

Green Product Dalam Penerapan Green Economy: Analisis Pengaruhnya Terhadap Pengeluaran Konsumsi

Green Products in the Implementation of a Green Economy: An Analysis of Their Impact on Consumption Expenditure

Sindy Marchelia Putri¹, Muh. Syaukin Muttaqin², Susilowati³

Ubaid Aisyul Hana⁴, Agam Anantama⁵

^{1,2,3,4}Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

⁵Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro

sindymputri35241@gmail.com, Syaukin12@gmail.com, susilowati@uinsa.ac.id,
ubaidmedmed@gmail.com, che_ghumz@ymail.com

ABSTRAK – Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh penerapan green economy dengan penggunaan green product untuk melihat pengaruhnya terhadap pengeluaran konsumsi. Responden berasal 12 informan yang merupakan anggota dari grup bumi ijo. Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan *green economy* dengan menggunakan *green product* sudah sesuai dengan tujuan *green economy*, karena para pengguna *green product* secara sadar memilih *green product* karena dapat melindungi lingkungan dan untuk mengurangi permasalahan terkait sampah plastik, serta green product lebih tahan lama. Pengaruh *green product* terhadap pengeluaran berpengaruh positif karena *green product* menjadi alternatif untuk produk konvensional ataupun produk pabrik yang dapat digunakan berulang kali meskipun mengeluarkan biaya yang mahal di awal.

Kata Kunci: Ekonomi hijau, Produk hijau, Pengeluaran konsumsi

ABSTRACT - The purpose of this study is to analyze the impact of implementing a green economy through the use of green products, focusing on their effect on consumption expenditure. The respondents consist of 12 informants who are members of the Bumi Ijo group. The study shows that the implementation of a green economy through the use of green products aligns with the objectives of a green economy, as users consciously choose green products to protect the environment and reduce issues related to plastic waste, as well as because green products are more durable. The impact of green products on expenditure is positive, as they serve as alternatives to conventional or factory-made products that can be reused multiple times, despite the higher initial cost.

Keywords: Green economy, Green product, Consumption expenditure

PENDAHULUAN

Pertumbuhan penduduk yang pesat telah menjadi karakteristik di era modern saat ini, termasuk di Indonesia. Jika dilihat berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2023 jumlah penduduk Indonesia sebanyak 278,69 juta jiwa. Angka ini naik sebesar 1,05% dari tahun sebelumnya. Peningkatan jumlah penduduk membawa tantangan dan peluang dalam berbagai sektor, dari ekonomi hingga lingkungan. Jika dilihat dari aspek ekonomi, pertumbuhan ekonomi dapat didorong dari pertumbuhan penduduk. Hal ini dikarenakan volume penduduk dan pertumbuhan ekonomi memiliki hubungan sebagai salah satu faktor yang dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi (Desmawan et al., 2023). Pertumbuhan penduduk akan mengakibatkan peningkatan kebutuhan akan barang dan jasa (Hari Kristianto, 2020). Hal ini dikarenakan sejatinya manusia memiliki kebutuhan dan keinginan yang harus dipenuhi, kebutuhan manusia berbeda antara satu dengan lainnya dan cenderung mengalami peningkatan serta bervariasi (Desmawan et al., 2023). Manusia tidak memiliki batas dalam kebutuhannya, karena kebutuhan berhubungan dengan kepuasan yang pada dasarnya juga tidak terbatas (Prastiwi & Fitria, 2020). Maka jelas terlihat bahwa peningkatan penduduk dapat membentuk perluasan pasar dan juga peningkatan produksi barang maupun jasa yang merupakan dampak positif dari adanya pertumbuhan penduduk.

Namun, dampak positif tersebut menimbulkan dampak negatif pada lingkungan. Salah satunya pada kegiatan produksi, dimana peningkatan populasi akan diikuti dengan peningkatan kebutuhan, untuk memenuhi kebutuhan tersebut maka diproduksi barang dan jasa lebih banyak yang akan menimbulkan banyaknya emisi CO₂ akibat produksi limbah dari pabrik. Para ahli berpendapat bahwa emisi CO₂ yang berlebihan akan menyebabkan kerusakan lingkungan yang menimbulkan pergeseran siklus musim dan meningkatnya panas bumi (Kurdi, 2008). Tidak hanya itu transportasi yang merupakan sarana dalam pendistribusian barang, ternyata menimbulkan polusi udara.

