



# 2022

# POLICY BRIEF

## Pertanian, Kelautan, dan Biosains Tropika

### Vol.4 No.3, 2022

## Peningkatan Perilaku Konsumsi Hijau Konsumen Muda Indonesia

Ismaul Fitri<sup>1</sup>, Megawati Simanjuntak<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen, Fakultas Ekologi Manusia IPB

\*Email: mega\_juntak@apps.ipb.ac.id

### Isu Kunci

- Sikap lingkungan konsumen muda berada pada kategori tinggi, sedangkan pengetahuan, tanggung jawab lingkungan, dan perilaku konsumsi hijau konsumen muda tergolong pada kategori sedang
- Sikap lingkungan dipengaruhi oleh pengetahuan dan tanggung jawab lingkungan
- Perilaku konsumsi hijau konsumen muda dipengaruhi oleh sikap dan pengetahuan lingkungan
- Kebijakan pengurangan sampah perlu dimaksimalkan pelaksanaannya seperti yang diatur dalam Peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan Nomor 75 Tahun 2019 tentang Peta Jalan Pengurangan Sampah oleh Produsen

### Ringkasan

Perilaku konsumsi hijau adalah salah satu bentuk solusi alternatif dalam upaya penyelesaian masalah lingkungan akibat kegiatan konsumsi. Pengetahuan lingkungan berpengaruh terhadap munculnya tanggung jawab lingkungan, sikap lingkungan, dan perilaku konsumsi hijau. Perilaku konsumsi hijau tidak dipengaruhi oleh tanggung jawab lingkungan, tetapi paling besar dipengaruhi oleh sikap lingkungan. Konsumen muda Indonesia memiliki tingkat pengetahuan lingkungan, tanggung jawab, dan perilaku konsumsi hijau pada kategori sedang. Namun, telah menunjukkan sikap lingkungan yang tinggi. Perilaku konsumsi hijau dapat ditingkatkan melalui kolaborasi berbagai pihak baik itu konsumen, pelaku usaha, maupun pemerintah. Sebagai regulator, pemerintah perlu terus mendorong ketersediaan produk ramah lingkungan, merumuskan langkah teknis terkait pengelolaan sampah dari taraf rumah tangga hingga tempat pembuangan akhir, serta mendorong masifnya pelaksanaan peraturan daerah terkait kebijakan pengurangan sampah plastik.

## Pendahuluan

Konsumsi dianggap sebagai salah satu kontributor utama masalah lingkungan. Bentuk permasalahan lingkungan yang paling memprihatinkan di Indonesia berkaitan dengan masalah sampah. Indonesia adalah negara dengan penghasil sampah plastik terbesar ketiga di dunia (Tempo 2021). Pada tahun 2020, Indonesia menghasilkan sampah plastik sebanyak 67,8 juta ton. Sebanyak 185.753 ton sampah dihasilkan oleh 270 juta penduduk setiap harinya, artinya setiap penduduk telah memproduksi sekitar 0.68 kilogram sampah per hari (Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan 2020).

Konsumen sebagai pelaku utama konsumsi memiliki tanggung jawab utama dalam masalah kerusakan lingkungan (Berglund dan Matti 2006). Kelompok konsumen yang memiliki perilaku sadar lingkungan dapat membantu memecahkan masalah lingkungan dengan berkontribusi dalam aksi pemecahan masalah lingkungan dengan melakukan konsumsi hijau (Zuraidah *et al.* 2012).

Konsumen muda merupakan kelompok konsumen yang tidak hanya peduli dengan situasi saat ini, tetapi juga memperhatikan dampak di masa depan (Hume 2010). Konsumen muda cenderung membeli produk hijau (ramah lingkungan) (Yadav dan Pathak 2016). Penelitian lain menyebutkan bahwa konsumen muda adalah segmen pasar pembentuk kelompok konsumen kuat (Hendrawan dan Zorigoo 2019).

