

DAMPAK PROGRAM EKONOMI HIJAU TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGURANGAN PENGGUNAAN PLASTIK DI FARMERS MARKET PALEMBANG

Shinta Jumiarsih, Nova Yanti Maleha, Saprida

Program Studi Ekonomi Syariah, Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah

Indo Global Mandiri

Email: jumiarsihshinta@gmail.com

Abstract

Environmental problems are no longer foreign to Indonesian society. One of the most influential factors on environmental problems is plastic. The impact of plastic on the environment is one of the negative impacts of environmental pollution that nature must bear due to the presence of plastic waste. One of the places that uses the most plastic is supermarkets. This study aims to determine whether the green economy program has a significant effect on changes in consumer behavior in reducing plastic use at Farmers Market Palembang. This study includes field research, with the research population being all Farmers Market consumers in 2025, the sample taken was 100 consumers. The data analysis method used is data instrument test (validity test, reliability test and normality test) simple linear regression test (determination coefficient test, t test) assisted by SPSS 27. The results of the study showed that the results of the hypothesis analysis with the partial t test showed a calculated t value of 3.218 t table 1.661 and a significant value of 0.02 smaller than 0.05 (sig (0.02) < 0.05) with a positive coefficient value of 0.528. Based on these results, it can be stated that the Go Green Impact variable (X) partially has a significant and positive influence on Consumer Behavior (Y), thus it can be concluded that Ha is accepted and Ho is rejected indicating that the go green impact has a positive and significant influence on consumer behavior. Green economy programs can influence consumer behavior towards more environmentally friendly consumption patterns, but their effectiveness can be increased through a more intensive incentive and education approach.

Keywords: *Green Economy Impact, Consumer Behavior, Green Economy Concept, Changes in Consumer Behavior.*

Abstrak

Permasalahan lingkungan hidup sudah tidak asing lagi bagi masyarakat Indonesia. Faktor yang paling berpengaruh terhadap permasalahan lingkungan hidup salah satunya adalah plastik. Dampak plastik terhadap lingkungan merupakan salah satu dampak negatif pencemaran lingkungan yang harus ditanggung alam akibat hadirnya sampah plastik. Salah satu tempat yang paling banyak menggunakan plastik yaitu super market. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah program ekonomi hijau berpengaruh secara signifikan terhadap perubahan perilaku konsumen dalam mengurangi penggunaan plastik di Farmers Market Palembang. Penelitian ini termasuk penelitian lapangan, dengan populasi penelitian adalah seluruh konsumen Farmers Market pada tahun 2025, sampel yang diambil sebanyak 100 orang konsumen. Metode analisis data yang digunakan yaitu uji instrumen data (uji validitas, uji reliabilitas dan uji normalitas) uji regresi linier sederhana (uji koefisien determinasi, uji t) yang di bantu dengan SPSS 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil analisis hipotesis

dengan uji t parsial menunjukkan nilai t hitung 3.218 > tabel 1,661 dan nilai signifikan sebesar 0,02 lebih kecil 0,05 ($\text{sig} (0,02) < 0,05$) dengan nilai koefisien positif yaitu 0,528. Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa variable Dampak Go green (X) secara parsial mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap Perilaku Konsumen (Y), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak menunjukkan bahwa dampak go green memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen. Program ekonomi hijau dapat mempengaruhi perilaku konsumen menuju pola konsumsi yang lebih ramah lingkungan, namun efektivitasnya dapat ditingkatkan melalui pendekatan insentif dan edukasi yang lebih intensif.

Kata Kunci: *Dampak Ekonomi Hijau, Perilaku Konsumen, Konsep Ekonomi Hijau, Perubahan Perilaku Konsumen.*

PENDAHULUAN

Dampak plastik terhadap lingkungan merupakan salah satu dampak negatif pencemaran lingkungan yang harus ditanggung alam akibat hadirnya sampah plastik. Dampaknya ternyata cukup signifikan. Seperti yang kita ketahui, plastik sudah menjadi elemen yang sangat diperlukan dalam kehidupan masyarakat. Diperkirakan antara 500 juta hingga 1 miliar kantong plastik digunakan oleh penduduk dunia dalam setahun. Konsumsi plastik yang berlebihan menghasilkan sampah plastik dalam jumlah besar karena, bukan berasal dari biologi, plastik sulit terurai. Diperkirakan plastik membutuhkan waktu antara 100 hingga 500 tahun untuk terurai sempurna. Sampah kantong plastik mempunyai kemampuan mencemari tanah, air, laut bahkan udara. (Bakhtiar & Fatia Ulfa, 2024)

