

BAB II

POLA KONSUMSI HIJAU MASYARAKAT INDONESIA

Pola konsumsi hijau yang saat ini menjadi tren di masyarakat Indonesia menunjukkan bahwa kesadaran mereka mengenai lingkungan semakin baik. Perilaku konsumsi hijau yang dialami sebagian masyarakat saat ini tentunya memberikan pengaruh baik bagi lingkungan. Perilaku ini menunjukkan bahwa terdapat transisi pada pola konsumsi hijau pada masyarakat, yang semula tidak ada pertimbangan terhadap lingkungan berubah menjadi mempertimbangkan dampak produk terhadap lingkungan. Pada bab ini akan dijelaskan mengenai pola konsumsi hijau masyarakat, pola konsumsi hijau produk ramah lingkungan di kalangan Generasi Z dan Milenial, serta upaya berkelanjutan yang dilakukan untuk mengurangi permasalahan lingkungan yang saat ini terjadi.

2.1 Pola Konsumsi Hijau Masyarakat

Modernisasi yang saat ini menjadi bagian dari kehidupan manusia turut memberikan efek yang signifikan pada kehidupan masyarakat. Pada dasarnya, manusia menjalani hidup dengan melakukan kegiatan konsumsi untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, seperti kebutuhan pakaian, makanan, tempat tinggal, dan yang lainnya (Lutfiah dkk., 2022). Namun, modernisasi pada akhirnya juga turut membentuk manusia untuk berperilaku konsumtif, yaitu kegiatan konsumsi seseorang yang membeli barang tanpa berpikir kegunaannya terlebih dahulu.

Munculnya budaya konsumerisme di mana masyarakat mulai melakukan pembelian barang tanpa memikirkan kegunaannya pada akhirnya juga turut

memberikan dampak buruk bagi lingkungan, hal ini dikarenakan ketika permintaan barang meningkat, maka akan muncul industri modern baru untuk mencukupi permintaan tersebut. Bencana-bencana alam yang akhir-akhir ini terjadi menunjukkan bahwa terjadi penurunan ketahanan sistem lingkungan hidup, sehingga diperlukan tinjauan ulang sistem strukturan sosial dan ekonomi saat ini dengan mengubah pola produksi, konsumsi, dan perilaku yang ada menjadi lebih berkelanjutan (Reisch dkk., 2021).

Gerakan konsumerisme berkembang pesat pada masa revolusi industri karena melimpahnya sumber daya serta produktivitas dan efisiensi teknologi (Panizzut dkk., 2021). Budaya konsumerisme ini pada akhirnya turut mendorong kegiatan konsumsi dan produksi. Pada perubahan cepat berbasis teknologi yang kemudian dikenal sebagai Revolusi Industri 4.0, banyak sekali dampak yang ditimbulkan, salah satunya adalah pola konsumsi masyarakat yang turut berubah. Kemudahan akses informasi membuat mereka mendapatkan informasi yang cukup mengenai barang-barang yang akan mereka beli.

Kemajuan teknologi ini kemudian membuat kesadaran mengenai etika, moralitas, kesejahteraan manusia dan lingkungan mengalami peningkatan. Saat ini, masyarakat menjadi sadar akan hal-hal yang terjadi pada lingkungan sebagai dampak dari penggunaan produk atau layanan yang mereka konsumsi. Dengan demikian, masyarakat akhirnya dapat memilih untuk tidak melakukan pembelian terhadap produk yang tidak sesuai dengan ideologi lingkungannya (Golob dan Kronegger, 2019). Hal inilah yang kemudian membuat fokus usaha dunia mulai berganti ke arah produksi berkelanjutan dan konsumsi berkelanjutan.

Selain diakibatkan oleh kemajuan teknologi yang membuat konsumen mulai menyadari pentingnya pertimbangan lingkungan, kesadaran masyarakat terkait lingkungan juga diawali oleh konferensi PBB pada tahun 1972. Pada tahun 1972, Konferensi PBB tentang Lingkungan Hidup Manusia pertama kali diadakan di Stockholm, Swedia yang dihadiri oleh 113 delegasi dan dua kepala negara dari Swedia dan India. Konferensi ini meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isu lingkungan global. Konferensi ini mencapai kesepakatan bahwa masyarakat harus melakukan pembangunan ekonomi berjalan sesuai prinsip keberlanjutan (Meakin, 1992).

