



Dari Regulasi ke Inovasi: Mewujudkan Gaya Hidup Berkelanjutan melalui Pengembangan Produk Eco Duo Bag

Aishyah Rahmania Oktaviani*, Aditya Achmad Saputra, Nur Halisa, Dea Mardiantini Suyuti, Nadiya Rizqi Azzahra, Maharani Ikaningtyas

Administrasi Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Abstrak: Penelitian ini bertujuan mengkaji pengembangan Eco Duo Bag sebagai solusi inovatif dalam mengurangi penggunaan kantong plastik dan mendorong gaya hidup berkelanjutan. Produk ini merupakan tas belanja ramah lingkungan berbahan parasut yang praktis, multifungsi, dan *stylish*, dengan fitur tas kecil yang dapat dilepas dan dilipat. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi literatur terhadap sumber-sumber relevan lima tahun terakhir yang membahas keberlanjutan, perilaku konsumen, dan inovasi produk. Hasil menunjukkan bahwa kesadaran lingkungan, desain menarik, kualitas, dan harga menjadi faktor utama dalam preferensi konsumen. Strategi pemasaran digital dan *offline* serta edukasi melalui kampanye sosial dan kolaborasi dengan *influencer* dinilai efektif dalam meningkatkan minat terhadap tas ramah lingkungan. Eco Duo Bag dianggap mampu memenuhi kebutuhan konsumen modern yang menginginkan produk fungsional dan mendukung nilai-nilai keberlanjutan. Kesimpulannya, Eco Duo Bag memiliki potensi besar sebagai alternatif pengganti kantong plastik sekali pakai serta sebagai simbol gaya hidup peduli lingkungan, dengan pengembangan produk dan edukasi lanjutan yang perlu terus dilakukan.

Kata kunci: Eco Duo Bag, Tas Belanja Ramah Lingkungan, Inovasi Produk

DOI: <https://doi.org/10.47134/jpem.v2i3.744>

*Correspondence: Aishyah Rahmania Oktaviani

Email: aishyvrhm@gmail.com

Received: 19-06-2025

Accepted: 26-06-2025

Published: 31-07-2025



Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (BY SA) license (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).

Abstract: This study aims to examine the development of Eco Duo Bag as an innovative solution to reduce plastic bag usage and promote a sustainable lifestyle. This product is an environmentally friendly shopping bag made from parachute material, practical, multifunctional, and *stylish*, equipped with a small detachable and foldable pocket. The research method employs a qualitative approach through a literature review of relevant sources from the past five years discussing sustainability, consumer behavior, and product innovation. The research findings indicate that environmental awareness, attractive design, quality, and price are the primary factors influencing consumer preferences. Digital and offline marketing strategies, as well as education through social campaigns and collaborations with influencers, are considered effective in increasing interest in eco-friendly bags. The Eco Duo bag is considered capable of meeting the needs of modern consumers who desire functional products that support sustainability values. In conclusion, the Eco Duo bag has significant potential as an alternative to single-use plastic bags and as a symbol of an environmentally conscious lifestyle, with further product development and education required to sustain its growth.

Keywords: Eco Duo Bag, Eco-Friendly Shopping Bag, Product Innovation

Pendahuluan

Dampak akan adanya sampah plastik bagi suatu lingkungan bisa dibilang sudah menjadi masalah yang cukup serius. Dampak besar sampah plastik terhadap kerusakan lingkungan tercermin dari sifatnya yang sulit terurai, di mana proses penguraian sampah plastik dengan tanah hingga benar-benar terurai membutuhkan waktu hingga 100-500

tahun (Rahmayani & Aminah, 2021). Sampah plastik yang sulit terurai mampu menyebabkan beberapa permasalahan bagi lingkungan seperti, mencemari tanah, sungai, hingga laut, serta mengancam kelangsungan makhluk hidup yang berada di dalamnya. Berdasarkan data dari United Nations Environment Programme (UNEP) dan penelitian global lainnya, Indonesia merupakan negara yang menempati peringkat kedua sebagai penyumbang sampah plastik terbesar di dunia, setelah Tiongkok (China). Data menunjukkan bahwa setiap tahunnya, diperkirakan negara Indonesia itu telah menyumbang lebih dari 3,2 juta ton sampah plastik yang tidak terkelola dengan baik, dan sekitar 1,29 juta ton di antaranya berakhir di lautan.