Berdasarkan hasil sensus penduduk di tahun 2020, penduduk usia muda adalah kelompok yang mendominasi jumlah penduduk Indonesia. Penduduk Indonesia yang tergolong kedalam usia muda adalah generasi Z dan milenial. Generasi Z (lahir tahun 1997-2012) di Indonesia telah mencapai 75,49 juta jiwa (27,94%). Sementara itu, jumlah generasi milenial (lahir tahun 1981-1996) adalah 69,38

juta jiwa penduduk (25,87%) (Badan Pusat Statistik 2020).

Faktor internal ternyata memiliki peran yang penting dalam menjelaskan perilaku konsumsi hijau individu (Kostadi19nova 2016). Pengetahuan dianggap sebagai prediktor penting dalam perilaku konsumsi hijau. Konsumen yang lebih sadar dan berwawasan lingkungan akan lebih termotivasi untuk menerapkan perilaku konsumsi hijau (Peattie 2010). Kesadaran dan tanggung jawab terhadap lingkungan berpengaruh positif pada sikap ke arah penggunaan produk hijau (Chen dan Chai 2010). Konsumen yang peduli lingkungan menyatakan lebih banyak keinginan untuk membayar lebih untuk energi terbarukan (Bang *et al.* 2000). Penelitian sebelumnya juga telah mencatat bahwa konsumen yang memiliki sikap tanggung jawab sosial tentang masalah lingkungan cenderung untuk menunjukkan perilaku pembelian produk hijau (Oyewole 2001).

Konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab adalah salah satu tujuan *Sustainable Development Goals* (SDG's) yaitu pada poin 12. Target yang ingin dicapai dalam *Sustainable Development Goals* (SDG's) tahun 2030 pada poin 12 antara lain pengurangan limbah pangan per kapita global di tingkat ritel dan konsumen hingga setengahnya serta pengurangan produksi limbah melalui mekanisme pencegahan, pengurangan, daur ulang, dan penggunaan kembali (UNDP 2015). *Sustainable Development Goals* (SDG's) juga telah terintegrasi ke dalam rencana pembangunan Indonesia di tingkat nasional dan daerah. Kebijakan tersebut tertuang dalam Peraturan Presiden Nomor 18 Tahun 2020 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2020-2024.

Isu kerusakan lingkungan akibat perilaku konsumsi yang tidak berkelanjutan sudah menjadi perhatian dan prioritas berbagai pihak, sehingga penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan. Perilaku konsumsi hijau di kalangan

konsumen muda menjadi menarik diteliti, karena dengan adanya penelitian ini dapat diketahui gambaran perilaku konsumsi hijau konsumen yang dominan di Indonesia. Sebab, abainya konsumen terhadap produk yang dikonsumsi akan memperparah kerusakan lingkungan.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh dari pengetahuan lingkungan dan tanggung jawab lingkungan terhadap sikap dan perilaku konsumsi hijau konsumen muda Indonesia.

## Pembahasan

### Perilaku Pembelian Produk Hijau (Ramah Lingkungan)

Produk hijau (ramah lingkungan) yang paling banyak digunakan maupun dibeli oleh konsumen muda dalam penelitian ini adalah jenis produk rumah tangga. Selain produk rumah tangga, tiga jenis produk lainnya yang juga banyak digunakan adalah produk makanan, produk kesehatan, dan produk kosmetik. Jumlah produk ramah lingkungan yang dibeli berbeda-beda jumlahnya. Lebih dari setengah responden dalam penelitian ini membeli produk ramah lingkungan 1-2 buah dengan intensitas pembelian produk hijau selama 6 bulan terakhir paling banyak dua kali. Lebih dari setengah konsumen muda dalam penelitian ini membeli produk ramah lingkungan di beberapa platform *e-commerce* seperti Bukalapak, Tokopedia, Shopee, dll. Selain itu, supermarket juga menjadi salah satu tempat terbanyak kedua yang dikunjungi konsumen muda saat membeli produk hijau (ramah lingkungan).

