

Preferensi dan Kesiediaan Membayar Konsumen Terhadap Kantong Belanja Ramah Lingkungan di Provinsi DKI Jakarta

Nur Oktavia Benedicta^{1*}, Ahyahudin Sodri¹, dan Ninasapti Triaswati¹

¹Sekolah Ilmu Lingkungan, Universitas Indonesia; e-mail: nur.oktavia01@ui.ac.id

ABSTRAK

Sebagai wujud komitmen mengurangi jumlah sampah plastik, Provinsi DKI Jakarta telah menetapkan Peraturan Gubernur Nomor 142 Tahun 2019 Tentang Kewajiban Penggunaan Kantong Belanja Ramah Lingkungan Pada Pusat Perbelanjaan, Toko Swalayan dan Pasar Rakyat. Namun definisi harga yang wajar, jenis, ukuran, dan bahan kantong belanja dalam peraturan ini belum jelas. Pada penelitian ini dianalisis jenis dan batas harga kantong belanja ramah lingkungan berdasarkan persepsi dan kesiediaan masyarakat sebagai konsumen. Survey dilakukan kepada 406 responden perempuan dengan rentang usia 18 – 40 tahun yang berdomisili di Provinsi DKI Jakarta. Analisis konjoin digunakan untuk mengetahui preferensi jenis kantong dengan menggunakan software SPSS versi 24. Kesiediaan membayar konsumen dianalisis dengan menggunakan pendekatan metode *Contingent Valuation Method* (CVM). Kantong belanja ramah lingkungan yang lebih disukai oleh konsumen adalah yang berbahan kain, dapat digunakan kembali, dan konsumen lebih memilih untuk membawa sendiri daripada disediakan namun berbayar. Atribut bahan menjadi yang paling penting menurut konsumen, diikuti oleh atribut lingkungan dan ekonomi. Apabila diharuskan untuk membayar, 28% responden bersedia untuk membayar dengan harga lebih tinggi dari harga estimasi rata-rata kesiediaan membayar konsumen (WTP) yaitu Rp2.380 per buah. Pemerintah dapat menggunakan hasil analisis preferensi dan kesiediaan masyarakat untuk menyusun kebijakan.

Kata kunci: Kebijakan lingkungan, Kantong belanja ramah lingkungan, Preferensi konsumen, Kesiediaan membayar, Analisis konjoin.

ABSTRACT

As a form of commitment to reducing the amount of plastic waste in the environment, DKI Jakarta Province has issued Governor Regulation Number 142 of 2019 concerning the Obligation to Use Environmentally Friendly Shopping Bags in Shopping Centers, Supermarkets and Traditional Markets. The definition of a reasonable price, type, size, and material of shopping bags is not clear. In this study, the types and price limits of eco-friendly shopping bags were analyzed based on the perception and willingness of the community as consumers. Survey conducted to 406 female respondents with an age range of 18-40 years who live in DKI Jakarta Province. Conjoint analysis is used to determine preferences for eco-friendly shopping bags using SPSS version 24. Consumers' willingness to pay for eco-friendly shopping bags is analyzed using the Contingent Valuation Method (CVM). Consumers prefer eco-friendly shopping bags that are made of cloth, can be reused, and prefer to bring or provide by themselves rather than being provided but paying a fee. According to consumers, material attributes are the most important, followed by environmental and economic attributes. If required to pay, 28% of respondents are willing to pay with higher price than the average estimated price of consumers' willingness to pay (WTP), which is IDR 2,380 a piece. The government can use the results of an analysis of people's preferences and willingness to formulate the policies.

Keywords: Environmental policy, Eco-friendly shopping bags, Consumer preferences, Willingness to pay, Conjoint analysis.

Citation: Benedicta, N. O., Sodri, A., dan Triaswati, N. (2024). Preferensi dan Kesiediaan Membayar Konsumen Terhadap Kantong Belanja Ramah Lingkungan di Provinsi DKI Jakarta. *Jurnal Ilmu Lingkungan*, 22(1), 155-162, doi:10.14710/jil.22.1.155-162

1. Pendahuluan

Pencemaran plastik sudah lama menjadi permasalahan lingkungan yang menarik perhatian berbagai pihak di berbagai tempat termasuk Indonesia. Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh Jambeck *et al.* (2015), Indonesia menempati peringkat kedua di dunia dalam hal menghasilkan sampah plastik di perairan yaitu mencapai 1,29 juta ton per tahun. Sebagai Ibu Kota Negara dengan jumlah penduduk terbanyak keenam serta pusat ekonomi

dengan volume perdagangan dalam dan luar negeri terbesar di Indonesia, DKI Jakarta turut memberikan kontribusi terhadap jumlah sampah plastik di perairan dunia yaitu sekitar 300 ribu ton/tahun (BPS, 2020).