Hubungan antara pertumbuhan ekonomi dan lingkungan hidup secara umum. Hal ini dianggap kontroversial, teori ekonomi tradisional mengangkat konsep kompromi antar pilihan, antara perkembangan ekonomi dan kelestarian lingkungan. Sejak awal tahun 1990an, literatur empiris dan teoritis mengalami perkembangan pesat mengenai Kurva Lingkungan. Kuznets telah menyimpulkan dari Kurva Lingkungan Hura -hura (EKC) bahwa hubungan antara. Pertumbuhan ekonomi dan lingkungan dapat mempunyai konsekuensi positif dan oleh karena itu, Pertumbuhan sangat penting untuk memperbaiki lingkungan. Dalam bidang ekonomi, polusi dianggap sebagai eksternalitas. Hal ini terjadi ketika satu orang atau lebih menderita kerugian atau kerusakan. Hilangnya kesejahteraan mereka. Meskipun setiap situasi kegiatan ekonomi dapat menghasilkan eksternalitas sedangkan ekonom tidak bisa. (Bakhtiar & Fatia Ulfa, 2024)

Ekonomi Hijau adalah ide yang menyatukan upaya ekonomi dengan perlindungan lingkungan dan kesejahteraan sosial. Pusat dari konsep ekonomi hijau adalah menciptakan sebuah pola pembangunan yang berkelanjutan, yang artinya pertumbuhan ekonomi dapat terjadi tanpa merugikan kelestarian lingkungan atau kesejahteraan generasi mendatang. (Anwar, 2022)

Penggunaan plastik telah menjadi salah satu masalah besar dalam bidang lingkungan global. Beralih ke produk-produk ramah lingkungan dan mengurangi penggunaan plastik di supermarket merupakan langkah strategis dalam upaya perlindungan lingkungan hidup. Namun setelah program ekonomi hijau ini diterapkan di Farmers market hanya sekitar 30% saja yang mendukung program tersebut sisanya konsumen mulai menilai ulang kenyamanan dan kemudahan sehingga banyak terjadi komplek dari program go green ini yang juga menyebabkan penurunan pembelian dari konsumen.

Berdasarkan penjelasan di atas kemudian peneliti hendak menganalisis sejumlah variabel yaitu dampak ekonomi hijau. Melalui analisis variabel itu, bisa diketahui pengaruhnya pada perilaku konsumen di Farmers Market. Kemudian dari hasil analisis

itu bisa di gunakan untuk mengatasi dampak dari pengurangan penggunaan plastik di Farmers Market Palembang. Sehingga peneliti tertarik meneliti dengan judul “Dampak program ekonomi hijau terhadap perilaku konsumen dalam pengurangan penggunaan plastik di Farmers Market Palembang”. Maka peneliti membuat rumusan masalah yaitu Apakah program ekonomi hijau berpengaruh secara signifikan terhadap perubahan perilaku konsumen dalam mengurangi penggunaan plastik di Farmers Market Palembang ?

LITERATUR REVIEW

Ekonomi Hijau

Ekonomi hijau adalah suatu pendekatan dalam pengembangan ekonomi yang berfokus pada keberlanjutan lingkungan. Tujuan utamanya adalah mencapai pertumbuhan ekonomi yang seimbang dengan menjaga keseimbangan ekosistem dan mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan alam. Konsep ini mengakui bahwa ekonomi dan lingkungan saling berhubungan, sehingga pertumbuhan ekonomi harus memperhatikan isu lingkungan. Konsep yang sering disebut sebagai ekonomi berkelanjutan ini bertujuan untuk mendorong penggunaan sumber daya dengan efisiensi guna mengurangi limbah dan polusi. Di samping itu, konsep ekonomi hijau memasukkan kepedulian terhadap lingkungan ke dalam kebijakan dan keputusan ekonomi, serta mendorong pengembangan serta pemanfaatan teknologi yang bertanggung jawab terhadap lingkungan. Dalam beberapa tahun terakhir, Konsep Ekonomi Hijau semakin diperkenalkan dan berkembang sebagai respons terhadap perubahan iklim serta kerusakan lingkungan, serta kebutuhan untuk menyelaraskan pertumbuhan ekonomi dengan prinsip keberlanjutan. Gerakan ekonomi hijau bertujuan untuk menyempurnakan sistem ekonomi yang cenderung abai terhadap kerusakan lingkungan dan keberlanjutan sumber daya alam. Dengan pendekatan ini diharapkan tercipta sistem ekonomi yang mendukung keberlanjutan dan kesejahteraan manusia dalam jangka panjang, tanpa merugikan lingkungan. (Anwar, 2022)