Permasalahan lainnya yakni dengan pertumbuhan penduduk menyebabkan peningkatan jumlah sampah dan menyebabkan masalah dalam pengelolaannya. Berdasarkan data dari databoks ditahun 2021 Indonesia menduduki peringkat kelima sebagai negara penyumbang sampah plastic terbesar yang mencapai 50 ribu ton. Volume sampah yang terus melonjak dikarenakan masyarakat Indonesia cenderung ketergantungan menggunakan berbagai produk plastik dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Plastik

menjadi primadona dikarenakan produk dengan bahan plastik memberikan banyak keuntungan dalam penggunaannya, antara lain murah, mudah di produksi, tahan lama, dan ringan (Wandari & Darma, 2021). Namun, plastik juga memberikan permasalahan terkait cara pengelolaan, dan tempat pembuangan akhir yang jika dibiarkan akan menimbulkan masalah pencemaran air, udara, bahan beracun dan berbahaya (B3), dan dapat menurunkan kualitas lingkungan yang pada akhirnya akan mempengaruhi kualitas hidup manusia (Hardoyono, 1970).

Sebagai solusi yang potensial untuk mengatasi berbagai tantangan ekonomi dan lingkungan saat ini, penerapan green economy dapat menjadi sebuah solusi yang potensial. Green economy merupakan aktivitas yang dilakukan untuk menciptakan maupun meningkatkan kesejahteraan dan keadilan manusia dalam jangka panjang, yang berhubungan dengan aktivitas produksi distribusi, dan konsumsi barang maupun jasa, yang dapat mengurangi kerusakan lingkungan. United Nation Environment Program menafsirkan konsep green economy sebagai suatu aktivitas perekonomian yang rendah karbon dengan pemakaian sumber daya yang efektif dan efisien, serta inklusif secara sosial (Ferdiansyah et al., 2023). Dalam penerapan green economy dipecah dalam tiga pilar penting yang mendukung pembangunan pertumbuhan ekonomi, yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan (Nabila & Arinta, 2020).

Jika berbicara terkait aspek ekonomi, maka penerapan green economy dapat ditinjau dari pilar ekonomi. Pilar ekonomi berfokus pada pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif. Hal ini dapat dicapai dengan mempromosikan penggunaan sumber daya secara efisien, menciptakan lapangan kerja baru di sektor hijau, dan mengurangi emisi gas rumah kaca. Faktor yang dapat mendukung terciptanya green economy salah satunya adalah *green product*. *Green product* dapat mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dengan menciptakan peluang bisnis baru yang diikuti dengan lapangan kerja baru dengan menghasilkan produk yang diproduksi dengan sumber daya alam secara efisien yang menghasilkan sedikit limbah dan emisi gas rumah kaca.

Green product sendiri merupakan produk yang proses dan pemanfaatannya mengurangi dampak kerusakan lingkungan. *Green product* menggunakan bahan baku yang selalu mempertimbangkan kesejahteraan generasi yang akan datang dengan tujuan untuk mengurangi sampah mulai dari prosesnya hingga dari daur hidup produk tersebut (Rachmiarti Kusumah, 2020). *Green product*

biasanya menggunakan bahan baku yang ramah lingkungan seperti bahan daur ulang atau bahan organik, dan biasanya dari segi proses produksi lebih efisien dalam penggunaan sumber daya seperti energi dan air. *Green product* jika dibandingkan dengan produk konvensional lebih mahal pada jangka pendek. Hal itu terjadi karena biaya produksi yang tinggi dan permintaan terhadap produk yang relative rendah. Namun jangka panjang *green product* memberikan penghematan biaya yang signifikan karena durabilitas produk yang lama, penghematan biaya jangka panjang seperti biaya perawatan.

Salah satu *green product* yang saat ini sudah mulai memasuki pasar di Indonesia adalah mobil listrik. Harga mobil listrik di Indonesia memang lebih mahal di banding mobil dengan bahan bakar fosil. Namun dari segi biaya bahan bakar, mobil listrik menggunakan daya baterai yang pengisiannya dapat di *charger* di rumah maupun di stasiun pengisian daya yang biayanya jauh lebih murah dibandingkan membeli bensin. Selain itu *green product* yang saat ini mulai merambah pada kategori produk kebersihan diri adalah kapas *reusable* dan tisu dari serat bambu. Harga tisu dari serat bambu dan kapas *reusable* jika dibandingkan dengan harga tisu dan kapas biasanya jauh lebih mahal. Harga 2 kapas *reusable* setara dengan harga kapas wajah biasa sebesar 50g. Namun kapas *reusable* bisa bertahan selama enam hingga satu tahun.