Pada bulan September tahun 2015, sebanyak 193 kepala negara dan pemerintahan dunia yang tergabung pada Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), termasuk Indonesia, hadir untuk menyepakati agenda pembangunan yang tertuang dalam dokumen

Transforming Our World: the 2030 Agenda for Sustainable Development (Panuluh dan Fitri, 2016). Dalam dokumen tersebut tertuang 17 tujuan dengan 169 target yang menjadi panduan bagi masyarakat global dalam melaksanakan pembangunan untuk kesejahteraan masyarakat sampai dengan tahun 2030. Ketujuh belas tujuan tersebut yaitu (PBB, 2015): (1) Tanpa kemiskinan; (2) Tanpa kelaparan; (3) Kehidupan sehat dan sejahtera; (4) Pendidikan berkualitas; (5) Kesetaraan gender; (6) Air bersih dan sanitasi layak; (7) Energi bersih dan terjangkau; (8) Pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi; (9) Industri, Inovasi, dan Infrastruktur; (10) Berkurangnya kesenjangan; (11) Kota dan Permukiman berkelanjutan; (12) Konsumsi dan Produksi berkelanjutan; (13) Penanganan perubahan iklim; (14) Ekosistem lautan; (15) Ekosistem daratan; (16) Perdamaian, keadilan, dan kelembagaan yang tangguh; (17) Kemitraan untuk mencapai tujuan. Kesepakatan ini yang menjadi salah satu payung hukum pelaksanaan pembangunan berkelanjutan di masing-masing negara di dunia.

Pada akhir tahun 2019, Gubernur Provinsi DKI Jakarta menetapkan Peraturan Gubernur Nomor 142 Tahun 2019 tentang Kewajiban Penggunaan Kantong Belanja Ramah Lingkungan Pada Pusat Perbelanjaan, Toko Swalayan dan Pasar Rakyat sebagai salah satu wujud komitmen implementasi tujuan pembangunan berkelanjutan. Peraturan ini bertujuan untuk memberikan kepastian hukum dalam rangka mengurangi timbulan sampah yang bersumber dari sampah kantong plastik dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan terwujudnya lingkungan yang bersih dan sehat. Dengan demikian prediksi Borelle *et al.* (2020) yang memperkirakan jumlah sampah plastik di perairan dunia akan meningkat hingga 53-90 juta ton pada tahun 2030 dan prediksi UNEP (2018) yang memperkirakan jumlah sampah plastik di lingkungan akan ada sekitar 12 miliar ton pada tahun 2050 dapat ditekan.

Satu tahun setelah ditetapkan, Joneri dan Ismelina (2020) melakukan evaluasi terhadap efektivitas Peraturan Gubernur Nomor 142 Tahun 2019. Menurutnya, peraturan ini masih memiliki banyak celah salah satunya adalah kurangnya ketersediaan pengganti kantong plastik dengan harga yang terjangkau menyebabkan kebijakan ini menjadi belum efektif. Dalam peraturan ini diatur bahwa pelaku usaha harus memiliki dan menerapkan prosedur sosialisasi penggunaan kantong belanja ramah lingkungan yang diantaranya adalah memberikan harga wajar pada kantong belanja ramah lingkungan yang disediakan. Jenis, ukuran, bahan, dan harga kantong belanja ramah lingkungan menjadi tanggung jawab dari pelaku usaha. Padahal pada peta jalan yang diusulkan oleh UN Environment (2018) sebagai panduan bagi Pemerintah yang akan menyusun kebijakan, sebelum melarang kantong plastik, Pemerintah perlu memverifikasi keberadaan alternatif yang valid terutama di negara berkembang. Apabila kurang tersedia alternatif yang murah dan

kuat seperti kantong plastik, pelarangan itu dapat berdampak pada masyarakat ekonomi rendah. Alternatif tersebut harus memberikan karakteristik yang sama atau bahkan lebih baik dari hal yang akan diatur. Definisi harga yang wajar dalam peraturan ini belum jelas dan dapat menimbulkan persepsi yang berbeda (Joneri dan Ismelina, 2020). Keputusan kebijakan tidak dapat diturunkan secara murni berdasarkan hasil analisis ilmiah tetapi juga membutuhkan informasi tentang preferensi masyarakat (Common dan Stagl, 2005).

Penetapan harga menjadi salah satu keputusan manajemen yang paling penting (Monroe, 2003). Menurut Martinho *et al.* (2015), harga merupakan salah satu kriteria yang paling penting dalam pertimbangan pembelian konsumen. Dalam menentukan harga terdapat faktor berdasarkan nilai dan berdasarkan biaya. Kesiediaan Membayar atau *Willingness to Pay* (WTP) yang didefinisikan sebagai sejumlah uang yang bersedia dibayarkan oleh konsumen untuk suatu produk atau jasa merupakan penetapan harga berdasarkan persepsi nilai dari pembeli (Kotler dan Armstrong, 2007). WTP secara akurat dapat memprediksi perilaku pembelian pembeli dan dapat membantu mengembangkan strategi penetapan harga (Pelsmacker *et al.*, 2005). WTP adalah isu penting yang menarik untuk diteliti karena dapat digunakan untuk menjelaskan sikap kesiediaan konsumen untuk bersedia membayar lebih termasuk di dalamnya membeli produk hijau. Jenis dan batas harga kantong belanja ramah lingkungan berdasarkan preferensi konsumen perlu dianalisis untuk memudahkan implementasi peraturan terkait penggunaan kantong belanja ramah lingkungan khususnya di Provinsi DKI Jakarta.

2. Metodologi

Penelitian dilakukan pada bulan Juli hingga November 2022 di Provinsi DKI Jakarta. Data jumlah penduduk Provinsi DKI Jakarta pada tahun 2021 sebesar 10.609.681 jiwa (BPS, 2022). Jika diasumsikan dalam satu rumah tangga terdapat rata-rata 4 orang, maka terdapat 2.652.420 rumah tangga di Provinsi DKI Jakarta. Jumlah rumah tangga ini menjadi populasi dalam penelitian ini. Sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat akurasi 95% sehingga diperoleh jumlah sampel minimal sebanyak 399 responden.