Kementerian Lingkungan Hidup sebelumnya menyelenggarakan seminar dengan topik ekonomi hijau sebagai tanggapan atas kekhawatiran yang berkembang tentang berbagai masalah pencemaran dan kerusakan lingkungan di tingkat global dan lokal serta perubahan iklim (climate change). Seminar ini bertujuan untuk mengembangkan konsep ekonomi hijau sebagai konsep ekonomi untuk suatu dunia nyata, dunia kerja, kebutuhan manusia, material yang ada di bumi ini dan bagaimana hal-hal tersebut dapat hidup berdampingan secara harmonis, terutama "nilai guna" dan bukan "nilai tukar" atau uang, yang peduli terhadap kualitas bukan kuantitas, peduli tentang regenerasi dari individu, komunitas, tatanan lingkungan (ecosistem) dan bukan akumulasi dari uang atau material. (Wahidah, 2022)

UNEP mengusulkan konsep mengenai "Green economy" pada Oktober 2008 untuk membantu upaya menurunkan emisi gas rumah kaca. Gagasan "green economy" tersebut bertujuan untuk menawarkan peluang yang signifikan dalam upaya memanfaatkan konsep "green economy" sebagai penunjang pelaksanaan pembangunan yang berfokus pada aspek lingkungan dan ekosistem. (Wahidah, 2022)

Gagasan ekonomi hijau telah mendapatkan popularitas dalam beberapa tahun terakhir karena konsisten dengan upaya yang dilakukan oleh komunitas internasional untuk menemukan jawaban atas berbagai tatanan global yang sedang berlangsung saat ini. Harus ditekankan bahwa belum ada penjelasan yang jelas tentang bagaimana gagasan ekonomi hijau ini terkait dengan konsep yang berkaitan dengan aspek lain. Gagasan

ekonomi hijau saat ini didirikan untuk memperluas dan melengkapi konsep ekonomi hijau yang ada dengan membahas memperluas dan melengkapi konsep ekonomi hijau yang ada dengan membahas isu-isu yang lebih hemat biaya untuk produk ramah lingkungan (economy to green requirements). (Rusiadi et al, 2024)

Konsep Ekonomi Hijau

Indonesia baru-baru ini mulai mengadopsi kebijakan dan strategi ekonomi ramah lingkungan, dengan fokus pada pengelolaan sumber daya yang lebih efisien dan pengenalan teknologi ramah lingkungan. Ekonomi hijau Indonesia berfokus pada energi terbarukan, yang berperan penting dalam mengurangi emisi karbon dan mendukung pembangunan berkelanjutan. (Prita Prasetya & Ali, 2024)

Konsep ekonomi hijau berfokus pada mendorong pertumbuhan ekonomi sekaligus menjamin kelestarian lingkungan dan kesejahteraan sosial. Tujuannya adalah untuk mengurangi risiko lingkungan dan mendorong penggunaan energi terbarukan dan inovasi ramah lingkungan. Menurut Rutkowska dan Sulich (2019), ekonomi hijau merupakan landasan penting bagi pembangunan regional dan global, terutama dalam mendukung keberlanjutan jangka panjang, dan transisi menuju ekonomi hijau merupakan landasan penting bagi pembangunan regional dan global, terutama dalam mendukung keberlanjutan jangka panjang menimbulkan tantangan yang signifikan. Sumber daya alam di Indonesia, ekonomi hijau didefinisikan sebagai integrasi kebijakan keberlanjutan yang menekankan energi terbarukan, efisiensi sumber daya, dan teknologi hijau. Transisi menuju perekonomian ramah lingkungan dapat memperkuat perekonomian negara-negara berkembang dengan mendorong investasi pada pertanian berkelanjutan, energi ramah lingkungan, dan transportasi ramah lingkungan. (Prita Prasetya & Ali, 2024)

Perilaku Konsumen

Konsumen adalah bagian penting dalam keberlangsungan sebuah perusahaan, sehingga hal tersebut mengharuskan perusahaan untuk lebih mengerti dan mengetahui perilaku konsumen mereka, dan bagaimana perusahaan memberikan produk yang berkualitas kepada konsumennya (Adesti & Aravik, 2023). Berbagai teori mengenai perilaku konsumen, salah satu perilaku konsumen yang sangat berpengaruh dalam kegiatan ekonomi adalah keputusan pembelian, karena tujuan dari sebuah kegiatan ekonomi mulai dari produksi hingga pemasaran bertujuan agar konsumen melakukan pembelian atas produk tersebut. Namun sebelum seorang konsumen melakukan keputusan pembelian akan dipengaruhi oleh faktor-faktor yang memengaruhi atas produk tersebut. (Wibowo et al.,2020.)