Pembelian dan penggunaan suatu barang akan berpengaruh pada keuangan yang akan dikeluarkan. Biaya yang dikeluarkan pada saat seseorang membeli berbagai kebutuhannya disebut konsumsi (Achir & Kusumaningrum, 2021). Tentunya dalam memenuhi kebutuhan hidup manusia berharap mengeluarkan sedikit uang demi mendapatkan manfaat barang yang maksimal, sebagai upaya untuk mencapai efisiensi dan nilai terbaik dari setiap pengeluaran. Dari permasalahan yang ada, tujuan artikel ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh *green economy* terhadap pengeluaran konsumsi dengan penggunaan *green product*.

PEMBAHASAN

Green Economy

Konsep *green economy* diperkenalkan pertama kali oleh ekonom Inggris pada tahun 1989. Sejak itulah konsep ini dipelajari dan diterapkan oleh sebagian kalangan dari pihak akademisi, organisasi internasional, maupun pemerintah dari berbagai negara, yang bertujuan menyempurnakan konsep tersebut (Hasanah & Suprianik, 2022). *Green economy* secara umum memiliki

beberapa pengertian yaitu, sebagai ekonomi yang berkelanjutan pada masyarakat dengan mengkonsumsi semua sumber daya yang terbarukan secara alami dan tanpa mengandung emisi karbon (Ariningtyas Prabawati, 2022). Persatuan Bangsa-Bangsa (PBB) mengartikan *green economy* sebagai sistem ekonomi yang meningkatkan kesejahteraan manusia dan kesetaraan sosial dengan mengurangi risiko lingkungan. Bank Dunia mendefinisikan *green economy* sebagai transformasi ekonomi yang mengarah pada pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, inklusif, dan rendah emisi. Jika di tarik berdasarkan dari berbagai definisi maka *green economy* dmerupakan aktivitas yang dilakukan untuk menciptakan maupun meningkatkan kesejahteraan dan keadilan manusia dalam jangka panjang, yang terkait dalam aktivitas produksi distribusi, dan konsumsi barang dan jasa, yang mana hal tersebut dapat mengurangi adanya kerusakan ekologi maupun lingkungan. Pendekatan *green economy* saat ini berupaya mengatasi masalah-masalah seperti mengurangi emisi karbon, penggunaan sumber daya, polusi, dan limbah. Serta menekankan pada penciptaan pendapatan dan lapangan kerja baru yang berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat.

Dalam perekonomian *green economy* sebagai paradigma yang mampu menaikkan kesejahteraan manusia, sosial, serta mampu mampu mengurangi risiko pencemaran lingkungan secara signifikan (Nabila & Arinta, 2020). Tujuan dari konsep *green economy* adalah usaha untuk menciptakan kemaslahatan di bumi ini (Hasanah & Suprianik, 2022). *Green economy* melibatkan subsistem ekonomi, sosial, dan ekologi yang dikenal sebagai tiga pilar. Pilar ekonomi berfokus pada pertumbuhan rkonomi yang berkelanjutan dan inklusif, yang dapat dicapai dengan mempromosikan penggunaan SDM secara efisien, menciptakan lapangan kerja baru di sektor hijau, dan mengurangi emisi gas rumah kaca. Pilar sosial berfokus pada peningkatan kesejahteraan masyarakat, yang dapat dicapai dengan mempromosikan akses yang setara terhadap layanan dan peluang ekonomi, mengurangi kemiskinan dan kesenjangan, dan meningkatkan kualitas hidup. Pilar lingkungan berfokus pada perlindungan lingkungan yang dapat dicapai dengan mengurangi emisi gas rumah kaca melindungi keanekaragaman hayati, dan mengelola sumber daya alam secara berkelanjutan. Semua pilar tersebut berperan penting dalam keberhasilan *green economy*. Dikarenakan *green economy* mampu mencegah kerusakan lingkungan karena aktivitas perekonomian yang berkelanjutan dan berkeadilan (Ferdiansyah et al., 2023).

Green Product

Green Product didefinisikan sebagai produk yang tidak mencemari lingkungan, tidak membuang sumber daya, serta bisa didaur ulang (Budianti & Nurtjahjadi, 2023). Ottman mendefinisikan *green product* sebagai produk yang biasanya bertahan lama dan tidak berbahaya untuk kesehatan, pengemasan berbahan daur ulang (Wiranto & Adialita, 2020). Menurut D'Souza, *green product* adalah produk yang dirancang untuk meminimalkan dampak lingkungan selama siklus hidup produk tersebut, secara khusus penggunaan sumber daya yang tidak dapat diperbarui sesuai dengan tingkat keperluan (Hendarsih, 2017). Dari semua definisi tersebut istilah *green product* mengacu pada produk sedikit menimbulkan dampak terhadap lingkungan.