Analisis konjoin digunakan untuk menilai preferensi konsumen terhadap jenis kantong belanja ramah lingkungan. Kelebihan dari analisis konjoin ini adalah dapat menghasilkan banyak kombinasi atribut (karakteristik) produk sesuai dengan tingkatannya. Adapun kelemahannya adalah tidak dapat mencakup semua atribut yang diinginkan dan apabila kurang teliti dan objektif terhadap pemilihan atribut akan menghasilkan kombinasi yang tidak layak (Lestiyorini, 2015). Herrmann *et al.* (2022) memberikan beberapa alternatif kantong ramah lingkungan pengganti plastik, diantaranya plastik daur ulang, bioplastik, kertas, dan totebag.

Tabel 1. Atribut dan level kantong belanja ramah lingkungan

Atribut	Level
Bahan	1. Plastik
	2. Kertas
	3. Kain
Lingkungan	1. Dapat digunakan kembali
	2. Dapat didaur ulang
	3. Dapat terdegradasi dengan cepat di alam
Ekonomi	1. Membawa sendiri
	2. Disediakan penjual dan berbayar

Atribut dan level yang digunakan pada penelitian ini (lihat Tabel 1) dianalisis dengan menggunakan bantuan *software Statistical Program for Social Science (SPSS)* versi 24 sehingga diperoleh 9 kombinasi stimulus (lihat Tabel 2). Melalui kuesioner, responden diminta untuk memberikan penilaian terhadap kesembilan stimulus tersebut menggunakan skala likert, nilai 1 untuk yang paling tidak disukai dan nilai 9 untuk yang paling disukai. Penilaian dari responden diolah kembali menggunakan SPSS versi 24.

Tabel 2. Stimulus kantong belanja ramah lingkungan

Kode	Deskripsi
P1	Berbahan kain, dapat dengan cepat terurai di alam, membawa sendiri
P2	Berbahan plastik, dapat didaur ulang, membawa sendiri
P3	Berbahan kain, dapat digunakan kembali, membawa sendiri
P4	Berbahan plastik, dapat dengan cepat terurai di alam, disediakan penjual dan berbayar
P5	Berbahan kertas, dapat dengan cepat terurai di alam, membawa sendiri
P6	Berbahan kain, dapat didaur ulang, disediakan penjual dan berbayar
P7	Berbahan kertas, dapat didaur ulang, membawa sendiri
P8	Berbahan kertas, dapat digunakan kembali, disediakan penjual dan berbayar
P6	Berbahan plastik, dapat digunakan kembali, membawa sendiri

Analisis WTP yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan metode *Contingent Valuation Method (CVM)*. Metode CVM telah banyak digunakan oleh peneliti untuk mengestimasi nilai WTP (Irawan, 2019; Soejarwo dkk, 2021; Rahma dan Baroto, 2022). Nilai WTP yang mengadopsi pendekatan hipotesis (*Circular Economy (CE)* dan CVM) lebih tinggi daripada non hipotesis. CVM menghasilkan nilai WTP yang lebih tinggi daripada lelang dan CE (Li dan Kallas, 2021). Meskipun ada potensi bias karena adanya konsumen yang tidak mau berkontribusi untuk biaya perbaikan dan kesalahan dalam pasar hipotetik, metode CVM ini dapat diaplikasikan dalam semua kondisi termasuk dalam konteks kebijakan lingkungan. Metode CVM seringkali menjadi satu-satunya metode untuk mengestimasi manfaat, dan dapat mengukur utilitas penggunaan barang/jasa lingkungan bahkan jika barang/jasa

tersebut tidak digunakan secara langsung (Hanley dan Spash, 1993).

Analisis WTP dengan CVM dimulai dengan membuat pasar hipotetik. Responden diberikan gambaran tentang kondisi lingkungan akibat pencemaran plastik dan kantong belanja ramah lingkungan sebagai alternatif solusinya. Responden diberikan harga penawaran awal kantong belanja ramah lingkungan sebesar Rp1.500 dengan harga kantong plastik konvensional sebagai pembanding sebesar Rp.100. Apabila responden bersedia untuk memilih kantong belanja ramah lingkungan dengan harga Rp1.500 dibandingkan dengan kantong plastik konvensional seharga Rp.100, maka responden diberikan pertanyaan lanjutan apakah bersedia jika harganya dinaikan. Jika bersedia, responden diberikan pertanyaan terbuka berupa harga maksimal yang bersedia dibayarkan untuk kantong belanja ramah lingkungan. Jika tidak bersedia, maka harga Rp1.500 menjadi nilai WTP responden tersebut. Namun jika responden tidak bersedia dengan harga penawaran awal yaitu sebesar Rp1.500 dengan harga kantong plastik konvensional sebagai pembanding sebesar Rp.100, maka responden diberikan pertanyaan terbuka berapa harga maksimal yang bersedia dibayarkan oleh responden untuk kantong belanja ramah lingkungan. Setelah seluruh data harga kesiapan terkumpul, selanjutnya adalah mengestimasi rata-rata nilai WTP dengan persamaan (1).

$$EWTP = \frac{\sum WTP_i}{n} \quad (1)$$

Keterangan:

EWTP = Estimasi rata-rata nilai WTP
 $\sum WTP_i$ = Jumlah WTP dari seluruh responden
 n = Jumlah responden