Perilaku konsumen adalah inti dari bisnis, dan perilaku ini sangat menarik. Apa yang harus dibeli, di mana membeli, kapan membeli, berapa banyak yang harus dibeli, dan seberapa sering membeli adalah semua hal yang harus dijawab saat berbicara tentang perilaku pembelian (Resti, et.al, 2021). Mengetahui apa yang akan dibeli pelanggan akan membantu manajemen membuat rencana untuk produk yang akan diproduksi dan dipasarkan. Mengetahui di mana dan kapan pembelian akan dilakukan juga akan membantu mereka memilih sistem dan jalur distribusi yang akan digunakan untuk mengirimkan produk ke pelanggan. Informasi tentang jumlah dan frekuensi pembelian dapat digunakan oleh manajemen untuk membentuk harga produk yang kompetitif; perilaku pembelian konsumen juga memberikan wawasan tentang niat beli, yang dapat mempengaruhi niat beli dan siapa yang memutuskan untuk membeli. Ini dikenal sebagai dimensi atau indikator perilaku pembelian. (Nanda Hanifah et al.,2022.)

Program Pengurangan Plastik di Farmers Market Palembang.

Polusi plastik mewakili kesadaran global yang signifikan terhadap lingkungan yang memiliki tujuan perdebatan pada dekade ini (Sedek, 2021). Indonesia, sebagai negara yang menghasilkan banyak sampah plastik, menghadapi beragam tantangan dalam upaya mengelola dan mengurangi dampak negatifnya. Agar dapat mengatasi tantangan ini dengan lancar, Farmers Market telah memulai penerapan program pengurangan penggunaan kantong plastik di supermarket. Tujuan dari program ini adalah untuk mengurangi jumlah residu plastik, memotivasi klien untuk menggunakan banyak barang bekas dan mengurangi penggunaan kantong plastik bekas yang sering digunakan oleh perusahaan kecil. (Spranz dan Schlüter, 2023)

Kesadaran konsumen akan timbul dan semakin kuat, jika mereka diberikan informasi dan pengetahuan yang lengkap dan akurat tentang isu lingkungan. Pengetahuan konsumen yang baik akan mendorong perilaku positif terhadap keberlangsungan lingkungan. Semakin tinggi tingkat pengetahuan masyarakat terhadap lingkungan akan semakin meningkatkan kesadaran untuk membeli produk ramah lingkungan. (Jati & Waluyo, 2012). Oleh karena itu, Farmer Market menerapkan strategi, di antaranya menciptakan dan menggunakan komponen ramah lingkungan, seperti penyediaan kantong kain, mengelola kardus bekas sebagai pengganti kantong kain jika konsumen enggan membeli kantong kain yang di bandrol harga mulai dari Rp.4.900,- sampai Rp.21.900,- dan mencantumkan label ramah lingkungan (eco-labelling) untuk melakukan standarisasi produk, sertifikasi, serta mengomunikasikan bahwa produk yang mereka tawarkan masuk ke dalam klasifikasi produk ramah lingkungan. (Utami, 2020)

METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Farmers Market yang berada di PTC Mall LG, Jl. R. Sukanto No.8a, 8 Ilir, Ilir Timur II, 30164 Provinsi Sumatra Selatan Kota Palembang. Supermarket tersebut merupakan salah satu supermarket terlengkap dengan pelayanan terbaik diantara supermarket lainnya. Sesuai dengan objek penelitian yaitu Dampak program ekonomi hijau terhadap perilaku konsumen dalam pengurangan penggunaan plastik di Farmers Market Palembang.

Jenis Penelitian

Menurut Arikunto (2019, hlm. 136) metode penelitian adalah cara utama yang digunakan peneliti untuk mencapai tujuan dan menentukan jawaban atas masalah yang diajukan. Jenis data yang di kumpulkan pada penelitian ini adalah jenis data kuantitatif. Jenis penelitian ini adalah pendekatan penelitian lapangan (*field research*) yakni untuk menganalisis tentang Dampak program ekonomi hijau terhadap perilaku konsumen dalam pengurangan penggunaan plastik di Farmers Market Palembang. Peneliti dalam menganalisis data yang diperoleh di lapangan menggunakan program *software spreadsheet* seperti *microsoft excel*, dan juga program statistik SPSS versi 24. (Ghozali, 2013)

Sumber Data

Banyak sumber data digunakan dalam penelitian ini, baik sumber data primer maupun skunder. Semua sumber data ini berkaitan dengan subjek penelitian.