Pola perilaku konsumsi hijau yang saat ini menjadi budaya populer di kalangan masyarakat menunjukkan bahwa kesadaran mereka tentang lingkungan semakin meningkat. Ditambah dengan fakta bahwa perubahan iklim ekstrem yang terjadi akhir-akhir ini membuat masyarakat menjadi semakin menerapkan perilaku hijau, di mana mereka mulai meninggalkan gaya hidup lama yang tidak ramah lingkungan seperti, penggunaan produk-produk yang dalam prosesnya dapat merusak alam dan berganti menggunakan produk-produk yang lebih ramah lingkungan (Pramesti dkk., 2022).

Berubahnya gaya hidup masyarakat yang semakin menunjukkan gaya hidup ramah lingkungan saat ini juga didukung oleh beberapa produk yang sudah mempertimbangkan aspek lingkungan, mulai dari munculnya mobil listrik untuk mengurangi emisi gas yang berbahaya bagi lingkungan hingga produk yang terbuat dari bahan-bahan alam yang mudah terurai, seperti sedotan ramah lingkungan yang dapat dimakan. Munculnya produk ramah lingkungan ini juga turut berdampak

pada beberapa perusahaan yang turut berlomba-lomba untuk membuat produk ramah lingkungan (Hermawan dkk., 2023). Hal inilah yang kemudian membuat masyarakat juga semakin sering terpapar oleh produk ramah lingkungan.

2.2 Perilaku Konsumen Produk Hijau pada Generasi Z dan Generasi Milenial

Generasi Z dan Milenial merupakan kelompok generasi muda yang dianggap melek tentang teknologi dan internet. Kelompok ini merupakan kelompok yang dianggap paling terbuka dan sadar terhadap isu-isu yang tengah terjadi di masyarakat, salah satunya adalah isu mengenai lingkungan. Hasil survei yang dilakukan oleh Jajak Pendapat (JakPat) menunjukkan bahwa generasi muda, khususnya Generasi Z dan Milenial sadar akan isu-isu lingkungan. Hal ini ditunjukkan oleh perilaku mereka yang mempertimbangkan dampak dari sebuah produk atau layanan yang akan mereka beli terhadap lingkungan (Annur, 2022).

Dikutip dari [Mediaindonesia.com](https://mediaindonesia.com), kesadaran lingkungan yang dimiliki oleh generasi muda, Gen Z (80%) dan Milenial (85%) membuat mereka mau beralih ke produk yang lebih ramah lingkungan meskipun harus mengeluarkan biaya tambahan untuk memperoleh produk (Nurchayadi, 2021). Produk hijau atau produk ramah lingkungan diartikan sebagai produk yang dihasilkan dari bahan baku tidak beracun dan proses produksinya tidak membahayakan atau merusak lingkungan karena menggunakan proses yang ramah lingkungan.

Pada tahun 2020, jumlah konsumen di Indonesia yang peduli terhadap produk ramah lingkungan mengalami peningkatan sebesar 112% dibandingkan tahun sebelumnya (Nariswari, 2022). Pada tahun 2021, 9.000 orang dari Asia Pasifik, termasuk Indonesia, masyarakat dengan usia di atas 18 tahun lebih

memperhatikan isu lingkungan terkait pembelian produk atau layanan yang akan mereka gunakan (Nariswari, 2022). Hal ini dapat diartikan bahwa generasi muda siap melakukan aksi nyata untuk berkontribusi dalam pelestarian lingkungan. Dengan demikian, dapat diartikan bahwa permintaan produk ramah lingkungan akan menjadi semakin meningkat.

Media sosial juga turut menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi pola perilaku konsumsi masyarakat. Hal ini dikarenakan media sosial telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat. Media sosial dapat mempertahankan dan mendorong perilaku ramah lingkungan pada penggunanya lantaran media sosial telah mengubah interaksi antara pelanggan dan pemilik bisnis, di mana pemilik bisnis dapat dengan mudah mempengaruhi pelanggan mereka (Hasdiansa dkk., 2023).

Hasdiansa dkk. (2023) mengungkapkan bahwa Generasi Milenial merupakan generasi yang paling banyak menggunakan media sosial dan Generasi Z merupakan generasi yang lebih memilih jejaring sosial untuk komunikasi dan interaksi dengan orang-orang. Hal ini menunjukkan bahwa kedua generasi ini sangat melibatkan media sosial dalam kehidupannya, sehingga perilaku mereka dapat terbentuk dari paparan konten yang ada di media sosial.

Adanya media sosial membuat akses informasi mengenai produk hijau dan isu lingkungan menjadi semakin mudah menyebar. Media sosial memiliki peranan penting dalam meningkatkan kesadaran lingkungan bagi para penggunanya lantaran dengan media sosial, masyarakat dapat berbagi pengalaman, pengetahuan, dan solusi terkait masalah lingkungan secara *real time* (Kusnadi dan Novianti,

2024). Dengan adanya media sosial, penyebaran informasi mengenai lingkungan akan semakin cepat, sehingga masyarakat dapat langsung berpartisipasi di dalam diskusi.