3. Hasil dan Pembahasan

Pada penelitian diperoleh sebanyak 406 responden yang seluruhnya berjenis kelamin perempuan. Perempuan dipilih sebagai responden mewakili sampel rumah tangga karena perempuan memainkan peran yang lebih signifikan dalam keputusan pembelian (Juyal dan Singh, 2022). Karakteristik demografi responden (lihat Tabel 3) berusia 18 – 25 tahun (34%), 26 – 30 tahun (28%), 31 – 35 tahun (16%), 36 – 40 tahun (14%), dan > 40 tahun (8%). Adapun tingkat pendidikan responden terdiri dari Sekolah Dasar (11%), Sekolah Menengah (31%), Diploma (18%), S1 (35%), dan Pascasarjana (5%). Jumlah anggota keluarga dalam rumah tangga rata-rata 4 orang, dengan rata-rata tingkat pengeluaran untuk pangan Rp1000.000 – Rp1500.000 per bulan, pengeluaran untuk non pangan Rp500.000 – Rp1000.000 per bulan dan rata-rata tabungan rumah tangga Rp500.000 – Rp1000.000 per bulan.

Tabel 3. Karakteristik Demografi Responden

Karakteristik	Rentang	Persentase
Usia (tahun)	18 - 25	34%
	26 - 30	28%
	31 - 35	16%
	36 - 40	14%
	> 40	8%
Pendidikan	SD	11%
	SMP/SMA	31%
	Diploma	18%
	S1	35%
	S2/S3	5%

Berdasarkan hasil survei kepada responden penelitian, 90,88% sudah mengetahui isu pencemaran plastik di lingkungan dan 90,64% masyarakat Provinsi DKI Jakarta sudah mengetahui tentang adanya Peraturan Gubernur yang mewajibkan penggunaan kantong belanja ramah lingkungan. Peraturan Gubernur Provinsi DKI Jakarta tentang kewajiban penggunaan kantong belanja ramah lingkungan tersebut nampaknya belum sepenuhnya efektif. Dalam peraturan tersebut kantong belanja plastik konvensional sekali pakai dilarang untuk digunakan. Namun berdasarkan hasil identifikasi dari responden, dalam sehari rumah tangga masih menerima rata-rata kantong plastik konvensional sekali pakai sebanyak 2-3 buah baik dari belanja langsung maupun belanja daring. Sebanyak 56,41% responden mengaku telah menolak ketika pelaku usaha memberikan kantong plastik untuk membungkus barang belanjanya sedangkan 43,59% responden lainnya tidak menolak. Sebanyak 25,86% responden langsung membuang kantong plastik tersebut ketika menerima kantong plastik dari pelaku usaha, dan 74,14% responden menyimpannya agar dapat digunakan kembali untuk keperluan yang lain.

Konsumen yang memiliki pengetahuan dan peduli dengan lingkungan umumnya akan membeli produk yang ramah lingkungan (Santoso dan Fitriani, 2016). Semakin tinggi kekhawatiran konsumen terhadap kerusakan lingkungan serta kesadaran konsumen terhadap produk yang ramah lingkungan akan mendorong konsumen untuk membeli produk yang ramah lingkungan atau produk hijau bahkan bersedia untuk memayarnya lebih mahal. Konsumen menganggap bahwa mengonsumsi produk ramah lingkungan dapat membantu mengurangi kerusakan lingkungan. Minat beli konsumen sangat dipengaruhi oleh faktor tingginya kesadaran konsumen akan pentingnya menjaga dan melestarikan lingkungan.

Sebanyak 71,18% responden bersedia apabila plastik wajib digantikan seluruhnya dengan kantong ramah lingkungan sebagai upaya perbaikan terhadap lingkungan. Bahkan 66,25% responden bersedia mengganti kantong plastik konvensional dengan kantong belanja yang lebih ramah lingkungan meskipun harga yang harus dibayarkan untuk menggunakan kantong belanja ramah lingkungan lebih mahal. Hal tersebut dikarenakan 73,64% responden telah mengetahui bahwa perbaikan

lingkungan akibat pencemaran plastik konvensional akan membutuhkan biaya yang lebih besar. Meskipun demikian, masih terdapat 23,64% responden yang memilih untuk menggunakan plastik konvensional yang harganya lebih murah walaupun biaya perbaikan yang nantinya akan ditanggung akibat pencemarannya menjadi lebih mahal.

Berdasarkan hasil analisis konjoin preferensi konsumen terhadap kantong belanja ramah lingkungan, nilai *utility estimate* bahan kain memiliki nilai tertinggi yaitu 0.312 dibandingkan bahan plastik sebesar -0.175 dan kertas sebesar -0.137. Pada atribut lingkungan, pilihan kantong belanja yang dapat digunakan kembali memperoleh nilai *utility estimate* yang tertinggi sebesar 0.045 dibandingkan pada pilihan dapat didaur ulang yaitu sebesar -0.024 dan pilihan kantong belanja yang dapat terdegradasi dengan cepat di alam yaitu sebesar -0.021. Level membawa sendiri pada atribut ekonomi memiliki nilai positif sedangkan level disediakan penjual dan berbayar memiliki nilai negatif, yang menginterpretasikan bahwa responden lebih menyukai membawa sendiri kantong belanja dibandingkan jika disediakan oleh penjual namun harus mengeluarkan biaya. Dapat disimpulkan bahwa karakteristik kantong belanja yang paling disukai oleh konsumen adalah yang berbahan kain, dapat digunakan kembali, dan konsumen lebih memilih untuk membawa atau menyiapkannya sendiri dibandingkan membeli dari pelaku usaha (lihat Tabel 4). Responden yang memilih menyukai karakteristik ini didominasi oleh responden kelompok usia 18 - 25 tahun sebesar 35,62% dan tingkat pendidikan responden adalah Diploma, Sajana, dan Pascasarjana yaitu sebesar 56,28%.