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer yaitu sumber data yang didapatkan dari lapangan yaitu melalui wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur. (Bungin, 2015), maka sumber data tersebut diperoleh langsung dari beberapa konsumen di Farmers Market yang berada di Provinsi Sumatra Selatan Kota Palembang.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang telah disusun oleh pihak lain dalam bentuk artikel jurnal, buku, dan laporan-laporan (Sugiyono, 2013). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah artikel jurnal, buku, dan peraturan pemerintah yang terkait topik bahasan penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Di dalam paradigma penelitian kuantitatif dan dikumpulkan dengan metode pengumpulan data yang dimaksud untuk memperoleh informasi yang relevan, akurat dan reliable. Metode yang digunakan antara lain:

1. Observasi

Metode observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian sehingga didapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut. (Sugiyono, 2012)

2. Kuesioner

Menurut Sugiyono kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. (Sugiyono, 2017) Tipe pertanyaan dalam kuesioner dibagi menjadi dua, yaitu terbuka dan tertutup. Pertanyaan terbuka adalah pertanyaan yang diharapkan responden untuk menuliskan jawabannya berbentuk uraian tentang suatu hal. Sebaliknya pertanyaan tertutup adalah pertanyaan yang mengharapkan jawaban singkat atau mengharapkan responden untuk memilih salah satu alternatif jawaban dari setiap pertanyaan yang telah tersedia. Setiap pertanyaan kuesioner yang mengharapkan jawaban berbentuk data nominal, ordinal, interval, dan ratio adalah bentuk pertanyaan tertutup. Adapun skala yang sering dipakai dalam penyusunan kuesioner adalah skala likert. . Yaitu skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban dengan pihak sebagai berikut :

Tanda	Keterangan	Bobot
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Tabel Kriteria Instrumen Pengumpulan Data
Sumber : (Sugiono, 2017)

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah bukti studi kasus khusus yang tidak ditemukan dalam observasi dan kuesioner. Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data dari Farmers Market Kota Palembang, yang terletak di Provinsi Sumatra Selatan.

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono pengertian populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2012) Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Farmer Market pada tahun 2024 sebanyak 1000 orang yang berasal dari berbagai latar belakang demografi, termasuk berbagai kelompok usia, jenis kelamin, dan tingkat sosial ekonomi.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah populasi yang diambil dengan cara-cara tertentu, jelas, lengkap, dan dapat dianggap mewakili populasi. Untuk menemukan ukuran dalam pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan Random Sampling populasi yang berjumlah 1000 pelanggan untuk dipilih menjadi anggota sampel. Sampel penelitian sendiri merupakan gambaran umum mengenai populasi yang mampu mewakili populasi yang diamati. Untuk menetapkan sebuah sampel pada penelitian ini berdasarkan pada perhitungan yang menggunakan rumus Slovin. Secara matematis, rumus Slovin ditulis dengan:

Keterangan:

n : jumlah sampel

N: jumlah populasi

Ne: Persen kelonggaran (10%)

Berdasarkan rumusan di atas, maka hasil perhitungan jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah:

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 100 orang konsumen yang berbelanja di Farmer Market Palembang.

Teknik Analisa Data

Analisis data merupakan upaya yang dilakukan untuk mengklasifikasi dan mengelompokkan data. Pada tahap ini dilakukan upaya mengelompokkan, menyamakan data yang sama dan membedakan data yang memang berbeda, serta menyisihkan pada kelompok lain data yang serupa, tetapi tidak sama. Teknik analisis data pada penelitian ini dibantu dengan menggunakan SPSS 27. Dalam rangka pengklasifikasian dan pengelompokkan data tentu harus didasarkan pada apa yang menjadi tujuan penelitian. Tujuan penelitian itu sendiri adalah memecahkan masalah yang memang menjadi fokus penelitian. Jika dalam penelitian itu terdapat hipotesis, jawaban terhadap masalah penelitian yang memerlukan penelitian yang memerlukan pembuktian, maka sesungguhnya masalah, hipotesis dan tujuan penelitian merupakan suatu kesatuan yang membimbing ke arah mana analisis data (termasuk penyediaan data) itu dilakukan. Oleh karena itu, ingatan peneliti terhadap ketiga hal itu dalam rangka analisis data haruslah benar-benar terfokus. Dengan dasar itulah pengelompokkan, pengklasifikasian data dapat dilakukan. (Octaviani & Sutriani, 2019)

Uji Regresi Linear Sederhana

Regresi linear sederhana digunakan untuk mengidentifikasi pengaruh variabel Dampak go-green (X) terhadap Perilaku Konsumen (Y). Melalui regresi linear sederhana akan dilakukan pengujian untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel X terhadap variabel Y dengan menggunakan SPSS 27 dan hasil yang diperoleh sebagai berikut:

Tabel
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.833	4.272		2.536	.013
	Dampak Go-green (X)	0.528	.164	.361	3.218	.002

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumen (Y)

