

ABSTRAK

Polusi plastik telah meningkatkan permintaan akan alternatif berkelanjutan seperti bioplastik, namun masih ada kesalahpahaman konsumen tentang biodegradabilitas dan pembuangannya. Tinjauan Literatur Sistematis ini menganalisis studi dari tahun 2018 hingga 2024, mengeksplorasi kesadaran konsumen, perilaku, dan hambatan adopsi bioplastik menggunakan berbagai teori dengan teori-teori utama seperti *Theory of Planned Behavior (TPB)*, *Theory of Reasoned Action (TRA)*, and *Signaling Theory*. Studi ini menyoroti minat penelitian yang berkembang dalam bioplastik, khususnya di Eropa, Asia, dan Timur Tengah, dengan peningkatan tingkat publikasi mulai tahun 2019 dan seterusnya. Hambatan utama untuk adopsi bioplastik meliputi misinformasi konsumen, kurangnya pelabelan yang jelas, dan pengetahuan terbatas tentang metode pembuangan. Tinjauan ini mengidentifikasi kesenjangan dalam kesadaran konsumen dan strategi pemasaran dan menyediakan kerangka kerja untuk penelitian masa depan untuk meningkatkan pendidikan konsumen, implementasi kebijakan, dan praktik bisnis. Dengan mengatasi kesenjangan ini, para pemangku kepentingan dapat lebih baik mempromosikan bioplastik sebagai alternatif yang layak untuk plastik konvensional, mendorong konsumsi berkelanjutan dan mendukung inisiatif ekonomi sirkular.

Keywords: Bioplastics Consumer Behavior, Bio-based plastic consumption, Sustainable plastics consumer preference, Biodegradable plastics consumer information, Bio-polymers consumer behavior.