Generasi Z dan Generasi Milenial menjadi generasi yang paling melek akan media sosial. Mereka memanfaatkan media sosial untuk melakukan interaksi dan berkomunikasi dengan para pengguna media sosial yang lain. Generasi ini menggunakan media sosial untuk saling terhubung dengan komunitas yang ada di dalamnya dan mencari informasi mengenai topik yang mereka minati, salah satunya adalah isu lingkungan. Dengan kepeduliannya terhadap lingkungan yang sudah tinggi, terdapat kemungkinan bahwa mereka akan melakukan aksi nyata untuk menyelamatkan kerusakan lingkungan yang telah terjadi.

2.3 Upaya Berkelanjutan untuk Mengurangi Permasalahan Lingkungan

Kerusakan lingkungan yang terjadi akhir-akhir ini yang ditandai oleh cuaca panas ekstrem salah satunya disebabkan oleh kehidupan masyarakat yang serba cepat dan praktis yang membuat masyarakat menjadi konsumtif. Penggunaan plastik sekali pakai, menumpuknya sampah sisa makanan, menumpuknya limbah pakaian yang diakibatkan oleh *fast fashion*, dan permasalahan lingkungan lainnya yang disebabkan oleh gaya hidup manusia.

Data yang dihimpun oleh Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) menunjukkan bahwa terjadi kenaikan kapasitas sampah yang ada di Indonesia pada tahun 2022 (Annur, 2023). Permasalahan mengenai sampah di atas tidak dapat disepelekan lantaran sampah merupakan salah satu sumber yang menyebabkan kerusakan

lingkungan. Banjir adalah salah satu kerusakan lingkungan yang salah satunya diakibatkan oleh sampah. Penanganan sampah yang buruk akan berakibat pada kualitas kehidupan yang menurun, menurunnya keindahan lingkungan, menurunnya kualitas kesehatan masyarakat, dan potensi terjadi banjir yang semakin besar (Disperkimta, 2019).

Melestarikan lingkungan menjadi salah satu hal penting yang harus dilakukan oleh manusia yang ada di dalamnya. Hal ini dikarenakan kerusakan lingkungan yang terjadi harus segera mendapatkan penanganannya agar manusia bisa tetap melanjutkan hidupnya tanpa merasakan ancaman dari alam. Mempromosikan keberlanjutan merupakan inti dari pelestarian lingkungan. Keberlanjutan ini bertujuan agar kebutuhan hidup generasi saat ini menjadi terpenuhi tanpa harus mengorbankan generasi yang akan datang. Kesadaran bahwa sumber daya bumi terbatas membuat pengelolaan yang bertanggung jawab sangat penting untuk keberlanjutan jangka panjang (Saputra dkk., 2023).

Dalam mengatasi kerusakan lingkungan dengan mendorong pembangunan yang berkelanjutan dan menjaga kelestarian sumber daya dibutuhkan kolaborasi antar *stakeholder* terkait. Pemerintah, organisasi internasional, lembaga swadaya masyarakat (LSM), komunitas lokal, dan individu harus saling bekerja sama untuk mengembangkan dan menerapkan kebijakan yang efektif dan bertukar ide demi mendapatkan dunia yang lebih berkelanjutan (Saputra dkk., 2023).

Meskipun kesadaran masyarakat terkait permasalahan lingkungan sudah meningkat, bumi masih tetap menghadapi ancaman yang serius, seperti perubahan iklim yang cukup ekstrem dan penipisan sumber daya alam. Hal ini salah satunya

diakibatkan oleh aktivitas manusia yang tidak berkelanjutan. Oleh karenanya, manusia memiliki peranan yang cukup penting bagi upaya berkelanjutan untuk melestarikan lingkungan. Saputra dkk. (2023) menjelaskan bahwa terdapat beberapa hal yang dapat dilakukan untuk menciptakan dampak positif terhadap upaya keberlanjutan, yaitu 1) mempromosikan keberlanjutan melalui pengembangan teknologi inovatif, seperti menggunakan sumber energi terbarukan dan sistem hemat energi, 2) melestarikan sumber daya seperti pengurangan dan daur ulang limbah, 3) melindungi satwa liar dan melestarikan keanekaragaman hayati, serta 4) mendukung inisiatif hijau seperti mempromosikan kendaraan listrik dan sistem transportasi umum.