Tabel Hasil Uji Regresi Linear Sederhana. Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel diatas hasil pengeloaan data nilai constant (konstanta) dan B maka diperoleh persamaan regresi, yaitu $Y=a+bx= 10.833 + 0.528 x$. Nilai konstanta (a) memiliki nilai positif sebesar 10,833. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel independen yang meliputi Dampak Go green (X) bernilai 0 atau tidak mengalami perubahan, maka nilai Perilaku Konsumen (Y) adalah 10,833. Nilai koefisien regresi untuk variabel Dampak Go green (X) yaitu sebesar 0,528. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh positif antara variabel Dampak Go green (X) dan Perilaku Konsumen (Y). Hal ini artinya jika variabel Dampak Go green (X) mengalami kenaikan sebesar 1%, maka variabel Perilaku Konsumen (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,528

Uji t Parsial

Menurut Ghozali uji t statistik pada dasarnya menunjukkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dasar Pengambilan Keputusan bila t hitung > t tabel dengan nilai sig < 0,05 dimana Ho, ditolak sedangkan Ha diterima. Hal tersebut menjelaskan adanya keterkaitan secara signifikan dari variabel terikat bila t hitung < t tabel dengan nilai sig ≥ 0,05 dimana Ho, diterima sedangkan Ha ditolak. Hal tersebut menjelaskan tidak terdapat keterkaitan secara signifikan dari variabel tersebut.

**Tabel
 Hasil Uji t Parsial**

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.833	4.272		2.536	.013
	Dampak Go-green (X)	0.528	.164	.361	3.218	.002

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumen (Y)

Tabel Hasil Uji t Parsial. Sumber: Data primer diolah, 2025

Hubungan Fungsional	Pengujian Hipotesis		
	t Hitung	Signifikasi	t Tabel
Dampak Go green Terhadap Perilaku Konsumen	3.218	0,02	1.98447

$$t \text{ tabel} = t [a : (d f = n - k - 1)]$$

$$= t [0,05 : (d f = 100 - 1 - 1)]$$

$$= t [0,05 : 98]$$

$$t \text{ tabel} = 1,661$$

Keterangan :

a = tingkat signifikan

n = jumlah sampel

k = jumlah keseluruhan variable independent

df = derajat kebebasan

Berdasarkan hasil analisis hipotesis dengan uji t parsial menunjukkan nilai t hitung 3.218 t tabel 1,661 dan nilai signifikan sebesar 0,02 lebih kecil 0,05 (sig (0,02) < 0,05) dengan nilai koefisien positif yaitu 0,528. Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa variable Dampak Go green (X) secara parsial mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap Perilaku Konsumen (Y), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak.

Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini membahas tentang hasil dari penelitian yang telah dilakukan untuk menjawab rumusan masalah penelitian yaitu apakah program Go green berpengaruh secara signifikan terhadap perubahan perilaku konsumen dalam mengurangi penggunaan plastik di Farmers Market Palembang. Untuk menjawab rumusan masalah yang terdapat pada penelitian, maka penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner terhadap pengunjung Farmers Market sebanyak 100 responden. Kemudian data yang telah dikumpulkan diolah kembali dengan menggunakan IBM SPSS

27. Untuk lebih merinci lagi hasil penelitian dan pengujian tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Dampak program ekonomi hijau terhadap perilaku konsumen dalam pengurangan penggunaan plastik di Farmers Market Palembang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel Dampak Go green adalah sebesar 3.218 sedangkan nilai t_{tabel} yaitu sebesar 1,661 ($df = 100 - 2 = 98$). Sedangkan pada nilai signifikansinya yaitu sebesar 0.02 lebih kecil dari pada taraf signifikansi (α) 0.05. Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.218 > 1,661$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari pada taraf signifikansi (α) 0.05 ($0.02 < 0.05$), maka hipotesis yang mengatakan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan variabel Dampak Go green terhadap perilaku konsumen dalam pengurangan penggunaan plastik di Farmers Market Palembang.

Pada hasil kuesioner pernyataan dari variabel Dampak Go green diperoleh jawaban yang memiliki nilai rata-rata tertinggi yang mana pertanyaannya yaitu "Apakah program Go green di Farmers Market Palembang berpengaruh terhadap kesadaran masyarakat akan pengurangan penggunaan plastik." Memiliki nilai sebesar 91% sangat setuju jika dengan adanya program tersebut masyarakat sadar akan pengurangan penggunaan plastik, sedangkan sisanya 9% memilih netral. Hal ini menunjukkan bahwa Program go green yang di terapkan oleh Farmers Market berpengaruh positif terhadap penggunaan plastik yang diteliti dalam penelitian ini.

