka terutama berasal dari generasi Z. Dengan demikian, dapat

disimpulkan bahwa baik generasi Z maupun generasi Milenial cenderung memiliki pandangan yang positif terhadap penggunaan kantong belanja, melihatnya sebagai hal yang tidak merepotkan dan praktis dalam kegiatan berbelanja mereka.

4. KESIMPULAN

Peningkatan tumpukan sampah plastik terus terjadi seiring masyarakat yang konsumtif akan kebutuhan sehari-sehari yang berbahan serta produk dengan kemasan plastik. Adanya permasalahan tersebut, beberapa toko besar yang menyediakan kebutuhan sehari-hari di Yogyakarta seperti Mirota, Indomaret, Alfamart, dan Superindo sudah menyediakan penawaran bagi konsumen apakah akan menggunakan kantong belanja pribadi atau menggunakan kantong plastik meskipun nantinya akan dikenakan tarif tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan penggunaan kantong plastik di antara generasi milenial dan generasi Z dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Penggunaan kantong belanja dapat menyebabkan pro kontra antara dua generasi tersebut. Mengacu pada hasil penelitian bahwasanya dari kuesioner yang disebar, teridentifikasi bahwa mayoritas responden berasal dari generasi Z, sementara generasi Milenial berpartisipasi dalam jumlah yang lebih sedikit.

Secara umum, baik generasi Z maupun Milenial mendukung kebijakan kantong plastik berbayar, dengan sebagian besar responden menganggap kebijakan ini cukup efektif dalam mengurangi penggunaan kantong plastik. Kebijakan ini dinilai mampu meningkatkan kesadaran masyarakat untuk membawa kantong belanja sendiri dan mengurangi ketergantungan pada kantong plastik sekali pakai. Dalam hal perilaku penggunaan kantong belanja, penelitian ini menunjukkan bahwa generasi Milenial lebih sering dan lebih konsisten menggunakan kantong belanja dibandingkan dengan generasi Z. Generasi Milenial juga lebih sering mendaur ulang kantong plastik dan lebih aktif mengajak orang lain untuk beralih ke kantong belanja daripada kantong plastik. Sebaliknya, generasi Z cenderung lebih jarang menggunakan kantong belanja dan kurang aktif dalam mempromosikan penggunaannya kepada orang lain.. Mayoritas responden dari kedua generasi menyatakan bahwa menggunakan kantong belanja tidaklah merepotkan, menandakan penerimaan yang luas terhadap penggunaan kantong belanja sebagai alternatif yang lebih ramah lingkungan.