### Penjualan Produk Hijau (Ramah Lingkungan) di Retail Online dan Offline

Produk ramah lingkungan yang dijual pada hampir semua retail *offline* seperti swalayan adalah *totebag*, tisu ramah lingkungan, sedotan kertas, *tumblr*, dan *paperbag*. Pada beberapa toko *online shop* seperti Zero Waste Indonesia,

Demi Bumi, dan TokoFashionku juga telah ditemukan produk-produk ramah lingkungan. Pada toko *online shop* seperti Zero Waste Indonesia, produk yang dijual adalah produk dengan brand-brand yang mengusung tema *zero waste*. Bahkan, toko ini juga memperhatikan material kemasan produk yang ramah lingkungan. Pada toko Demi Bumi, produk yang dijual adalah aksesoris maupun peralatan yang terbuat dari bahan ramah lingkungan. TokoFashionku menjual produk pakaian yang berbahan dasar serat bambu dan katun organik.

### Pengetahuan, Tanggung Jawab, Sikap Lingkungan, dan Perilaku Konsumsi Hijau Konsumen Muda Indonesia

Pengetahuan lingkungan merupakan ilmu yang dimiliki seseorang tentang keadaan dan permasalahan lingkungan yang sedang terjadi. Lebih dari setengah responden dalam penelitian ini mengetahui tentang lingkungan. Sebanyak 8 dari 10 konsumen muda telah mengetahui bahwa saat ini lingkungan semakin memburuk serta tahu bahwa mengonsumsi produk tidak ramah lingkungan dapat menyebabkan masalah lingkungan.

Pengetahuan lingkungan konsumen muda berada pada kategori sedang ke tinggi. Artinya, pengetahuan lingkungan konsumen muda dinilai cukup baik. Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa ilmu dan kesadaran yang dimiliki konsumen dapat diartikan sebagai bentuk upaya yang dilakukan oleh masyarakat untuk ikut melestarikan lingkungan, kesadaran ini akan membuat konsumen menyadari bahwa mereka membutuhkan produk yang ramah lingkungan (Farhanah dan Kusumastuti 2020).

Selain pengetahuan lingkungan, tanggung jawab lingkungan termasuk kedalam salah satu aspek yang memiliki keterkaitan dengan perilaku konsumsi hijau. Tanggung jawab lingkungan adalah suatu tugas individu yang membuat individu merasa bersalah jika tidak dipenuhi. Lebih dari setengah konsumen muda dalam

penelitian ini memiliki tanggung jawab lingkungan pada kategori sedang. Dapat dikatakan bahwa konsumen muda dalam penelitian ini cukup bertanggung jawab terhadap lingkungan.

Lebih dari setengah responden dalam penelitian ini bertanggung jawab terhadap lingkungan. Sebanyak 8 dari 10 konsumen muda setuju bahwa terlibat dalam kegiatan lingkungan mampu menyelamatkan lingkungan untuk generasi mendatang. Mereka juga setuju bahwa pencemaran karena kemasan plastik yang berlebihan dapat diatasi jika produsen lebih sadar lingkungan. Sebanyak 7 dari 10 konsumen muda memiliki anggapan bahwa dirinya merupakan individu yang bertanggung jawab terhadap lingkungan. Lebih dari setengah konsumen muda juga tidak membeli produk yang berdampak buruk bagi lingkungan.

Konsumen semakin sadar akan isu keberlanjutan. Kesadaran tersebut diwujudkan dengan munculnya istilah konsumsi yang bertanggung jawab. Konsumsi yang berkelanjutan dan bertanggung jawab terhadap lingkungan akan menjadi sumber alternatif lain dalam kegiatan konsumsi. Berdasarkan hubungannya dengan konsumsi yang bertanggung jawab, konsumen dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori. Saat ini, konsumen telah sensitif terhadap tanggung jawab konsumsi (Aomari 2014).

Sikap lingkungan merupakan sikap umum terhadap lingkungan dan perhatian khusus tentang bagaimana perilaku seseorang dan perilaku orang lain. Sebagian besar konsumen muda dalam penelitian ini telah memiliki sikap lingkungan yang tinggi. Sikap lingkungan konsumen dalam penelitian ini cukup tinggi. Jika dilihat kembali, konsumen dalam penelitian ini juga memiliki pengetahuan lingkungan yang sudah cukup baik. Dengan demikian, penelitian ini turut mendukung penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa sikap peduli lingkungan konsumen dipengaruhi oleh pengetahuan dan

pendidikan konsumen terkait lingkungan, yang tercermin dalam pola hidup sehat dan sederhana (Cruz dan Prabawani 2017).