Pencemaran lingkungan akibat meningkatnya jumlah sampah, terutama sampah plastik, merupakan isu yang cukup besar di Indonesia. (Nizar, 2025 dalam (Widhya et al., 2025). Untuk menanggulangi adanya krisis seperti ini, perlu dilakukan dengan konsep 3R (*Reuse, Reduce, Recycle*). *Reuse* adalah menggunakan kembali barang-barang yang terbuat dari plastik, *Reduce* adalah mengurangi pemakaian barang-barang dari plastik, terutama barang-barang yang sekali pakai dan *Recycle* adalah cara mendaur ulang barang-barang yang terbuat dari plastik. Saat ini pemerintah Indonesia telah menerapkan suatu kebijakan atau regulasi yakni salah satunya yaitu membatasi penggunaan kantong plastik sekali pakai di pusat perbelanjaan. Dengan adanya kebijakan ini secara cepat maupun lambat kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga lingkungan dan mengurangi limbah plastik kini semakin meningkat. Dari adanya fenomena ini, telah melahirkan peluang bisnis baru yang berorientasi pada produk ramah lingkungan, contohnya seperti tas belanja kain lipat yang dapat digunakan berulang kali. Tren gaya hidup minimalis dan sadar akan lingkungan yang berkembang pesat ini juga mendorong *demand* tas yang praktis, *stylish*, dan berkelanjutan, seperti Eco Duo Bag.

Namun, meskipun pasar tas ramah lingkungan menunjukkan peluang yang bisa dibilang luas, masih terdapat sejumlah kendala yang perlu dihadapi. Seperti halnya sebagian masyarakat masih belum memiliki kesadaran penuh terhadap dampak negatif dari penggunaan tas plastik yang sering mereka gunakan dan belum sepenuhnya terbiasa membawa tas belanja sendiri, disisi lain kebiasaan menumpuk tas belanja di rumah tanpa menggunakannya kembali dapat menjadi hambatan tersendiri dalam mengoptimalkan penggunaan tas ramah lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa edukasi konsumen masih sangat diperlukan untuk bisa mengubah pola pikir dan kebiasaan menggunakan tas plastik yang di mana sudah mengakar dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Selain tantangan terkait edukasi, pelaku usaha juga dituntut untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif ini. Dengan banyaknya produk tas yang serupa baik dari segi fungsi maupun desain, serta kehadiran produk imitasi yang memiliki harga lebih murah, menjadikan inovasi sebagai faktor kunci untuk bisa tetap relevan dan menarik di mata

konsumen. Maka dari itu, produsen tas ramah lingkungan perlu terus mengembangkan produk tas mereka untuk bisa lebih unik dan multifungsi agar bisa sesuai dengan tren pasar yang ada.

Penelitian ini bertujuan untuk 1) mengetahui bagaimana tingkat kesadaran dan sikap masyarakat terhadap penggunaan tas belanja ramah lingkungan; 2) mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi preferensi dan perilaku konsumen dalam memilih tas ramah lingkungan; dan 3) memberikan rekomendasi solusi dalam meningkatkan frekuensi penggunaan tas kain seperti Eco Duo Bag dan mengurangi penumpukan tas kain di rumah konsumen.

Landasan Teori

Landasan teori yang disusun berdasarkan konsep-konsep utama yang mendasari pengembangan produk dan strategi pemasaran yang diusulkan. Berikut adalah landasan teori yang relevan:

1. Konsep Produk Ramah Lingkungan (*Eco-Friendly Products*)

Produk ramah lingkungan adalah produk yang dirancang untuk meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan selama siklus hidupnya, mulai dari bahan baku, proses produksi, hingga pembuangan. Eco Duo Bag sebagai tas kain yang tahan air dan multifungsi mencerminkan prinsip ini dengan menggunakan bahan parasut yang tahan air dan dapat digunakan berulang kali, mengurangi penggunaan kantong plastik sekali pakai. Menurut Lee et al. (2020), inovasi produk yang berorientasi keberlanjutan dapat meningkatkan kesadaran konsumen dan memperkuat posisi pasar produk ramah lingkungan.

2. Teori Perilaku Konsumen dan Kesadaran Lingkungan

Perilaku konsumen yang peduli lingkungan menunjukkan peningkatan kesadaran akan pentingnya keberlanjutan dan gaya hidup *eco-friendly*. Strategi pemasaran Eco Duo Bag yang menekankan edukasi dan *storytelling* bertujuan meningkatkan kesadaran dan mengubah perilaku konsumen untuk beralih ke produk yang lebih berkelanjutan. Edukasi dan *storytelling* menjadi strategi penting dalam mengubah kebiasaan dan meningkatkan kesadaran konsumen terhadap manfaat produk ramah lingkungan (Kumar & Singh, 2019).