Produk-produk *green economy* sering dikenal sebagai *ecological* atau *environmentally friendly*, produk ini biasanya melibatkan daur ulang sampai tingkat tertentu, dan lebih sedikit pengemasan daripada produk biasanya. Dalam produksi atau pengemasan lebih sedikit bahan beracun yang digunakan sehingga efektif dalam membatasi dampak negatif terhadap lingkungan sekitar (Wiranto & Adialita, 2020). *Green product* dapat menunjang dalam penghematan energi, yang dapat berperan dalam melindungi serta menaikkan sumber daya lingkungan alam dan dapat membantu menghilangkan pemakaian zat-zat beracun, polusi serta limbah. Umumnya *green product* bisa bertahan lama serta tidak membahayakan kesehatan (Budianti & Nurtjahjadi, 2023).

Terdapat indikator yang digunakan untuk mengelompokkan *green product* yaitu dilihat dari, tingkat bahaya produk terhadap kesehatan manusia, kemasan yang ditimbulkan produk, material bahan baku, dan sertifikasi *eco label* (Hendarsih, 2017). *Green product* tidak hanya dilihat dari segi kandungannya saja tetapi juga dari pengemasan, serta sistem distribusinya, serta kegiatan promosi yang juga bertema lingkungan, hal itu dilakukan untuk menginformasikan kepada masyarakat dan membuat kepercayaan tentang *green product* yang ditawarkan dan dapat mempengaruhi minat beli konsumen (Lathifah & Widyastuti, 2018).

Karakteristik *green product* yaitu tidak mengandung *toxic*, produk lebih tahan lama, dan penggunaan bahan baku dari bahan daur ulang dan dapat di daur ulang (Rachmiarti Kusumah, 2020). Dalam penelitian D'Souza *green product* memiliki kriteria yaitu produk yang memiliki manfaat sosial yang akan konsumen rasakan, seperti produk yang ramah lingkungan. *Green product*

juga mencakup berbagai aspek seperti, aspek dari persepsi produk, kemasan, dan komposisi. Pada aspek persepsi produk, konsumen melihat *green product* sebagai produk yang tidak berbahaya untuk hewan serta lingkungan. Pada aspek packaging, terdapat penyajian elemen tertentu dan terlihat terkait kepedulian lingkungan oleh pelanggan dalam kemasan produk. Pada aspek komposisi, bahan yang digunakan dari bahan daur ulang dapat membenarkan pemakaian pada batas tertentu dan klaim pemakaian secara keseluruhan pada tingkat uang lebih rendah, serta minim dampaknya terhadap lingkungan (Hendarsih, 2017).

Pengeluaran Konsumsi

Menurut Gregory Mankiw, konsumsi adalah pembelanjaan barang dan jasa oleh rumah tangga. Barang tersebut meliputi barang yang bersifat tahan lama seperti perlengkapan, kendaraan, dan barang tidak tahan lama seperti makanan dan pakaian serta pembelanjaan jasa seperti pendidikan. Dalam buku pengantar teori ekonomi yang ditulis suherman, konsumsi adalah penggunaan barang dan jasa yang secara langsung akan memenuhi kebutuhan manusia. Sedangkan menurut William, konsumsi secara umum didefinisikan sebagai penggunaan barang maupun jasa yang secara langsung untuk memenuhi kebutuhan manusia (Takahindangen et al., 2021).

Pengeluaran atas barang dan jasa disebut dengan pengeluaran konsumsi. Pengeluaran konsumsi baik itu pribadi ataupun rumah tangga adalah pengeluaran atas barang dan jasa yang dikonsumsi dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan. Tetapi pengeluaran yang dilakukan untuk memenuhi pembelian barang dan jasa untuk mendapatkan kepuasan maupun untuk memenuhi kebutuhan termasuk arti dari konsumsi menurut samuelson dan Nordhaus (Zakia et al., 2022)

Dalam konsumsi terdapat beberapa variabel yang mempengaruhinya, menurut Suparmoko selain pendapatan beberapa faktor tersebut, meliputi, Selera, faktor sosial ekonomi, kekayaan, keuntungan atau kerugian capital tingkat bunga, dan tingkat harga. Maksud dari faktor selera adalah setiap individu memiliki konsumsi yang berbeda karena setiap individu memiliki selera yang berbeda meskipun umur dan pendapatannya sama. Faktor sosial ekonomi seperti umur, pendidikan, dan keadaan keluarga berpengaruh pada pengeluaran konsumsi. Faktor kekayaan, menurut Albert dan Franco hasil bersih dari suatu kekayaan merupakan faktor penting dalam konsumsi. Faktor keuntungan dan kerugian capital, keuntungan capital adalah naiknya hasil bersih dari capital yang akan mendorong pertambahan konsumsi, begitu

sebaliknya kerugian capital akan menurunkan konsumsi. Faktor tingkat bunga, konsumsi akan menurun jika tingkat bunga naik karena akan mendorong orang untuk menabung. Faktor Tingkat Harga, naiknya pendapatan nominal serta dibarengi dengan naiknya tingkat harga dengan proposi yang sama tidak akan merubah konsumsi rill (Zakia et al., 2022).

