

RINGKASAN

Ekonomi hijau adalah keharusan bagi perusahaan di masa depan untuk menjaga profit, sosial, dan lingkungan. Bahkan UMKM dan koperasi dapat menerapkannya. Kosuku, koperasi di Universitas Jenderal Soedirman (Unsoed), memiliki unit usaha ritel, Edumart, yang belum menerapkan ekonomi hijau. Edumart masih menggunakan kantung plastik gratis yang menghasilkan 57.000 kantung per tahun, menciptakan masalah limbah.

Di dunia, langkah-langkah pengurangan kantung plastik telah lama dilakukan, salah satunya langkah preventif berupa kebijakan pengenaan biaya tambahan untuk kantung plastik atau sering disebut kebijakan kantung plastik berbayar. Kebijakan ini sukses di berbagai negara dalam mengurangi penggunaan kantung plastik, namun di Indonesia kebijakan ini gagal dilaksanakan sebab tidak adanya kejelasan pengalokasian hasil pungutan dan penegakkan hukum yang kurang. Meskipun demikian, penelitian Saraswaty (2017) dan Dikgang *et al.*, (2022) menyarankan kebijakan ini harus tetap dijalankan, dengan catatan adanya alokasi pungutan untuk upaya perbaikan lingkungan dan komunitas sosial, sosialisasi ke masyarakat, dan penegakkan hukum yang lebih kuat. Berdasarkan atas saran tersebut, maka kebijakan ini dapat diambil sebagai upaya aplikasi ekonomi hijau pada *Edumart*.

Untuk itu penelitian ini dibuat untuk menilai kesediaan konsumen jika kebijakan plastik berbayar diterapkan pada *Edumart* menggunakan *willingness to pay* atau WTP dalam metode *Contingent Valuation Method* atau CVM. Selain menilai kesediaan konsumen, penelitian ini juga menganalisis faktor yang mempengaruhi kesediaan konsumen pada kebijakan kantung plastik berbayar. Variabel independen yang dipakai adalah perilaku sadar lingkungan, kepedulian lingkungan, pengeluaran belanja perbulan pada ritel, serta gender perempuan. Alat analisis yang digunakan adalah regresi logistik dengan bantuan *software Eviews*.

Hasil penelitian ini adalah konsumen *Edumart* bersedia membayar kantung plastik pada harga Rp.674,00.-. Faktor yang mempengaruhi secara positif terhadap kesediaan mereka adalah pengeluaran belanja perbulan pada ritel. Perilaku sadar lingkungan dan kepedulian lingkungan hanya mempengaruhi pada penawaran harga kantung plastik yang pertama, sedangkan gender perempuan sendiri tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kesediaan membayar konsumen.

Kata Kunci: Ekonomi Hijau, *Edumart*, Kantung Plastik Berbayar, *willingness to pay*, *Eviews*, Perilaku Sadar Lingkungan, Kepedulian Lingkungan, Pengeluaran, dan Gender.

SUMMARY

A green economy is imperative for companies in the future to sustain their profitability, social responsibility, and environmental stewardship. Even SMEs and cooperatives can implement it. Kosuku, a cooperative at Jenderal Soedirman University (Unsoed), operates a retail unit, Edumart, which has yet to adopt green economy practices. Edumart still provides free plastic bags, generating 57,000 bags annually, thus creating a waste problem.

Globally, measures to reduce plastic bag usage have been in place for some time, one of which is the imposition of additional charges for plastic bags, commonly known as the paid plastic bag policy. This policy has successfully reduced plastic bag usage in various countries; however, in Indonesia, it has failed due to unclear allocation of the collected fees and weak law enforcement. Nevertheless, studies by Saraswaty (2017) and Dikgang et al. (2022) recommend that this policy should still be implemented, provided that the collected fees are allocated towards environmental improvement and social community efforts, coupled with public education and stronger law enforcement. Based on these recommendations, this policy can be adopted as part of Edumart's green economy initiative.

Therefore, this study aims to assess consumer willingness to pay if the paid plastic bag policy is implemented at Edumart, using the Contingent Valuation Method (CVM). In addition to evaluating consumer willingness, this study also analyzes the factors influencing consumer willingness to pay for plastic bags. The independent variables include environmental awareness, environmental concern, monthly retail expenditure, and female gender. Logistic regression analysis, supported by Eviews software, is utilized.

The study findings indicate that Edumart consumers are willing to pay IDR 674.00 for a plastic bag. The factor positively influencing their willingness is their monthly retail expenditure. Environmental awareness and concern only affect the initial pricing of plastic bags, while the female gender does not significantly impact consumer willingness to pay.

Keywords: Green Economy, Edumart, Paid Plastic Bags, Willingness to Pay, Eviews, Environmental Awareness, Environmental Concern, Expenditure, and Gender.