3. Inovasi Produk dan Diferensiasi

Inovasi dalam desain dan fungsi produk merupakan kunci untuk bersaing di pasar yang kompetitif. Eco Duo Bag menawarkan konsep 1+1 yang multifungsi dan estetis, serta desain minimalis yang sesuai tren gaya hidup modern, sebagai bentuk diferensiasi dari produk tas kain lain. Menurut Chen et al. (2021), inovasi produk yang mampu memenuhi

kebutuhan gaya hidup aktif dan berkelanjutan dapat meningkatkan daya saing dan menarik minat konsumen.

3. Strategi Pemasaran Berbasis Digital dan *Offline*

Penggunaan platform digital seperti Shopee, TikTok Shop, dan Instagram sesuai dengan teori pemasaran digital yang menekankan pentingnya kehadiran *online* untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan *brand awareness*. Selain itu, promosi melalui *event offline* seperti bazar dan pameran mendukung pendekatan pemasaran *omnichannel* yang efektif dalam membangun kepercayaan dan hubungan langsung dengan konsumen (Sari & Wulandari, 2022). Strategi ini relevan mengingat tren belanja *online* yang semakin meningkat di Indonesia.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur untuk menginvestigasi berbagai sumber yang berkaitan dengan produk ramah lingkungan, terutama Eco Duo Bag. Informasi diperoleh dari literatur sekunder seperti artikel ilmiah, tulisan, dan buku yang mengulas isu keberlanjutan, perilaku konsumen terhadap barang daur ulang, serta penerapan gaya hidup yang berkelanjutan. Sumber-sumber yang diteliti dipilih berdasarkan relevansi, keandalan, dan keaktualan (Safirin et al., 2023). Analisis dilakukan dengan cara deskriptif-kualitatif dengan mengidentifikasi tema-tema utama yang membantu pemahaman mengenai peran Eco Duo Bag dalam memfasilitasi gaya hidup berkelanjutan di kalangan masyarakat. Setiap sumber yang oleh peneliti berada dalam kurun waktu 5 tahun terakhir terkait dengan pengembangan bisnis.

Hasil dan Pembahasan

Tabel 1. Daftar literatur yang digunakan sebagai analisis penelitian

No	Judul Jurnal/Artikel Jurnal	Penulis	Tahun	Relevansi dengan analisis Eco Duo Bag
1.	Persepsi Konsumen Milenial dan Generasi Z Tas Belanja Ramah Lingkungan.	Utami et al.	2021	Memberikan pemahaman tentang desain dan pilihan konsumen terkait tas yang ramah lingkungan dan sangat mendukung pengembangan Eco Duo Bag.
2.	Sosialisasi Tas LiPanKu (Lipat simPAN di SaKu) di Lingkungan Ibu-Ibu Tim Penggerak PKK Sebagai Upaya Pengurangan Penggunaan Kantong Belanja Berbahan Plastik.	Khatulistiani et al.	2023	Menargetkan ibu rumah tangga sebagai konsumen utama dan menggalakkan pergeseran kebiasaan berbelanja ke arah yang lebih ramah lingkungan.

No	Judul Jurnal/Artikel Jurnal	Penulis	Tahun	Relevansi dengan analisis Eco Duo Bag
3.	Implementasi Konsep Komsumsi keberlanjutan Dalam Kebijakan Penggunaan Kantong Belanja Ramah Lingkungan di Indonesia.	Amri et al.	2023	Solusi kreatif untuk menggantikan plastik sekali pakai. Mendorong pergeseran pola hidup masyarakat ke arah berbelanja yang lebih berkelanjutan.
4.	Partisipasi Masyarakat Melalui Kewajiban Penggunaan Kantong Belanja Ramah Lingkungan.	Sari et al.	2022	Mendukung kebijakan pengurangan penggunaan kantong plastik dengan menggunakan tas yang ramah lingkungan. Sejalan dengan usaha meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam penerapan KBRL di Jakarta.
5.	Perilaku Konsumen terhadap Penggunaan Kantong Plastik dan Tas Kain di Area Jabodetabex	Ginting et al.	2020	Eco Duo Bag memfasilitasi keinginan dan tindakan untuk mengurangi penggunaan plastik. Berdasarkan teori TPB: sikap, norma sosial, dan dukungan kebijakan
6.	Kontrol Perilaku Ibu Rumah Tangga Terhadap Penggunaan Tas Belanja untuk Mengurangi Penggunaan Kantong Plastik Terhadap Lingkungan Sekitar	Melati, D.	2024	Sebagian besar Ibu rumah tangga memakai tas belanja karena kepraktisan, penghematan, ketahanan, dan ukuran yang luas. "Eco Duo Bag" dapat menampilkan keuntungan praktis ini untuk menarik lebih banyak pemakai.
7.	Mengurangi Limbah Plastik melalui Alternatif Ramah Lingkungan	Riyadi, A., & Yusup, F.	2024	Sebagai sarana pengajaran yang efisien untuk mendorong perubahan perilaku yang ramah lingkungan, khususnya dalam penggunaan tas belanja pribadi sebagai alternatif bagi plastik.