Penerapan green economy dengan penggunaan *green product*

Table 1. Data Informan

Nama	Umur	Pekerjaan	Jangka Waktu Menggunakan Green product	Status
Tita	29	IRT	Sejak 2020	Informan 1
Zahra Nur Luthfiah	18	Mahasiswi	Sejak awal 2023	Informan 2
Ridhwan Apriliadi Hidayat	29	Tukang Galon	Sejak Oktober 2023	Informan 3
Fitriyah	23	Freelancer	Sejak 2020	Informan 4
Nur Afifah	24	Mahasiswa	Sejak 2018	Informan 5
Ambar	24	Wiraswasta	Sejak 2022	Informan 6
Nuning	22	Santri	Sejak 2023	Informan 7
Hajrah Mahdania	21	Mahasiswi	Sejak pertengahan 2023	Informan 8
Nara	16	Pelajar	Sejak Pertengahan 2023	Informan 9
Sri Purwati	19	Pelajar	Sejak 2023	Informan 10
Prota	39	IRT	Sejak pemerintah melarang penggunaan plastik di swalayan	Informan 11
Aisyah	25	Amil Zakat	Sejak 2020	Informan 12

Green economy adalah sistem ekonomi yang tujuannya untuk meningkatkan kesejahteraan manusia dan mencapai kesetaraan sosial, serta mengurangi risiko lingkungan secara signifikan. Sedangkan penerapan dari *green economy* adalah sebuah konsep ekonomi baru yang fokusnya pada peningkatan aspek ekonomi dengan tetap memperhatikan kelestarian lingkungan hidup dalam kegiatan pembangunan. Dari hasil wawancara yang telah dilakukan kepada 12 informan, diketahui bahwa semua informan tertarik menggunakan *green product* karena dengan menggunakan *green product* para informan ingin menjaga lingkungan, dan setidaknya dengan menggunakan *green product* sudah ikut berkontribusi dalam permasalahan terkait sampah, selain itu *green product* merupakan produk yang ramah lingkungan yang mana dengan menggunakannya akan mengurangi permasalahan terkait sampah dari segi bau dan peningkatan sampah baru. Tidak hanya itu saja beberapa informan seperti informan 12,10, 2 dan 3,

dorongan untuk menggunakan *green product* didasari dari kesadaran akan penggunaan produk konvensional yang akan merusak bumi dan dengan menggunakan *green product* akan baik untuk bumi.

Saat ini sudah mulai banyak bermunculan produk-produk yang ramah lingkungan untuk memenuhi beberapa kebutuhan yang diperlukan baik untuk individu maupun rumah tangga. Salah satunya adalah penggunaan kotak makan yang berbahan plastik daur ulang dan logam. Serta tumblr, alat makan, dan sedotan berbahan *stainless steel*. Dari 12 informan 9 informan telah menerapkan penggunaan kotak makan saat membeli makanan baik *take away* atau *dine in*, penuturan dari informan 9 bahwa dengan menggunakan kotak makan sendiri akan mengurangi sampah, serta jika membeli makan dan makanan tersebut berwadahkan plastik, akan memproduksi sampah yang akan menimbulkan bau. Selain itu sebagian besar informan adalah wanita dan sudah mengganti alat kebersihan dengan *green product*. Seperti tisu kain, pembalut kain, kapas kain, menspad, sikat gigi bambu, *cotton bud* bambu. *Green product* yang saat ini sudah mulai banyak dipakai adalah kantong belanja kain sebagai pengganti kantong plastik. Semua informan sudah menggunakan kantong kain. Penuturan dari informan 2, bahwa *green product* yang mudah dijumpai dan bisa dibeli di mana-mana. Informan 11 juga berpendapat bahwa semenjak pemerintah melarang penggunaan plastik, beliau mulai tertarik menggunakan *green product* lainnya dan kantong kain merupakan langkah kecil dan langkah awal untuk menjaga lingkungan.