Pada hasil kuesioner pernyataan dari variabel Dampak go green tanggapan responden terhadap go green di Farmers Market yaitu pada pernyataan "program go green mendorong saya untuk mengurangi plastik saat berbelanja." Memiliki nilai sebesar 27%. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada konsumen yang menggunakan plastik dan meminta plastik sebagai kantong untuk berbelanja karna lebih efisien dan lebih murah.

Pada hasil kuesioner pada pernyataan dari variabel Perilaku Konsumen, diperoleh jawaban dari responden yang memiliki nilai rata-rata tertinggi pada pertanyaan "Apakah menurut anda program go green di farmers market mengganggu kenyamanan saat berbelanja?". Dengan nilai sebesar 45%. hal ini menunjukkan bahwa Konsumen farmers market lebih setuju jika masih di sediakan plastik berbayar karna banyak konsumen tidak bersedia untuk menggunakan shopping bag atau kardus sebagai alternatif yang akan mengganggu kenyamanan berbelanja di Farmers Market Palembang

Pada hasil kuesioner pada pernyataan dari variabel Perilaku Konsumen, diperoleh jawaban dari responden yang memiliki nilai rata-rata tertinggi pada pertanyaan "jika di beri insentif seperti diskon dan hadiah untuk pelanggan apakah mempertimbangkan untuk ikut serta dalam program go green?". Dengan nilai sebesar 73%. Hal ini menunjukkan bahwa Konsumen farmers market setuju jika ada diskon atau hadiah untuk yang membawa shopping bag sendiri karna menjadi penyemangat untuk berbelanja di Farmers Market Palembang.

Pada hasil kuesioner pada pernyataan dari variabel Perilaku Konsumen, diperoleh jawaban dari responden yang memiliki nilai rata-rata tertinggi pada pertanyaan "Apakah program go green mempengaruhi keputusan pembelian?". Dengan nilai sebesar 51%. hal ini menunjukkan bahwa Konsumen farmers market sering membatalkan belanjanya di karnakan susah untuk menggunakan kardus dan juga tidak mau menggunakan shopping bag karna terlalu mahal sehingga mengurangi atau membatalkan pembelian suatu produk yang akan membuat omset perusahaan menurun.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alya Nabila(2020) dalam penelitiannya yang berjudul Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan Tas Belanja Atas Kebijakan Bogor Tanpa Kantong Plastik(Studi Kasus pada

Konsumen Yogya Grand Dramaga. Hasil penelitian yaitu Variabel Perilaku Konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap Penggunaan Tas Belanja.

Dampak Go green berpengaruh secara signifikan terhadap Perilaku Konsumen dalam membeli produk di Farmers Market Palembang karena kepuasan diukur dari sebaik apa harapan pelanggan dipenuhi. Konsumen akan merasa puas bila keinginan konsumen telah terpenuhi oleh perusahaan sesuai dengan yang diharapkan. Pembelian secara berulang yang dilakukan pelanggan menunjukkan adanya keterikatan dan dapat mengukur nilai kepuasan pelanggan terhadap produk perusahaan.

2. Menurut Pandangan Ekonomi Islam Dampak program ekonomi hijau terhadap perilaku konsumen dalam pengurangan penggunaan plastik di Farmers Market Palembang

Fenomena kerusakan lingkungan akibat limbah plastik menjadi perhatian global. Salah satu solusi yang dikembangkan adalah konsep ekonomi hijau, yaitu sistem ekonomi yang menekankan keberlanjutan dan kelestarian lingkungan. Program ini mulai diterapkan di berbagai daerah, termasuk dalam bentuk pengurangan penggunaan plastik di supermarket seperti Farmers Market Palembang. (Akbar et al., 2022).

Dalam pandangan Ekonomi Islam, menjaga lingkungan adalah bagian dari tanggung jawab moral dan spiritual. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji bagaimana program ini memengaruhi perilaku konsumen dari perspektif nilai-nilai Islam. (Chapra, 1996)

Konsep ekonomi hijau dalam Islam menekankan prinsip keadilan, keberlanjutan, keseimbangan (mizan), dan tanggung jawab sebagai khalifah di bumi. Prinsip ini relevan dengan ekonomi hijau yang mengedepankan penggunaan sumber daya secara bertanggung jawab, termasuk pengurangan limbah plastik. (Nasr, 1968). Sesuai dengan Quran QS. Al-A'raf 7: Ayat 31 dan QS. Al-A'raf 7: Ayat 56

Allah Subhanahu Wa Ta'ala berfirman:

يٰۤاٰدَمُ خُذْ وَاٰزِيۡنَتَكَمۡ عِنۡدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَّكُلُوۡا وَاَشْرَبُوۡا وَاَلۡتَسْرِفُوۡا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ
الۡمُسْرِفِيۡنَ

"Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan."