Tabel 4. Hasil analisis preferensi konsumen terhadap kantong belanja ramah lingkungan

		Utilities	
	Atribut	Utility Estimate	Std. Error
Bahan	Plastik	-.175	.059
	Kertas	-.137	.059
	Kain	.312	.059
Lingkungan	Dapat digunakan kembali	.045	.059
	Dapat didaur ulang	-.024	.059
	Dapat terdegradasi dengan cepat di alam	-.021	.059
Ekonomi	Membawa sendiri	.227	.044
	Disediakan penjual dan berbayar	-.227	.044
(Constant)		5.744	.044

Atribut yang dianggap paling penting oleh responden adalah atribut bahan dengan nilai yang paling tinggi yaitu sebesar 41.345, diikuti oleh atribut lingkungan sebesar 30.742 dan atribut ekonomi sebesar 27.904. (lihat Tabel 5).

Nilai uji korelasi Pearson's R sebesar 0,974 dan Kendall's tau sebesar 0,611 yang menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut saling berhubungan,

dengan nilai signifikansi keduanya dibawah 0.05 yang berarti terdapat korelasi yang nyata antara hasil analisis konjoin dengan preferensi responden (lihat Tabel 6).

Tabel 5. Atribut kantong belanja ramah lingkungan yang dianggap paling penting

Atribut	Importance Values
Bahan	41.354
Lingkungan	30.742
Ekonomi	27.904

Tabel 6. Uji korelasi analisis konjoin

Uji	Correlations ^a	
	Value	Sig
Pearson's R	.974	.000
Kendall's tau	.611	.011

Gomez dan Escobar (2022) berpendapat bahwa kantong yang dapat digunakan kembali (*reusable*) biasanya terbuat dari *polypropylene* (PP), kapas, LDPE dan diproduksi untuk menahan penggunaan jangka panjang. Kantong jenis ini lebih tahan lama, lebih berat, dan biasanya dijual dengan harga yang lebih tinggi daripada kemasan sekali pakai. Peserta grup diskusi yang dilakukan oleh Nguyen *et al.* (2020) menyarankan agar bahan dalam kantong ramah lingkungan harus dapat digunakan kembali dan didaur ulang. Pendapat lain dari responden yang memberikan jawaban terhadap pertanyaan terbuka kuesioner terkait karakteristik kantong belanja ramah lingkungan yang dianggap penting lainnya diantaranya adalah berukuran kecil dan ringan sehingga mudah dibawa namun dapat memuat banyak barang belanjaan dan memiliki desain yang menarik. Menurut Spellman (2010), desain produk ramah lingkungan harus fokus pada bagaimana meminimalkan penggunaan bahan baku, konsumsi energi, produksi limbah, dan pencemaran lingkungan.

Analisis kesiediaan masyarakat untuk membayar kantong plastik pernah dilakukan oleh Suryani (2016) di Provinsi DKI Jakarta dan Kota Bandung yaitu sebesar Rp1.322 dengan harga penawaran awal Rp200. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat bersedia membayar kantong plastik dengan harga yang jauh lebih tinggi dari harga penawaran. Fianda, dkk (2022) menganalisis bahwa konsumen di *marketplace* yang berasal dari DKI Jakarta memiliki nilai WTP yang lebih tinggi yakni Rp2.213,24 untuk kemasan *recyclable cardboard* dan Rp2.541,50 untuk bioplastik. Sementara itu, pengunjung mall di Jakarta Barat bersedia membayar sebesar Rp4.160 untuk kantong belanja ramah lingkungan pengganti kantong plastik (Andini dkk., 2022).

Berdasarkan analisis WTP pada penelitian ini, sebanyak 15,76% responden tidak bersedia mengeluarkan biaya sebesar Rp1.500 untuk satu buah kantong belanja ramah lingkungan dan 84,33% bersedia mengeluarkan biaya Rp1.500 atau dengan biaya lebih mahal dari itu untuk satu buah kantong belanja ramah lingkungan. Estimasi nilai rata-rata WTP kantong belanja ramah lingkungan yang

diperoleh menggunakan persamaan (1) adalah sebesar Rp2.380 per buah, dengan harga permintaan terendah dari konsumen adalah Rp0 dan harga tertinggi sebesar Rp50.000 per buah. Adapun rentang harga kantong belanja ramah lingkungan yang bersedia dibayarkan oleh konsumen sebagaimana pada Gambar 1.



Gambar 1. Rentang nilai WTP kantong belanja ramah lingkungan di Provinsi DKI Jakarta