Eco Duo Bag merupakan tas belanja ramah lingkungan dengan desain yang menarik dan praktis, cocok untuk mendukung gaya hidup yang berkelanjutan. Terbuat dari bahan parasut, kuat, tahan air, serta memiliki tampilan yang kasual dan elegan. Tas ini sangat cocok bagi mereka yang ingin tampil modis tanpa mengabaikan tanggung jawab terhadap lingkungan. Dengan pemasaran berbasis digital (Shopee, Tiktok Shop, dan Instagram) dan secara *offline* (bazar dan pameran yang mempromosikan lingkungan), Eco Duo Bag menargetkan konsumen perkotaan berusia 18-45 tahun yang peduli terhadap lingkungan dan menghargai kepraktisan serta gaya, seperti pelajar, pekerja muda, dan ibu rumah tangga. Desainnya yang ergonomis memastikan kenyamanan saat dibawa, baik untuk berbelanja sehari-hari, membawa barang saat bepergian, atau sebagai tas kasual sehari-hari.

Keunikan Eco Duo Bag terletak pada konsep 1+1, yang mencakup satu tas utama besar yang disertai tas mini fungsional yang bisa dilepas pasang karena terpasang model gantungan kunci. Ketika tas utama sudah penuh, tas kecil ini berfungsi sebagai ruang tambahan, tanpa perlu menggunakan plastik sekali pakai. Tas mini ini juga mudah dilipat dan disimpan di dalam tas utama, sehingga tidak memakan banyak tempat dan sangat ideal yang ingin berorganisasi dengan efisien. Kedua tas ini saling melengkapi dalam desain dan warna, memberikan kesan serasi serta multifungsi dalam satu produk. Dengan menggunakan tas ini, tidak hanya mengurangi penggunaan plastik, tetapi juga mendukung gerakan hidup minim sampah yang semakin penting.

A. Kesadaran dan Penerimaan Masyarakat terhadap Penggunaan Tas Belanja Ramah Lingkungan

Masalah sampah plastik di Indonesia telah menjadi isu krusial dalam beberapa dekade terakhir. Menurut Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK), Indonesia menghasilkan sekitar 68,5 juta ton sampah per tahun, dengan lebih dari 15% di antaranya adalah sampah plastik. Menanggapi situasi ini, pemerintah mulai mengeluarkan kebijakan untuk mengurangi penggunaan plastik sekali pakai sejak awal tahun 2010. Hal ini berujung pada dikeluarkannya Peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan No. 75 Tahun 2019 tentang Peta Jalan Pengurangan Sampah oleh Produsen, yang mewajibkan produsen untuk mengurangi sampah plastik sebesar 30% pada tahun 2029. Di tingkat daerah, berbagai kota seperti DKI Jakarta, Bali, dan Surabaya juga telah mengeluarkan larangan penggunaan kantong plastik di pusat perbelanjaan, seperti yang tertuang dalam Peraturan Gubernur DKI Jakarta No. 142 Tahun 2019 dan Peraturan Wali Kota Surabaya No. 16 Tahun 2022, serta kebijakan serupa di kota-kota lainnya. Meskipun peraturan-peraturan tersebut telah diberlakukan sejak beberapa tahun lalu, dampak nyata dari kebijakan ini baru terasa sekitar tahun 2023. Sejak tahun tersebut, semakin banyak pusat perbelanjaan besar, minimarket, dan bahkan pasar tradisional yang secara konsisten mulai mengurangi penggunaan kantong plastik. Hal ini menandakan fase transisi yang lebih nyata, di mana peraturan tersebut tidak hanya menjadi wacana, tetapi telah menjadi norma dalam praktik belanja masyarakat sehari-hari.

Penerimaan masyarakat terhadap kebijakan ini pada awalnya cukup beragam. Berdasarkan penelitian dari wawancara yang dilakukan oleh Sari & Salam (2022), beberapa orang merasa keberatan dengan ketidaknyamanan karena harus membawa tas belanja setiap kali bepergian. Namun, seiring berjalannya waktu, penerimaan mulai terlihat dari perubahan kebiasaan: banyak konsumen yang kini secara sadar membawa tas belanja kain atau tas lipat dari rumah. Hal ini diperkuat dengan semakin populernya produk tas belanja ramah lingkungan, baik yang diproduksi secara lokal maupun impor, serta munculnya tren membawa *tote bag* atau tas yang dapat didaur ulang sebagai bagian dari gaya hidup.