Salah satu keunggulan dari *green product* selain ramah lingkungan adalah ketahanan produknya yang dapat digunakan dalam jangka waktu yang lebih panjang dibanding produk konvensional yang kadang hanya bisa digunakan satu kali pakai. Para informan menjelaskan terkait ketahanan *green product* yang sudah digunakan berbulan-bulan hingga tahan sampai bertahun-tahun. informan 2 yang telah menggunakan pembalut kain, kotak makan, *tumblr* dan kantong kain mengklaim bahwa produk tersebut tahan lama dan sudah digunakan satu tahun lebih. Produk serupa yaitu alat makan yang digunakan beberapa informan bertahan 1-5 tahun. sedangkan untuk menspad bisa bertahan hingga 3 tahun. untuk sikat gigi kayu, kapas bisa bertahan hingga 2-3 bulan.

Penerapan *green economy* dengan menggunakan *green product* sudah sesuai dengan tujuan adanya *green economy* yaitu untuk menciptakan maupun meningkatkan kesejahteraan dan keadilan manusia dalam jangka panjang, yang terkait dengan aktivitas produksi, distribusi, dan konsumsi barang dan

jasa, yang akan berdampak mengurangi kerusakan ekologi maupun lingkungan. Karena para pengguna *green product* secara sadar menggunakan *green product* untuk melindungi lingkungan dan mengurangi sampah plastik, serta para pengguna sadar bahwa *green product* lebih ramah lingkungan serta manfaatnya untuk tubuh lebih baik dibanding produk pabrik. Pengguna *green product* juga merasakan manfaat seperti produk yang tahan lama.

Pengaruh Green Product Terhadap Pengeluaran Konsumsi

Table 2. Besaran Penghematan Setelah Menggunakan Green Product

Nama	Umur	Besaran Penghematan setelah menggunakan green product	Status
Tita	29	200.000/bulan	Informan 1
Zahra Nur Luthfiyah	18	226.000/tahun	Informan 2
Ridhwan Apriliadi Hidayat	29	40%	Informan 3
Fitriyah	23	20-40k/bulan	Informan 4
Nur Afifah	24	60.000/bulan	Informan 5
Ambar	24	30.000/bulan	Informan 6
Nuning	22	10-15%	Informan 7
Hajrah Mahdania	21	20%	Informan 8
Nara	16	40%	Informan 9
Sri Purwati	19	Belum mengetahui	Informan 10
Prota	39	belum terlihat	Informan 11
Aisyah	25	360.000/tahun	Informan 12

Dari hasil wawancara, penggunaan *green product* dapat mengurangi pembelian barang dan juga menjadi lebih hemat. *Green product* memang memiliki harga jual yang lebih mahal dibanding produk konvensional. Hal ini memang dirasakan oleh informan 1 seorang IRT yang mengatakan bahwa “Ya, lebih hemat, karena kamiutamakan pakai apa yang sudah ada di rumah, 1 produk bisa untuk semua. Kalaupun harus beli kami beli yang terbaik meskipun lebih mahal karena penggunaannya akan lebih lama”. Selain itu pendapat serupa dikatakan oleh informan 9,” Untuk awal pembelian memang harus menabung dulu karna harga yg mahal dibanding dengan barang yang sekali pakai tapi untuk kedepannya insyaAllah akan

menjadi lebih hemat karna memang *green product* yang saya punya sebagian besar bisa digunakan berulang”

Selain itu penggunaan *green product* dapat menjadi alternatif untuk penggunaan produk sekali pakai atau produk lainnya. Seperti informan 2,5,6,7,8,12 yang sudah memakai pembalut kain sebagai pengganti pembalut sekali pakai. Selain itu produk seperti shampoo dan sabun dari bahan organik lebih ramah lingkungan dan lebih baik efeknya untuk kulit dan menggunakan bahan organik untuk mencuci baju akan menjaga kualitas warna dan tidak membuat kulit iritasi. Informan 1 sudah beralih dari shampoo dan sabun pabrik menggunakan sabun lerak sebagai sabun cuci dan menggunakan shampoo dan sabun organik merek Akuna Indonesia yang lebih cocok di kulit, dan harganya lebih murah. Pendapat dari informan 2 yang mengatakan “Pengeluaran berkurang dan lebih hemat, karena kita tidak membeli barang yang sama dengan jumlah yang berulang”