Dari 406 responden, masih terdapat 1,48% responden yang tidak bersedia mengeluarkan biaya untuk kantong belanja ramah lingkungan. Sebanyak 29,31% responden bersedia untuk membayar kantong belanja ramah lingkungan meskipun dengan harga yang lebih rendah dari harga penawaran. Sementara itu, 25,62% responden bersedia membayar dengan harga diantara harga penawaran dan nilai WTP rata-rata yaitu pada rentang harga Rp1.500 – Rp2.300, dan sebanyak 27,83% responden bersedia membayar lebih tinggi dari nilai WTP rata-rata. Jika dijumlahkan, sebanyak 53,45% responden bersedia membayar kantong belanja ramah lingkungan dengan harga yang lebih tinggi dari harga penawaran yaitu Rp1.500. Faktor-faktor yang mempengaruhi WTP diantaranya karakteristik demografi seperti jenis kelamin, usia, pendapatan, pendidikan, pengetahuan, nilai, sikap, dan perilaku serta kualitas dan keamanan pangan (Govindasamy dan Italia, 1999; Laroche *et al.*, 2001). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Gomez *et al.*, (2023) menunjukkan bahwa konsumen Generasi Z bersedia membayar lebih untuk produk ramah lingkungan. Pada penelitian ini, responden yang bersedia membayar diatas harga penawaran (>Rp1. 500 – Rp50.000) didominasi oleh responden dengan kelompok usia 18 – 25 tahun (38,70%) dan tingkat pendidikan Diploma, Sarjana, dan Pascasarjana yaitu sebanyak 63,59%. Kelompok usia muda semakin sadar pentingnya melestarikan lingkungan dan bersedia berkontribusi dalam penyelesaian masalah lingkungan. Data dari Global Web Index tahun 2021 juga menunjukkan bahwa lebih dari 60% generasi usia dibawah 35 tahun bersedia membayar lebih untuk produk ramah lingkungan dan berkelanjutan (Hartanto dkk, 2023). Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh Fisher *et al.*, (2012), tingkat pendidikan menjadi faktor demografi yang paling konsisten berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk hijau. Konsumen dengan tingkat pendidikan lebih tinggi

lebih mungkin untuk menunjukan perilaku ramah lingkungan.

Nilai estimasi rata-rata WTP pada penelitian ini tidak jauh berbeda dengan nilai WTP hasil penelitian Fianda, dkk (2022). Perbedaannya adalah pada penelitian ini nilai estimasi rata-rata WTP sebesar Rp2.380 untuk kantong belanja ramah lingkungan berbahan kain sedangkan pada penelitian Fianda, dkk (2022) sebesar Rp2.213,24 untuk kemasan *recyclable cardboard* dan Rp2.541,50 untuk bioplastik. Jika dibandingkan dengan hasil penelitian Andini dkk. (2022), terdapat perbedaan nilai estimasi rata-rata WTP yang cukup signifikan yaitu dengan selisih sekitar Rp1.780. Hal tersebut dikarenakan lokasi penelitian yang dilakukan oleh Andini dkk. (2022) berfokus hanya pada mall di wilayah Jakarta Barat. Pada penelitian ini dilakukan survey secara menyeluruh kepada responden yang tersebar di seluruh wilayah kota administrasi di Provinsi DKI Jakarta dan tidak terbatas pada pengunjung mall. Pada penelitiannya, Andini dkk. (2022) juga telah menyebutkan bahwa variabel tempat berbelanja berpengaruh signifikan secara parsial terhadap WTP. Konsumen yang lebih sering belanja di mall atau swalayan memiliki kesediaan membayar yang lebih tinggi dibandingkan dengan konsumen yang lebih sering belanja di pasar tradisional. Hal tersebut dikarenakan mall dan pasar swalayan sudah tidak menyediakan kantong plastik sekali pakai. Sementara itu di pasar tradisional, kantong plastik sekali pakai masih disediakan secara gratis sehingga responden masih memiliki pilihan untuk tidak mengeluarkan biaya untuk kantong belanja. Hal ini pula yang diduga menjadi penyebab pada penelitian ini masih ditemukannya responden dengan nilai WTP kantong belanja ramah lingkungan sebesar Rp0.

Meskipun masyarakat sebagai konsumen bersedia untuk membayar kantong belanja ramah lingkungan namun berdasarkan hasil analisis preferensi pada penelitian ini, responden lebih memilih untuk membawa sendiri kantong belanja dibandingkan jika harus mengeluarkan biaya tambahan untuk mendapatkan kantong belanja dari pelaku usaha. Dengan demikian, konsumen dapat memiliki opsi untuk membeli kantong belanja ramah lingkungan satu kali untuk selanjutnya kantong belanja tersebut dapat digunakan kembali hingga beberapa kali. Sebagaimana pada hasil analisis karakteristik responden bahwa 74,14% responden memilih untuk menyimpan kantong belanja yang sudah digunakan agar dapat digunakan kembali untuk keperluan yang lain. Kementerian Lingkungan dan Pangan Denmark (2018) mengkaji bahwa untuk memproduksi kantong belanja berbahan kain dibutuhkan sejumlah besar energi dan air serta berdampak pada lapisan ozon. Sehingga untuk mengimbangi dampak lingkungan tersebut maka kantong berbahan kain perlu digunakan hingga 20.000 kali. Dampak emisi CO₂ yang dihasilkan dari proses produksi satu lembar kantong berbahan kain yaitu 598.6 Pon, jauh lebih besar jika dibandingkan

dengan plastik yang hanya 3.48 Pon/lembar atau kertas 11 Pon/lembar. Namun jika dilihat dari sudut pandang yang berbeda, misalnya dari masa pakai dan jumlah produksinya, total emisi CO₂ yang dihasilkan dari penggunaan kantong belanja berbahan kain dapat menjadi lebih rendah (Junarko, 2022).