Kesadaran yang semakin meningkat ini juga didorong dan terlihat dari berbagai kampanye dan gerakan sosial. Misalnya, kampanye nasional “Piknik Tanpa Plastik” yang diadakan di Jakarta pada bulan Juli 2024, komunitas Bye Bye Plastic Bags yang didirikan oleh para remaja di Bali dan kini telah menjangkau lebih dari 30 negara, kompetisi desain Eco bag untuk pelajar dan mahasiswa yang diadakan oleh Lawson bersama Multimedia Nusantara Polytechnic (MNP) pada bulan Agustus 2024, serta keterlibatan komunitas lingkungan seperti Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik (GIDKP) atau yang kini berganti nama menjadi DietPlastik Indoensia yang aktif melakukan edukasi dan advokasi sejak tahun 2010. Kampanye-kampanye ini telah membantu mempercepat perubahan persepsi masyarakat, dari yang tadinya enggan berubah menjadi lebih sadar dan mendukung gaya hidup tanpa sampah plastik.

Berdasarkan laporan Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik (GIDKP), melalui kampanye “Kantong Plastik Tidak Gratis” yang dilaksanakan sejak tahun 2016, telah berhasil mengurangi konsumsi kantong plastik sebesar 55% di beberapa *retailer* besar, dan dapat dirasakan bahwa sebagian masyarakat sudah mulai menyimpan kantong kain secara permanen di dalam kendaraan pribadinya atau tas sehari-hari. Hal ini menunjukkan adanya bentuk aktualisasi nilai-nilai ramah lingkungan dalam kehidupan sehari-hari.

Dalam konteks ini, produk Eco Duo Bag memiliki relevansi yang tinggi dengan kebutuhan dan kondisi sosial saat ini. Dengan fitur tambahan tas belanja lipat berupa gantungan kunci yang dapat digunakan sebagai tas cadangan, produk ini menjadi jawaban atas tantangan praktis yang sering dihadapi konsumen: lupa membawa tas sendiri atau kehabisan tempat saat berbelanja. Karakternya yang praktis, fleksibel, dan ramah lingkungan menjadikan Eco Duo Bag sebagai alternatif yang tidak hanya fungsional tetapi juga mendukung agenda pengurangan sampah plastik secara nasional.

B. Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen dalam Memilih Tas Ramah Lingkungan dan Penyesuaian Eco Duo Bag dengan Tren

Peraturan Gubernur Nomor 142 Tahun 2019 tentang Kewajiban Penggunaan Kantong Belanja Ramah Lingkungan, yang melarang penggunaan kantong plastik sekali pakai, telah ditetapkan secara resmi di Jakarta, Indonesia, pada Rabu 1 Juli 2020 (Harbowo & Nababan, 2020). Hal tersebut berpengaruh terhadap kesadaran masyarakat terhadap produk ramah lingkungan dan adanya peningkatan pemahaman masyarakat terutama di kalangan generasi muda. Menurut penelitian KLHK (2016), lebih dari 70% konsumen di kota-kota besar di Indonesia bersedia dan mengubah perilaku konsumsinya terutama berbelanja tanpa menggunakan kantong plastik dan lebih mementingkan kepentingan lingkungan dengan merubah penggunaan dari kantong plastik ke kantong kain ramah lingkungan, sementara itu 68% generasi milenial dan generasi Z Indonesia cenderung memilih produk

yang tidak hanya ramah lingkungan tetapi juga *fashionable, elegant* dan fungsional (Ahdiat, 2025).

Sebanyak 84% masyarakat telah memilih untuk membeli produk yang ramah lingkungan, sementara 75% dari kalangan generasi muda mampu mengintegrasikan penggunaan produk tersebut ke dalam aktivitas sehari-hari mereka (Hijrah et al., 2025). Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran Masyarakat merupakan faktor dominan dalam memilih tas kain ramah lingkungan, mereka mempunyai kesadaran dan tanggung jawab terhadap lingkungan dengan memilih produk ramah lingkungan dengan desain dan fungsi produk. Berdasarkan penelitian Sari & Salam (2022), partisipasi masyarakat terhadap penggunaan kantong belanja kain Ramah Lingkungan (KBRL) semakin meningkat, terutama di wilayah pusat perbelanjaan dan toko swalayan hal ini menunjukkan bahwa masyarakat memiliki kesadaran lingkungan, tanggung jawab dan perasaan dalam mendukung kebijakan ramah lingkungan yang menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan konsumen.