Allah Subhanahu Wa Ta'ala berfirman:

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ

"Dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi setelah (diciptakan) dengan baik. Berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut dan penuh harap. Sesungguhnya rahmat Allah sangat dekat kepada orang yang berbuat kebaikan."

Implementasi program ekonomi hijau di Farmers Market Palembang terbukti mendorong perilaku konsumen yang lebih bertanggung jawab, khususnya dalam mengurangi penggunaan plastik melalui peningkatan awareness lingkungan sesuai nilai-nilai Islam tentang khalifah dan larangan israf. (Suhartanto et al., 2023)

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada subjek Dampak program ekonomi hijau terhadap perilaku konsumen dalam pengurangan penggunaan plastik di Farmers Market Palembang, maka dapat disimpulkan berdasarkan hasil analisis hipotesis dengan uji t parsial menunjukkan nilai t hitung 3.218 t tabel 1,661 dan nilai signifikan sebesar 0,02 lebih kecil 0,05 ($\text{sig}(0,02) < 0,05$) dengan nilai koefisien positif yaitu 0,528. Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa variable Dampak Go green (X) secara parsial mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap Perilaku Konsumen (Y), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak menunjukkan bahwa dampak go green memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen. Dampak program ekonomi hijau berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumen dalam pengurangan penggunaan plastik di Farmers Market Palembang karena dapat dilihat pada pembahasan mengenai persepsi go green, bahwa hampir seluruh responden sudah mengetahui adanya aturan Farmers Market tanpa kantong plastik dan hanya sebagian konsumen yang sudah membawa tas belanja sendiri (eco-bag) saat mereka akan berbelanja di Farmers Market Palembang.

Berdasarkan koefisien determinasi sebesar 0,131, sehingga bisa disimpulkan Kemampuan variabel Dampak Go green (X) menerangkan Variabel Perilaku Konsumen (Y) adalah 13,1% sedangkan 86,9% dijelaskan oleh faktor lain seperti promosi, kualitas pelayanan, diskon.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa Sebagian besar konsumen menunjukkan peningkatan kesadaran terhadap pentingnya pengurangan plastik, meskipun implementasinya masih menghadapi tantangan seperti kenyamanan dan efisiensi dalam berbelanja. Responden cenderung lebih bersedia mengurangi penggunaan plastik jika diberikan insentif seperti diskon atau hadiah. Namun, masih ada sebagian konsumen yang tetap memilih menggunakan kantong plastik karena alasan praktis dan biaya. Program ekonomi hijau dapat mempengaruhi perilaku konsumen menuju pola konsumsi yang lebih ramah lingkungan, namun efektivitasnya dapat ditingkatkan melalui pendekatan insentif dan edukasi yang lebih intensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adesti, B. A., & Aravik, H. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Leasing Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada PT. FIF Group Cabang Bukit Palembang. *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JURBISMAN)*, 1(1), 37-62.
- agusafeb,+LINA+MARKHA+MASTUROH (1). (n.d.).
- Anwar, M. (n.d.-a). *Green Economy Sebagai Strategi Dalam Menangani Masalah Ekonomi Dan Multilateral*.
- Anwar, M. (n.d.-b). *Green Economy Sebagai Strategi Dalam Menangani Masalah Ekonomi Dan Multilateral*.
- 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.
- Bakhtiar, R., & Fatia Ulfa, E. (n.d.). *Teori Ekonomi Hijau Di Lima Negara Go-Green*.
- Danang. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. PT. Refika.
- Ebook_EkonomiHijaudanPembangunanBerkelanjutan_organized (1). (n.d.).
- Fauziah, F. (2022). *Strategi Pengelolaan Kawasan Pesisir Menuju Ekonomi Hijau Di Kabupaten Lembata Provinsi NTT*. repository.iainpalopo.ac.id. http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/5097/1/5_6068778150614009908.pdf
- Firdiana Nur Auliya, & Nurhadi Nurhadi. (2023). Menuju Ekonomi Hijau Yang Berkelanjutan: Tantangan Dan Peluang Untuk Stabilitas Lingkungan Dan Ekonomi Jangka Panjang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 5(2), 97–102. <https://doi.org/10.57214/pengabmas.v5i2.304>
- Green Economy Adalah_Konsep dan Implikasinya untuk Masa Depan*. (n.d.).
- Resti, E., Aravik, H., & Choirunnisak, C. (2021). Pengaruh Motivasi dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Ex Bank Syariah Mandiri KCP Palembang KM 6). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 1(2), 135-144.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Universitas Diponegoro.