Pada prinsipnya perilaku dari masyarakat sebagai konsumen atau pengguna yang menentukan keberlanjutan lingkungan. Seperti masyarakat di Afrika Selatan yang memiliki perspektif jangka panjang terhadap kantong belanja ramah lingkungan, mereka yakin bahwa menggunakan kantong ramah lingkungan dapat lebih banyak menghemat biaya karena kantong ramah lingkungan dapat digunakan berulang kali (Scott dan Vigar-Ellis, 2014). Partisipasi masyarakat juga diperlukan untuk meningkatkan kesediaan masyarakat menggunakan kantong belanja ramah lingkungan. Hasil pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh Yulianingsih dkk. (2020) menunjukkan adanya peningkatan penggunaan kantong belanja ramah lingkungan yang dalam hal ini berupa *goodie bag* kain kanvas dan *spunbond* sebesar 80 hingga 85% setelah dilaksanakannya program pembuatan tas belanja sendiri oleh ibu-ibu rumah tangga dan anak usia dini di wilayah Penjaringan Jakarta Utara dan Kembangan Jakarta Barat.

4. Kesimpulan

Verifikasi ketersediaan alternatif kantong belanja ramah lingkungan sebagai pengganti kantong belanja plastik sekali pakai seharusnya menjadi tanggung jawab dari Pemerintah sebagai penyusun kebijakan. Penentuan jenis, bahan, dan batas harga kantong belanja ramah lingkungan dapat dianalisis berdasarkan preferensi masyarakat sebagai konsumen. Cara ini juga dapat menjadi bukti adanya keterlibatan masyarakat dalam penyusunan kebijakan. Berdasarkan hasil penelitian, preferensi masyarakat sebagai konsumen terhadap kantong belanja ramah lingkungan adalah yang berbahan kain, dapat digunakan kembali, dan lebih memilih untuk membawa atau menyediakannya sendiri daripada disediakan oleh pelaku usaha namun berbayar. Atribut bahan menjadi yang paling penting menurut konsumen, diikuti oleh atribut lingkungan dan ekonomi. Apabila diharuskan untuk membayar, 53,54% responden bersedia untuk membayar dengan harga lebih tinggi dari harga rata-rata kantong belanja ramah lingkungan di pasaran yaitu Rp1.500 per buah dan 27,83% responden bersedia untuk membayar dengan harga lebih tinggi dari harga estimasi rata-rata kesediaan membayar konsumen (WTP) yaitu Rp2.380 per buah.

Apapun jenis kantong belanja ramah lingkungan yang menjadi preferensi konsumen dan direkomendasikan untuk digunakan, masing-masing memiliki kelebihan, kekurangan, peluang dan ancaman. Jika tidak dilakukan kontrol dan pengawasan maka penggunaan kantong belanja ramah lingkungan juga akan menimbulkan masalah

baru di kemudian hari. Mengubah perilaku konsumen untuk membiasakan menggunakan kembali kantong belanja ramah lingkungan adalah menjadi hal yang penting untuk dilakukan.