Beberapa Faktor yang membuat masyarakat lebih memilih penggunaan kantong dari plastik ke kain yang lebih ramah lingkungan adalah yang pertama adanya tingkat kesadaran terhadap lingkungan. Banyak masyarakat menyadari dampak negatif dari kantong plastik sekali pakai terhadap lingkungan, sehingga mereka bersedia untuk beralih menggunakan tas belanja kain yang dapat digunakan berulang.

Meningkatnya pengetahuan dan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya pelestarian lingkungan dan pengurangan penggunaan plastik dapat mendorong perilaku yang lebih bertanggung jawab dalam pengelolaan sampah (Hijrah et al., 2025). Hal ini berkontribusi pada upaya untuk menekan volume limbah plastik yang dihasilkan. Dengan kata lain, edukasi dan kesadaran yang lebih tinggi terhadap isu sampah plastik berperan penting dalam meminimalisir dampak negatifnya terhadap lingkungan. Kedua, adanya preferensi terhadap desain dan multifungsi juga menjadi pertimbangan penggunaan tas ramah lingkungan, karena tas sudah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Ketiga, aspek harga dan kualitas juga mempengaruhi niat pembelian masyarakat. Menurut penelitian Sari & Salam (2022), ditemukan bahwa masyarakat kelas menengah ke bawah seringkali mempertimbangkan harga sebagai penghambat dalam membeli, meskipun mereka sadar akan manfaatnya. Penetapan harga pada produk ramah lingkungan yang cenderung lebih tinggi menjadi tantangan utama yang memicu terjadinya kesenjangan antara niat dan tindakan konsumen atau dikenal sebagai *intention-behavior gap* (Hijrah et al., 2025). Laporan dari McKinsey & Company (2020) menunjukkan bahwa meskipun sebanyak 66% generasi milenial menyatakan kesediaan untuk membayar lebih demi produk yang berkelanjutan, kenyataannya banyak dari mereka tetap memilih produk yang lebih terjangkau karena faktor keterbatasan finansial.

Dengan demikian, kehadiran Eco Duo Bag sebagai salah satu tas ramah lingkungan yang menjadi solusi bagi Masyarakat yang memiliki kesadaran dalam menjaga lingkungan dengan pemakaian tas Eco Duo Bag. Tas ini dirancang dengan desain modern dan multifungsi, dapat dilipat untuk kemudahan penyimpanan, serta cocok digunakan dalam berbagai aktivitas seperti belanja, kuliah, kerja, hingga kegiatan sehari-hari lainnya. Desain Eco Duo Bag tidak hanya mempertimbangkan aspek fungsional, tetapi juga estetika dengan dilengkapi gantungan Tas lipat Eco Duo Bag, sehingga mampu menyesuaikan preferensi masyarakat saat ini yang semakin menyukai nilai guna jangka panjang dan tampilan menarik. Eco Duo Bag juga dapat menjadi bagian dari inspirasi gaya berpakaian (*outfit inspiration*) karena tampilannya yang *stylish* dan fleksibel digunakan untuk kegiatan. Dari sisi kualitas, produk Eco Duo Bag juga menawarkan keseimbangan antara harga yang terjangkau dengan kualitas bahan yang awet dan tahan lama, menjadikannya alternatif penggantian tas plastik sekali pakai. Hal tersebut dapat menarik konsumen muda yang mengikuti tren dan peduli lingkungan.

Strategi pengembangan produk ke Eco Duo Bag ke depannya dapat diarahkan pada diversifikasi desain tas dan warnanya salah satu pengembangan utama adalah penambahan kantong penyimpanan tambahan sebagai ruang penyimpanan khusus atau *smart storage* untuk mempermudah konsumen dalam memasukkan barang yang lebih rapi dan ter-koordinir sehingga tas Eco Duo Bag lebih praktis dan fungsional untuk berbagai aktivitas. Selain itu pengembangan dalam aspek fungsi dengan warna desain tas lebih elegan dan menarik dengan penggunaan warna yang lebih beragam baik *earth tone* atau gradasi disesuaikan dengan selera masyarakat saat ini.

