

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perilaku konsumsi berkelanjutan (*sustainable consumption behavior*) telah menjadi isu global yang semakin mendesak seiring dengan meningkatnya kesadaran akan dampak negatif dari pola konsumsi yang tidak bertanggung jawab terhadap lingkungan dan masyarakat. Konsumsi berkelanjutan mengacu pada pola konsumsi yang mempertimbangkan aspek lingkungan, sosial, dan ekonomi, sebagai upaya menjaga keberlangsungan sumber daya alam serta kualitas hidup bagi generasi di masa depan (Agustin *et al.*, 2023). Fenomena ini juga menjadi tantangan besar di Indonesia, di mana tingkat konsumsi masyarakat terutama di kalangan generasi muda, terus meningkat namun belum sepenuhnya mempertimbangkan aspek keberlanjutan.

Bentuk masalah lingkungan yang paling memprihatinkan di Indonesia berkaitan dengan masalah sampah yang diakibatkan oleh konsumsi yang tidak berkelanjutan (Pranindya, 2021). Berdasarkan laporan Sistem Informasi Pengolahan Sampah Nasional (SIPSN), Indonesia menghasilkan 69,7 juta ton sampah pada tahun 2024, sebagian besar berasal dari rumah tangga dan kawasan perkotaan. Sementara itu, emisi gas rumah kaca dari sektor energi meningkat menjadi 727.330,26 Gg CO₂e pada tahun 2022, menunjukkan tingginya konsumsi energi yang belum sepenuhnya beralih ke sumber energi ramah lingkungan. Produksi limbah plastik dan emisi karbon ini menjadi indikator kuat bahwa pola konsumsi masyarakat Indonesia masih jauh dari prinsip keberlanjutan.

Di sisi lain, indeks kualitas lingkungan hidup Indonesia mendapati peningkatan dari 71,49 pada tahun 2019 menjadi 78,84 pada tahun 2023, namun masih terdapat fluktuasi dan ketimpangan antar provinsi. Data ini menunjukkan bahwa pola konsumsi masyarakat memiliki peran penting dalam menentukan keberlanjutan lingkungan. Oleh karena itu, pendekatan konsumsi yang lebih

berkelanjutan perlu diterapkan, di antaranya dengan mendorong masyarakat untuk memilih produk yang memiliki jejak lingkungan rendah, memanfaatkan sumber energi alternatif yang lebih bersih, serta menerapkan gaya hidup minim limbah (Anugerah *et al.*, 2024).

Dalam upaya merespons tantangan lingkungan tersebut, gaya hidup berkelanjutan semakin menjadi perhatian masyarakat global, terutama di kalangan Generasi Z yang kini mendominasi usia produktif. Berbagai survei dan penelitian menunjukkan bahwa kelompok usia ini memiliki kecenderungan kuat untuk mengadopsi pola konsumsi yang lebih bertanggung jawab terhadap lingkungan. Hasil laporan internasional yang dipublikasikan oleh Nielsen (2020), mengungkapkan 66% dari Generasi Z mempertimbangkan dampak lingkungan sebagai salah satu faktor penting dalam pengambilan keputusan pembelian produk.

Di Indonesia, survei serupa yang dilakukan oleh Jakpat pada 2023 mengungkapkan bahwa 78% anak muda (usia 18-35 tahun) tertarik pada gerakan zero waste, dengan 55% di antaranya secara aktif membawa tas belanja sendiri atau menggunakan tumbler untuk mengurangi plastik sekali pakai. Angka-angka tersebut memberikan gambaran bahwa kesadaran terhadap isu lingkungan tidak hanya berkembang di tingkat global, namun juga mengakar secara lokal di kalangan generasi muda Indonesia.