Jadi, meskipun terdapat perbedaan perilaku antara generasi Z dan Milenial, keduanya menunjukkan kesadaran lingkungan yang signifikan, terutama terkait dampak negatif kantong plastik. Generasi Milenial cenderung lebih proaktif dalam mengurangi penggunaan plastik, sementara generasi Z menunjukkan potensi untuk lebih terlibat dalam upaya ini dengan dukungan dan dorongan yang tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, N., Wahdaniar, Febrianti, N., & Syarifah, S. M. (2023). Pengurai Sampah Plastik Ramah Lingkungan. *Bincang Sains Dan Teknologi*, 2(02), Article 02. <https://doi.org/10.56741/Bst.V2i02.339>
- Almuhaymin, R., & Jatiningrum, W. S. (2022). Pengembangan Model Theory Of Planned Behavior Untuk Analisis Niat Menggunakan Tas Belanja Ramah Lingkungan Pada Supermarket Modern. *Jurnal Rekavasi*, 10(2), 11–20. <https://doi.org/10.34151/Rekavasi.V10i2.4031>
- Dalilah, E. A. (2021). Dampak Sampah Plastik Terhadap Kesehatan Dan Lingkungan. <https://doi.org/10.31219/Osf.Io/Kc3jf>
- Fachrizal, M. I. (N.D.). Analisis Framing Pemberitaan Permasalahan Sampah Di Yogyakarta (Studi Kasus Pada Berita Jogja.Antaraneews.Com, Harianjogja.Com Dan Jogja.Tribunnews.Com Edisi September 2022 – Januari 2023).
- Farin, S. E. (2021). Penumpukan Sampah Plastik Yang Sulit Terurai Berpengaruh Pada Lingkungan Hidup Yang Akan Datang. <https://doi.org/10.31219/Osf.Io/Y2v5t>
- Hadisaputro, D. F., & Hernawati, R. I. (2020). Sosialisasi Zero Waste Lifestyle Di Lingkungan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Dian Nuswantoro. *Abdimasku : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 165. <https://doi.org/10.33633/Ja.V3i3.100>
- Hastini, L. Y., Fahmi, R., & Lukito, H. (2020). Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi Dapat Meningkatkan Literasi Manusia Pada Generasi Z Di Indonesia? *Jurnal Manajemen Informatika (Jamika)*, 10(1), 12–28. <https://doi.org/10.34010/Jamika.V10i1.2678>
- Ismandar, M., & Rohadatul 'Aisy, K. Z. (2024). Pengambilan Keputusan Tas Belanja Untuk Mengurangi Sampah Plastik Di Surabaya. *Jurnal Media Akademik (Jma)*, 2(5), Article 5. <https://doi.org/10.62281/V2i5.324>
- Kadir, N. (2022). Media Sosial Dan Politik Partisipatif: Suatu Kajian Ruang Publik, Demokrasi Bagi Kaum Milenial Dan Gen Z. *Resiprokal: Jurnal Riset Sosiologi Progresif Aktual*, 4(2), 180–197. <https://doi.org/10.29303/Resiprokal.V4i2.225>
- Novia, T. (N.D.). Pengolahan Limbah Sampah Plastik Polythylene Terephthalate (PET) Menjadi Bahan Bakar Minyak Dengan Proses Pirolisis.
- Pratama, G. (2020). Upaya Modernisasi Dan Inovasi Pengelolaan Sampah Berbasis Masyarakat Di Desa Leuwimunding Majalengka. *Etos : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 37. <https://doi.org/10.47453/Etos.V2i1.209>
- Purwaningrum, P. (2016). Upaya Mengurangi Timbulan Sampah Plastik Di Lingkungan. *Indonesian Journal Of Urban And Environmental Technology*, 8(2), Article 2. <https://doi.org/10.25105/Urbanenvirotech.V8i2.1421>
- Rahayu, W. (N.D.). Strategi Komunikasi Project B Indonesia Dalam Membangun Kesadaran Masyarakat Terkait Pengelolaan Sampah.
- Ratya, H., & Herumurti, W. (2017). Timbulan Dan Komposisi Sampah Rumah Tangga

- Di Kecamatan Rungkut Surabaya. *Jurnal Teknik Its*, 6(2), C104–C106. <https://doi.org/10.12962/J23373539.V6i2.24675>
- Rifa'i, Y. (2023). Analisis Metodologi Penelitian Kulitatif Dalam Pengumpulan Data Di Penelitian Ilmiah Pada Penyusunan Mini Riset. *Cendekia Inovatif Dan Berbudaya*, 1(1), Article 1. <https://doi.org/10.59996/Cendib.Vii.155>
- Satar, I., Syamsuddin, A., Suharto, T. E., Permadi, A., Widyaningrum, T., Khakim, M., Baswara, A. R. C., & Setyanto, B. N. (2023). Penyuluhan Sebagai Strategi Peningkatan Pengetahuan Masyarakat Tentang Dampak Sampah Plastik Dan Pengelolaannya Di Desa Panjangrejo Bantul Yogyakarta. *Pelita: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), Article 3. <https://doi.org/10.51651/Pjpm.V3i3.352>
- Styana, U. I. F., Hindarti, F., Ardito, M. N., & Cahyono, M. S. (2019). Penerapan Teknologi Pengolahan Sampah Plastik Menjadi Bahan Bakar Minyak Untuk Mengatasi Masalah Sampah Di Kota Bandung. *Kacaneegara Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.28989/Kacaneegara.V2i1.399>
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis* (Ed.2). Rajawali Pers.
- Wajdi, B., Novianti, B., & Zahara, L. (2020). Pengolahan Sampah Plastik Menjadi Bahan Bakar Minyak (Bbm) Dengan Metode Pirolisis Sebagai Energi Alternatif. *Kappa Journal*, 4(1), 100–112. <https://doi.org/10.29408/Kpj.V4i1.2156>
- Wedayani, N. M. (2018). Studi Pengelolaan Sampah Plastik Di Pantai Kuta Sebagai Bahan Bakar Minyak. *Jurnal Presipitasi : Media Komunikasi Dan Pengembangan Teknik Lingkungan*, 15(2), 122. <https://doi.org/10.14710/Presipitasi.V15i2.122-126>