Penghematan pengeluaran juga terjadi ketika kita menggunakan alat makan dan tumblr. Hal ini dirasakan langsung oleh informan 2 bahwa “pengeluaran menjadi lebih hemat. Pernah membeli es coklat di store yg harusnya harga 24rb ini harga hanya 18rb (karena bawa *tumblr* sendiri)” informan 2 juga merasakan penghematan karena jika beliau lupa membawa kotak makan/minum maka tidak jadi membeli jajan. Beliau mengatakan “Karena saya mulai menerapkan prinsip 'jika tidak membawa wadah maka tidak beli'. Dan saya juga sedang membiasakan diri untuk membawa set wadah saat saya berpergian. Jadi, dalam proses pembiasaan saya, saya dapat menghemat pengeluaran untuk membeli makanan/minuman tersebut”

Pengukuran penurunan pengeluaran dihitung dengan rasio perbandingan. Nilai perbandingan yang digunakan adalah pengeluaran saat masih belum menggunakan *green product* dan pengeluaran setelah menggunakan *green product*. Informan 1 menghitung terkait penggunaan pembalut. “Penggunaan pembalut sekali pakai, 1 bulan \pm 14 pembalut x 1 tahun = 168/pcs x \pm Rp1.500= Rp252.000 Penggunaan pembalut kain, 4 pcs \pm Rp77.000 = Rp26.000/pcs tahan hingga \pm 2 tahun hingga 5 tahun”. informan 4 setelah menggunakan *green product* sampah tidak menumpuk, karena jika sampah menumpuk, harus membayar biaya pembuangan sampah. Informan menjelaskan bahwa “biaya buang sampah, sekali buang 2rb = 1ember hitam yg biasa beli di pasar ukuran M per 1hari sekali. 2rbx30hari=60rb (harusnya) Nah semenjak mengolah sampah jadi ga usah

beli pupuk, soalnya saya mengkompos. Sekarang buang sampah cuma di seminggu 1x yg dimana itu semua sudah di pilah² juga sampahnya”.

Namun masih ada beberapa informan seperti informan 10 dan 11 yang belum bisa melihat perbedaan pengeluaran setelah menggunakan green product. Informan 20 masih belum mengetahui karena masih baru tahun ini menggunakan green product. Sedangkan informan 11 kurang mengetahui terkait perbedaan secara rinci dan tidak menghitung, namun informan 11 mengatakan bahwa “green produk justru menghemat biaya karena sifatnya guna ulang”.

Jika dilihat dari penjabaran di atas penggunaan green product berpengaruh positif terhadap pengeluaran konsumsi. Pengaruhnya adalah para pengguna menjadi lebih hemat dan pengeluaran akan konsumsi berkurang. Meskipun Harga jual lebih mahal daripada produk konvensional atau pabrik. Ketahanan produk yang bisa digunakan jangka lama dapat menjadi lebih hemat. Hal itu karena tidak perlu membeli produk yang sama secara berulang, mendapatkan diskon ketika membawa alat makan dan minum sendiri, selain itu biaya pembuangan sampah menjadi berkurang karena penggunaan green product mengurangi tumpukan sampah dan sampah dapat diolah menjadi pupuk. Selain itu *green product* dapat menjadi alternatif untuk produk konvensional ataupun produk pabrik yang dapat digunakan berulang kali sehingga lebih hemat.

KESIMPULAN

Penerapan *green economy* dengan menggunakan green product sudah sesuai dengan tujuan adanya *green economy* yaitu pengkonsumsian barang dan jasa yang turut mengurangi kerusakan lingkungan, hal ini terlihat karena para pengguna *green product* secara sadar memilih *green product* karena dapat melindungi lingkungan dan untuk mengurangi permasalahan terkait sampah plastik, selain itu para pengguna juga menyukai *green product* karena lebih tahan lama.

Green product berpengaruh positif terhadap pengeluaran konsumsi. Meskipun Harga jual lebih mahal daripada produk konvensional atau pabrik. Ketahanan produk yang bisa digunakan jangka lama dapat menjadi lebih hemat. Hal itu karena tidak perlu membeli produk yang sama secara berulang, mendapatkan diskon ketika membawa alat makan dan minum sendiri, selain itu biaya

pembuangan sampah menjadi berkurang karena penggunaan *green product* mengurangi tumpukan sampah dan sampah dapat diolah menjadi pupuk. Selain itu *green product* dapat menjadi alternatif untuk produk konvensional ataupun produk pabrik yang dapat digunakan berulang kali sehingga lebih hemat. Meskipun ada informan yang tidak mengetahui pengaruh *green product* terhadap pengeluaran konsumsinya, namun pengguna merasakan bahwa *green product* lebih hemat karena dapat digunakan berulang kali.