Kondisi tersebut mendorong pentingnya perubahan sistemik, yang salah satunya tercermin dalam agenda global *Sustainable Development Goals* (SDGs) serangkaian target pembangunan berkelanjutan yang disusun oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB). Terdapat 17 tujuan dalam SDGs, di mana konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab menjadi fokus utama dalam tujuan ke-12 dalam (SDG 12). Tujuan ini menekankan pentingnya perubahan pola konsumsi masyarakat menuju sistem yang lebih berkelanjutan di seluruh dunia.



Gambar 1. 1 Sustainable Development Goals (SDGs)

Sumber: United Nations (2024)

Gambar diatas menampilkan 17 tujuan pembangunan berkelanjutan yang menjadi pedoman global. Penelitian ini secara khusus berfokus pada SDG 12: *Responsible Consumption and Production*, yang mendorong masyarakat untuk menerapkan pola konsumsi dan produksi yang ramah lingkungan.

Konsumsi berkelanjutan tidak hanya menjadi persoalan makro, tetapi juga tanggung jawab individu. Kebutuhan untuk menerapkan pola konsumsi yang berkelanjutan semakin mendesak, seiring dengan memburuknya kondisi lingkungan akibat praktik konsumsi yang tidak memperhatikan dampaknya, seperti polusi dan penipisan sumber daya (Sari *et al.*, 2024). Konsep ini berakar pada prinsip etika lingkungan dan tanggung jawab sosial, di mana setiap individu memiliki peran dalam meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan (Pratama & Nurfadila, 2022).

Salah satu faktor penting dalam mendorong konsumsi berkelanjutan adalah pengetahuan lingkungan. Pengetahuan yang baik mengenai isu-isu lingkungan tidak hanya meningkatkan tanggung jawab lingkungan tetapi juga membentuk sikap positif pada perilaku konsumsi yang lebih bertanggung jawab (Fitri & Simanjuntak, 2022). Studi Gunawan *et al.*, (2024) menunjukkan bahwa kombinasi antara *altruism* hijau dan kesadaran lingkungan dapat menjelaskan 52% varians dalam perilaku konsumsi berkelanjutan. Selain pengetahuan, kesadaran lingkungan juga diperlukan sebagai pendorong pada sikap dan nilai individu terhadap lingkungan. Dalam pembelajaran yang diusulkan oleh Hasibuan & Judijanto (2023), kesadaran konsumen, pendidikan, dan regulasi pemerintah

dianggap sebagai faktor penting untuk membangun perilaku konsumsi berkelanjutan di Masyarakat.

Penggunaan media sosial telah dikenali sebagai faktor yang berpengaruh dalam mengubah perilaku konsumsi berkelanjutan di kalangan konsumen modern. Platform ini tidak hanya menyediakan informasi tentang produk, tetapi juga membentuk persepsi dan norma sosial yang berdampak pada keputusan konsumsi. Studi menunjukkan bahwa ada hubungan positif yang signifikan antara penggunaan aktif media sosial dan performa keberlanjutan organisasi, di mana konten yang ramah lingkungan dapat meningkatkan loyalitas konsumen (Bahar, 2023; Russo *et al.*, 2022). Media sosial tak hanya berfungsi sebagai media komunikasi satu arah, melainkan juga menciptakan ruang interaksi yang memungkinkan pengguna untuk berbagi pengalaman, menyampaikan aspirasi, serta membangun kesadaran kolektif terhadap pentingnya konsumsi berkelanjutan. Dalam hal ini, media sosial mampu memelihara sekaligus mendorong perilaku ramah lingkungan di kalangan masyarakat, termasuk Generasi Z (Fatima *et al.*, 2024; Hasdiansa *et al.*, 2023).

Urgensi ini menjadi semakin relevan ketika dikaitkan dengan Generasi Z, yaitu individu yang lahir pada rentang tahun 1997 dan 2012. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), populasi Generasi Z di Indonesia pada tahun 2024 diperkirakan mencapai sekitar 27,94% dari total penduduk Indonesia, menjadikannya kelompok populasi terbesar di negara ini. Generasi ini dikenal memiliki karakteristik unik dalam pola konsumsi dan kesadaran terhadap isu-isu lingkungan karena mereka dianggap sebagai konsumen muda yang lebih responsif dan cepat dalam memahami pentingnya konsumsi keberlanjutan (Anisah *et al.*, n.d).