C. Pengoptimalan Penggunaan Produk Eco Duo Bag agar tidak terjadi penumpukan tas dan mendorong penggunaan yang berkelanjutan

Ancaman terjadinya pencemaran lingkungan yang disebabkan oleh sampah plastik telah menjadi perhatian serius, terutama di wilayah padat perbelanjaan (Hidup, 2022). Perbuatan negatif tersebut tidak cukup hanya dengan menghimbau masyarakat dalam membuang sampah pada tempatnya, upaya pengurangan limbah harus dimulai sejak dari sumbernya yaitu perilaku konsumen itu sendiri. Dengan hal tersebut pemerintah menerapkan salah satu langkah solusi yang tertuang dalam Peraturan Gubernur Nomor 142 Tahun 2019 tentang Kewajiban Penggunaan Kantong Belanja Ramah Lingkungan (KBRL). Peraturan tersebut mewajibkan masyarakat dalam aktivitas jual beli mengganti dari kantong plastik dengan kantong ramah lingkungan (Hidup, 2022).

Namun dalam implementasinya, muncul hal baru menurut penelitian dari WWF Indonesia (2023) mengungkapkan adanya *overconsumption* terhadap tas kain di mana konsumen terus membeli tas baru tetapi tidak menggunakannya secara konsisten.

Akibatnya banyak tas kain yang hanya menumpuk di rumah dan berpotensi menjadi limbah sekunder (Nindyasari et al., 2025).

Dengan adanya kasus tersebut Eco Duo Bag dapat menjadi pilihan tas belanja sebagai produk ramah lingkungan sekaligus dapat menghindari penumpukan karena aspek desain dan kualitas beserta multifungsinya dapat menjadi pertimbangan masyarakat dalam memilih tas ramah lingkungan, karena dari segi desain *stylish* dan praktis, dibandingkan tas lainnya. Dengan konsep inovatif dua tas dalam satu yaitu tas utama berkapasitas besar dan tas kecil yang bisa dilipat menjadi aksesoris gantungan. Sehingga dapat mempermudah konsumen cukup hanya membawa satu tas Eco Duo Bag untuk memenuhi semua kebutuhan tanpa perlu membawa tahu membeli tas lain. Desain konsep desain tersebut dapat diperkuat dengan edukasi bahwa keberadaan tas cadangan ini dimaksudkan untuk mengurangi kebutuhan membeli atau menerima tas tambahan, karena pengguna tetap bisa membawa belanjaan secara maksimal hanya dengan membawa satu produk. Desain Eco Duo Bag yang portabel, ringan, dan estetik juga akan mendorong konsumen untuk selalu membawa tas ini dalam aktivitas harian mereka, sehingga tidak lagi beralasan lupa membawa tas kain.

Kedua, perlunya edukasi konsumen untuk membentuk pemahaman bahwa menggunakan kembali satu tas secara konsisten memiliki dampak yang lebih positif. Karena hal ini sangat penting untuk membentuk kesadaran bahwa menggunakan kembali satu tas berkualitas secara konsisten jauh lebih berdampak positif bagi lingkungan dibandingkan terus membeli tas baru. Eco Duo Bag dapat menciptakan konten kampanye digital berupa video pendek, infografis, atau kolaborasi dengan *influencer* yang mengedukasi pentingnya "pakai ulang, bukan beli ulang." Kampanye seperti "30 Hari Tantangan Bawa Tas Sendiri" dan pembuatan program "EcoTracker" di mana pengguna mencatat berapa kali mereka menggunakan tas mereka dan memperoleh *reward* jika mencapai target tertentu. Hal ini dapat menciptakan keterikatan emosional sekaligus kebiasaan baru yang ramah lingkungan.

Simpulan

Eco Duo Bag merupakan sumber inovatif dalam upaya mengurangi limbah plastik di Indonesia, sekaligus beradaptasi dengan tren hidup berkelanjutan yang semakin diminati, terutama oleh generasi muda. Produk ini menggabungkan aspek estetika, fungsi, dan keberlanjutan dalam satu desain yang praktis dan modern. Menurut hasil penelitian literatur, faktor-faktor yang mempengaruhi pilihan konsumen terhadap produk ini mencakup kesadaran akan masalah lingkungan, desain yang menarik, kualitas dan harga yang sesuai, serta manfaat multifungsi yang ditawarkan. Di samping itu, metode

pemasaran baik secara digital maupun *offline* terbukti efektif dalam menjangkau konsumen yang semakin menyadari pentingnya hidup dengan minimal limbah.

Saran

1. Edukasi berkelanjutan diperlukan upaya pendidikan secara menyeluruh dan teratur melalui kampanye sosial dan digital untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai bahaya plastik dan perlunya penggunaan tas ramah lingkungan seperti Eco Duo Bag.
2. Inovasi produk yang responsif disarankan agar Eco Duo Bag terus melakukan pembaruan desain agar tetap sesuai dengan perkembangan pasar. Penambahan variasi warna, pola, serta fungsi tambahan dapat menarik perhatian konsumen lebih luas.
3. Strategi pemasaran yang inklusif perluasan distribusi produk kepada segmen pasar yang lebih besar seperti komunitas ibu rumah tangga, pelajar, dan pekerja melalui kerja sama dengan toko lokal, sekolah, atau organisasi lingkungan dapat meningkatkan penerimaan produk.
4. Penguatan *branding* untuk memperkuat posisi produk di pasar, Eco Duo Bag perlu membangun konsep merek yang kokoh, mengaitkan produk dengan gaya hidup sehat dan minimalis, serta menjadikannya simbol kepedulian terhadap lingkungan.