REFERENSI

- Achir, A. Y., & Kusumaningrum, T. M. (2021). Pengaruh Penggunaan Debit Card, Credit Card, E-Money, dan E-wallet Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa. *Jurnal Manajemen*, 13(3), 554–568. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/jurnalmanajemen/article/view/8503>
- Ariningtyas Prabawati, M. (2022). KONSEP GREEN ECONOMY PADA POLA PRODUKSI DAN KONSUMSI SEBAGAI SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGs) BERKUALITAS BERBASIS EKOLOGI. *Jurnal Sains Edukatika Indonesia (JSEI)*, 4(1), 36–42.
- Budianti, F., & Nurtjahjadi, E. (2023). Pengaruh Green Product dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Produk Tupperware (The Influence of Green Product and Perceived Price on Interest in Buying Tupperware Products). *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 4(3), 195–207.
- Desmawan, D., Fitrianiingsih, Falah, R., Drajat, N. A., Diani, N. W., & Marlina, S. (2023). Pengaruh Jumlah Penduduk Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Tangerang Tahun 2019-2020. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEKOMBIS)*, 2(2), 150–157.
- Ferdiansyah, M. R. A., Andriansyah, M. R., Marestasari, A., & Yuliwindarti. (2023). Penerapan Green Economy: Seberapa Hijau Ekonomi Indonesia Ditinjau Dari Pertumbuhan Ekonomi, Populasi, Dan Energi Terbarukan Tahun 1990-2020. *Jurnal Ilmiah Penalaran Dan Penelitian Mahasiswa*, 7(1), 54–75.
- Hardoyono, F. (1970). Menggagas Dakwah Penyelamatan Lingkungan. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 3(1), 20–36. <https://doi.org/10.24090/komunika.v3i1.112>
- Hari Kristianto, A. (2020). SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGs) DALAM KONSEP GREEN ECONOMY UNTUK PERTUMBUHAN EKONOMI BERKUALITAS BERBASIS EKOLOGI. *Business, Economics and Entrepreneurship*, 2(1), 27–38. <https://doi.org/10.46229/b.e.e..v2i1.134>

- Hasanah, H., & Suprianik. (2022). GREEN ECONOMY DAN HALAL ECONOMY KOLABORASI SOLUTIF MENJAWAB TANTANGAN EKONOMI GLOBAL. *Wacana Equilibrium: Jurnal Pemikiran & Penelitian Ekonomi*, 10(2), 98–103.
- Hendarsih, I. (2017). Analisis konsep green product sebagai pelaksanaan etika bisnis pada perusahaan. *Widya Cipta*, 1(1), 76–85.
- Kurdi, S. Z. (2008). Pengaruh Emisi co2 dari Sektor Perumahan Perkotaan Terhadap Kualitas Lingkungan Global. *Jurnal Permukiman*, 3(2), 137. <https://doi.org/10.31815/jp.2008.3.137-150>
- Lathifah, A. R. Al, & Widyastuti, D. a. (2018). Pengaruh Green Product Terhadap Minat Pembelian Ulang (Studi pada Produk Lampu LED Merek PHILIPS). *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI)*, 1(1), 15–28.
- Nabila, R., & Arinta, Y. N. (2020). Development Green Economy Model for Welfare Indonesia. *ISAS Publisihing*, 6(2), 327–335.
- Prastiwi, I. E., & Fitria, T. N. (2020). Budaya Hedonisme dan Konsumtif dalam Berbelanja Online Ditinjau dari Perpektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 731. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1486>
- Rachmiarti Kusumah, J. (2020). Green Product Sebagai Penerapan Etika Bisnis Pada Perusahaan Produsen Cat. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(5), 451–463. <https://doi.org/10.31933/jimt.v1i5.205>
- Takahindangen, W. C., Rotinsulu, D. C., & Tumilaar, R. L. H. (2021). Analisis Perbedaan Pengeluaran Konsumsi Pengemudi Ojek Online Grab Sebelum dan Sesudah Menjadi Pengemudi Ojek Online di Kota Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 21(01), 37–46.
- Wandari, N. K. M. A., & Darma, G. (2021). Pengelolaan Karakter Green-Behavior Pada Generasi Milenial Dalam Meningkatkan Minat Penggunaan Green-Product. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 6(1), 49–61.
- Wiranto, A., & Adialita, T. (2020). Pengaruh Green Product Knowledge, Green Trust Dan Perceived Price Terhadap Green Purchase Intention Konsumen Amdk Merek Aqua Dengan Botol 100% Recycled. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 16(2), 174–184. <https://doi.org/10.26593/jab.v16i2.4261.174-184>
- Zakia, A., Adisti, A. A., & Asmarani, A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kelas Sosial: Gaya Hidup, Daya Beli Dan Tingkat Konsumsi (Literature Review Msdm). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 449–457.