Generasi Z dianggap berperan strategis dalam mendorong konsumsi berkelanjutan karena mereka merupakan konsumen masa kini dan pengambil keputusan masa depan. Mereka besar di tengah kemajuan teknologi digital dengan kemudahan dalam menjangkau informasi melalui media sosial, yang memungkinkan mereka untuk mendapatkan informasi dengan pemahaman yang lebih baik mengenai isu keberlanjutan (Andriyanty & Dewi, 2021; Erliana &

Tjokrosaputro, 2023).

Komitmen Generasi Z terhadap produk-produk ramah lingkungan tercermin dari keterlibatan mereka dalam berbagai kampanye pengurangan sampah plastik dan preferensi terhadap penggunaan alternatif yang lebih berkelanjutan, seperti tumbler, tote bag, dan sedotan ramah lingkungan. Hal ini mencerminkan tidak hanya kesadaran konsumsi yang tinggi, tetapi juga penerapan prinsip keberlanjutan dalam praktik keseharian mereka (Nurul Fitri et al., 2024).

Dengan demikian, meskipun Generasi Z memiliki peran yang signifikan secara sosial dalam mendorong konsumsi berkelanjutan, dari sisi akademik isu ini masih menyisakan sejumlah celah yang perlu diteliti lebih lanjut. Meskipun berbagai penelitian terdahulu telah membahas perilaku konsumsi berkelanjutan, sebagian besar masih berfokus secara parsial pada satu atau dua faktor, seperti pengetahuan lingkungan atau kesadaran lingkungan secara terpisah. Beberapa di antaranya juga menggunakan populasi umum dan belum secara spesifik menyoroti karakteristik Generasi Z.

Selain itu, konteks perkotaan seperti DKI Jakarta yang memiliki dinamika konsumsi tinggi belum banyak diteliti secara mendalam. Berangkat dari hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menjawab kekosongan penelitian dengan menganalisis secara bersamaan pengaruh pengetahuan lingkungan, kesadaran lingkungan, serta penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumsi berkelanjutan di kalangan Generasi Z yang berdomisili di DKI Jakarta. Sehingga Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Pengetahuan Lingkungan, Kesadaran Lingkungan, dan Penggunaan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumsi Berkelanjutan pada Generasi Z”.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Merujuk pada latar belakang masalah yang telah dipaparkan, pertanyaan-pertanyaan penelitian dalam studi ini dirancang sebagai berikut:

- a. Apakah pengetahuan lingkungan berpengaruh terhadap perilaku konsumsi berkelanjutan?

- b. Apakah kesadaran lingkungan berpengaruh terhadap perilaku konsumsi berkelanjutan?
- c. Apakah penggunaan media sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumsi berkelanjutan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini disusun untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang telah dirumuskan sebelumnya, yaitu:

- a. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh pengetahuan lingkungan terhadap perilaku konsumsi berkelanjutan pada Generasi Z
- b. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kesadaran lingkungan terhadap perilaku konsumsi berkelanjutan pada Generasi Z.
- c. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumsi berkelanjutan pada Generasi Z

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat Teoritis dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang ekonomi perilaku (*behavioral economics*) dan studi konsumsi berkelanjutan. Hasil penelitian dapat memperkaya literatur yang ada mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumsi berkelanjutan dan memperluas pemahaman tentang peran media sosial dalam membentuk perilaku ramah lingkungan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi kepada pemerintah, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), dan pelaku bisnis dalam merancang kampanye atau program yang efektif untuk meningkatkan kesadaran dan perilaku konsumsi berkelanjutan. Memberikan insight kepada masyarakat tentang pentingnya pengetahuan dan kesadaran lingkungan serta penggunaan media sosial untuk mendukung gaya hidup berkelanjutan.