Daftar Pustaka

- Ahdiat, A. (2025, Mei 20). Banyak Gen Z dan Milenial Mau Bayar Lebih untuk Produk Ramah Lingkungan. Retrieved from databooks: <https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/682c47b546cff/banyak-gen-z-dan-milenial-mau-bayar-lebih-untuk-produk-ramah-lingkungan>
- Chen, Y., Zhang, L., & Wang, J. (2021). Product innovation and competitive advantage in sustainable markets. *Journal of Business Research*, 134, 123-132.
- Harbowo, N., & Nababan, H. F. (2020, Januari 7). Juli 2020, Pemakaian Kantong Plastik Dilarang di Jakarta. Retrieved from Kompas: <https://www.kompas.id/baca/metro/2020/01/07/juli-2020-pemakaian-kantong-plastik-dilarang-di-jakarta-2>
- Hidup, D. L. (2022, Maret 21). Kebijakan Jakarta Bebas Kantong Plastik. Retrieved from Jakarta Portal RESMI Provinsi DKI Jakarta: <https://www.jakarta.go.id/kebijakan-jakarta-bebas-kantong-plastik>
- Hijrah, L., Hakim, A. F., Hikmah, M., Nurrohman, R., & Nadroh, U. (2025). PERJALANAN MENUJU GREEN LIVING: SEBUAH STUDI KUALITATIF TENTANG MOTIVATION, BARRIERS AND LIFESTYLE CHANGE. *JIMEA Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 9(2), 20–40.

- Kosasih, D. (n.d.). KLHK: G7 Persen Konsumen Dukung Program Kantong Plastik Berbayar. Retrieved from dietplastik indonesia: <https://plasticdiet.id/klhk-67-persen-konsumen-dukung-program-kantong-plastik-berbayar/>
- Kumar, S., & Singh, R. (2019). Consumer behavior towards eco-friendly products: A review. *International Journal of Consumer Studies*, 43(4), 385-392.
- Lee, S., Kim, H., & Park, J. (2020). Sustainable product innovation and consumer acceptance: A case study. *Sustainable Development Journal*, 28(3), 456-467.
- Nindyasari, P. Y., Ronggowulan, L., & Muryani, C. (2025). Analisis Respon Dan Perilaku Masyarakat Terhadap Penggunaan Ecocapsitbag Sebagai Solusi Pengganti Kantong Plastik Sekali Pakai Untuk Mitigasi Solusi Plastik. *GEADIDAKTIKA JURNAL GEOGRAFI JURNAL PENDIDIKAN GEOGRAFI UNS*, 5(1), 32-40.
- Rahmayani, C. A., & Aminah, A. (2021). Efektivitas Pengendalian Sampah Plastik Untuk Mendukung Kelestarian Lingkungan Hidup Di Kota Semarang. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 3(1), 18-33. <https://doi.org/10.14710/jphi.v3i1.18-33>
- Safirin, M. T., Samanhudi, D., Aryanny, E., & Pudji W, E. (2023). Pemanfaatan Teknologi Packaging untuk Meningkatkan Kualitas dan Keamanan Produk Pangan Lokal. *Jurnal Abdimas Peradaban*, 4(1), 31-41. <https://doi.org/10.54783/ap.v4i1.21>
- Sari, D., & Wulandari, R. (2022). Strategi pemasaran omnichannel dalam meningkatkan penjualan produk ramah lingkungan. *Jurnal Pemasaran Digital*, 8(1), 23-35.
- Sari, F. L., & Salam, R. (2022). Partisipasi Masyarakat Melalui Kewajiban Penggunaan Kantong Belanja Ramah Lingkungan. *Jurnal Administrasi Negara*, 28(3), 318-339. <https://doi.org/10.33509/jan.v28i3.1795>
- Widhya, K., Putra, S., Angelica, M., Damai, O., & P, K. W. L. (2025). Sosialisasi Penggunaan Kantong Belanja Ramah Lingkungan sebagai Upaya Pengurangan Sampah Plastik bagi Pelaku UMKM. *KOLABORASI: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 05(01), 100-105.