Daftar Pustaka

- Andini, H. M., Suryahani, I., dan Alfariy, M.F. 2022. Analisis Willingness to Pay Pengunjung Mall Jakarta Barat Terhadap Kantong Belanja Ramah Lingkungan. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi-Bisnis Ma Chung (SENAM)*, 2022, 70—81.
- Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta. 2020. *Provinsi DKI Jakarta Dalam Angka*.
- Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta. 2022. *Provinsi DKI Jakarta Dalam Angka*.
- Borelle, S. B., Ringma, J., Law, K.L., Monnahan, C.C., Lebreton, L., McGivern, A., Murphy, E., Jambeck, J., Leonard, G. H., Hilleary, M. A., Eriksen, M., Possingham, H. P., Frond, H. D., Gerber, L. R., Polidoro, B., Tahir, A., Bernard, M., Mallos, N., Barnes, M., Rochman, C. M. 2020. Predicted Growth in Plastic Waste Exceeds Efforts to Mitigate Plastic Pollution. *Science*, 369, 1515–1518.
- Fianda, A. Y. A., Fandinny, I., Kacaribu L. N. B., Desyani, N. A., Asyifa, N., dan Wijayanti, P. 2022. Eco-friendly packaging: Preferensi dan Kesiapan Membayar Konsumen di Marketplaces. *Jurnal Ilmu Lingkungan*, 20(1), 147-157, doi:10.14710/jil.20.1.147-157
- Fisher, C., Bashyal, S., Bachman, B. 2012. Demographic Impacts on Environmentally Friendly Purchase Behaviors. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing* Vol. 20, 3/4, 172–184.
- Gomez, I. D. L., & Escobar, A.S. 2022. The Dilemma of Plastic Bags and Their Substitutes: A Review on LCA Studies. *Sustainable Production and Consumption* Volume 30, March 2022, Pages 107-116.
- Gomez, S., Lopes, J. M., Nogueira, S. 2023. Willingness to Pay More for Green Products: A Critical Challenge for Gen Z. *Journal of Cleaner Production* 390 (2023) 136092.
- Govindasamy, R., & Italia, J. 1999. Predicting willingness-to-pay a premium for organically grown fresh produce. *Journal of Extension*, 30, 44–53.
- Hanley, N., & Spash, C. L. 1993. *Cost Benefit Analysis and The Environment*. Edward Elgar Publishing Limited. Hants –England.
- Hartanto, P., Hurriyati, R., Dirgantari, P.D. 2023. Pengaruh Green Perceived Value (GPV) dan Green Brand Knowledge terhadap Purchase Intention to Buying Green Product Melalui Attitude Toward Purchasing Green Products. *Jurnal Manajemen dan Organisasi (JMO)*, Vol. 14 No. 1.
- Herrmann, C., Rhein, S., Strater, K. F. 2022. Consumers' Sustainability-Related Perception of and Willingness-to-pay for Food Packaging Alternatives. *Resources, Conservation & Recycling* 181.
- Irawan, E. 2019. Contingent Valuation of Lake Rawapening as a Source Raw Drinking Water. *Jurnal Ilmu Lingkungan*, 17(3), 492-499, doi:10.14710/jil.17.3.492-499.
- Jambeck J. R., Geyer, R., Wilcox, C., Siegler, T. R., Perryman, M., Andrady, A., Narayan, R., Law, K. L. 2015. Plastic Waste Inputs From Land into The Ocean. *Science*, 347.
- Joneri, H., Ismelina, M. 2020. Efektivitas Pergub Nomor 142 Tahun 2019 Tentang Kewajiban Penggunaan Kantong Belanja Ramah Lingkungan Pada Pusat Perbelanjaan, Toko Swalayan, dan Pasar Rakyat Dalam Rangka Pengurangan Penggunaan Kantong Plastik Di Lindeteves Trade Center (LTC) Glodok. *Jurnal Hukum Adigama* Volume 3 Nomor 2.
- Junarko, D. 2022. Isu Kantong Belanja Ramah Lingkungan: Makalah Konseptual. *Prosiding Seminar Nasional Perbanas Institute*. Volume 2 Nomor 1, 2022.
- Juyal, S. A. & Singh, M. P. 2009. Role of Females in Family Buying Decision-Making – A Study Among Females in Utrakhand. *VISION-The Journal of Business Perspective*. Vol.13 No.4.
- Kotler, P. & Armstrong. 2007. *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi Kesembilan*, Cetakan Kedua. Jakarta: PT Indeks.
- Laroche, M., Bergeron, J., Barbaro-Forleo, G. 2001. Targeting consumers who are willing to pay more for environmentally friendly products. *Journal of Consumer Marketing*, 18(6), 503–520.
- Lestiyorini, D. 2015. Model Analisis Pengembangan Produk Baru Obat Herbal di Indonesia dengan Mempertimbangkan Preferensi Konsumen. Tesis. Fakultas Teknologi Industri. Institut Teknologi Sepuluh Nopember. Surabaya.
- Li, Shanshan., Kallas, Zein., (2021). Meta-analysis of Consumers' Willingness to Pay for Sustainable Food Products. *Appetite*.
- Martinho, G., Pires, A., Portela, G., Fonseca, M., 2015. Factors affecting consumers' choices concerning sustainable packaging during product purchase and recycling. *Resour. Conserv. Recycl.* 103, 58e68.
- Ministry of Environment and Food of Denmark. 2018. *Life Cycle Assesment of Grocery Carrier Bag*. The Danish Environmental Protection Agency.
- Monroe, K.B. 2003. *Pricing-Making Profitable Decisions*. 3rd Edition, McGraw Hill/Irwin, New York.
- Nguyen, Anh Thu., Parker, L., Brennan, L., Lockrey, S. 2020. A Consumer Definition of Eco-friendly Packaging. *Journal of Cleaner Production* 252 (2020) 119792.
- Panuluh, S., dan Fitri, M.R. 2016. *Perkembangan Pelaksanaan Sustainable Development Goals (SDGs) di Indonesia*. Briefing Paper 02. International NGO Forum on Indonesian Development.
- Pelsmacker, D. P., Driesen, L., Rayp, G., 2005. Do Consumers Care About Ethics? Willingness to Pay for Fair-trade Coffee. *J. Consum. Aff.* 39 (2), 363-385.
- Rahma, M. J., Soemarno., dan Batoro, J. 2022. Perspektif Taman Edelweiss Sebagai Area Konservasi Ex-Situ Bunga Edelweiss Secara Ekologi dan Ekonomi di Desa Wonokitri, Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Ilmu Lingkungan*. 20. (4). 912-924. doi: 10.14710/jil.20.4.912-924.
- Santoso, I., Fitriani, R. 2016. Green Packaging, Green Product, Green Advertising, Persepsi, dan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 9(2), 147–158.
- Scott, L., Vigar-Ellis, D., 2014. Consumer understanding, perceptions and behaviours with regard to environmentally friendly packaging in a developing nation. *Int. J. Consum. Stud.* 38, 642e649.
- Soejarwo, P. A., Rusdi, R., Kodiran, T., dan Muawanah, U. 2021. Estimation of Communities and Tourists

- Willingness to Pay for Tsunami Disaster Mitigation of Marine Tourism in the Kalianda Coastal Area, South Lampung Regency. *Jurnal Ilmu Lingkungan*, 19(1), 1-9, doi:10.14710/jil.19.1.1-9.
- Spellman, F. R. 2010. *The Science of Environmental Pollution* Second Edition. CRC Press.
- Suryani, A. S. 2016. Persepsi Masyarakat Dan Analisis Willingness to Pay Terhadap Kebijakan Kantong Plastik Berbayar Studi di Jakarta dan Bandung. *Kajian* Vol. 21 No. 4 Desember 2016 hal. 359 – 376.
- United Nation. 2015. *Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development*. sustainabledevelopment.un.org.
- UN Environment. 2018. *Single-Use Plastics: A Roadmap for Sustainability (Rev.2)*.
- Yulianingsih, I., Zaitun., Damayanti, A., Hayati, C., Hamid, A. R. 2020. Upaya Pengurangan Sampah Plastik dan Bentuk Kepedulian Lingkungan Melalui Kerajinan Goodie Bag. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*.