Lebih dari setengah konsumen muda memiliki sikap yang positif terhadap lingkungan. Sebanyak 7 dari 10 orang responden berusaha untuk menghemat air menghemat listrik, serta berusaha meyakinkan orang lain bahwa lingkungan itu penting. Konsumen yang bersedia membeli produk ramah lingkungan serta didukung dengan sikap terhadap lingkungan cenderung memiliki penilaian untuk melindungi dan memperbaiki lingkungan (Mobrezi dan Khoshtinat 2016).

Pengetahuan, sikap, dan tanggung jawab terhadap lingkungan diyakini berkaitan dengan perilaku konsumsi hijau. Perilaku konsumsi hijau adalah perilaku konsumsi individu yang muncul karena adanya kepedulian terhadap lingkungan. Sebagian besar konsumen muda dalam penelitian ini memiliki perilaku konsumsi hijau pada kategori sedang. Masih sedikit konsumen yang sudah memiliki perilaku konsumsi hijau pada kategori tinggi. Temuan yang menunjukkan bahwa masih sedikit konsumen Indonesia yang memiliki perilaku konsumsi hijau pada kategori tinggi, bisa jadi disebabkan karena di Indonesia, informasi mengenai perilaku konsumen hijau (*green consumer behavior*) relatif lebih sedikit. Berbeda dengan negara-negara maju yang memulai gerakan peduli lingkungan lebih dulu (Lee 2008).

Konsumen muda dalam penelitian ini telah berusaha mengurangi penggunaan barang yang berlebihan. Sebanyak 5 dari 10 orang konsumen muda sering atau selalu menghindari produk sekali pakai. Sekitar 60 persen telah mencoba untuk meminimalkan konsumsi yang berlebihan. Konsumen muda dalam penelitian ini sering atau selalu mendaur ulang botol plastik, tetapi yang tidak pernah atau jarang mendaur ulang, dan kadang-kadang mendaur ulang jumlahnya juga tidak jauh berbeda. Masih ada setengah responden yang membeli barang

dengan harga murah tanpa mempertimbangkan dampaknya terhadap lingkungan.

Selanjutnya, sekitar 5 dari 10 konsumen muda dalam penelitian ini berusaha untuk menggunakan lampu dengan daya yang kecil, serta sering atau selalu membeli produk yang paling sedikit menimbulkan polusi. Sebanyak 6 dari 10 orang konsumen muda membeli produk yang kurang berbahaya bagi lingkungan dan menggunakan produk yang ramah lingkungan.

Hasil uji pengaruh pada penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan lingkungan memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap tanggung jawab lingkungan, sikap lingkungan, dan perilaku konsumsi hijau. Hasil temuan dalam penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian lain, seperti yang dilakukan oleh Polonsky *et al.* (2012) yang menyimpulkan bahwa konsumen yang memiliki tingkat pengetahuan lingkungan tinggi menunjukkan kecenderungan untuk bertindak positif pada isu-isu lingkungan. Pengetahuan lingkungan yang semakin tinggi akan mendorong tingginya perilaku bertanggung jawab terhadap lingkungan (Habibie 2020). Konsumen dengan pengetahuan luas tentang isu-isu hijau akan termotivasi untuk membeli produk hijau, mengadopsi praktik hijau dan lebih condong ke arah perilaku pembelian produk ramah lingkungan (Saleh *et al.* 2020).

Tanggung jawab lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap sikap lingkungan tetapi memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap perilaku konsumsi hijau. Hasil penelitian ini didukung penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa konsumen yang memiliki sikap tanggung jawab sosial tentang masalah lingkungan cenderung untuk menunjukkan sikap untuk membeli produk hijau (Joshi dan Rahman 2015). Namun, hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian terdahulu yang menemukan bahwa individu yang memiliki tanggung jawab

lingkungan berpengaruh terhadap konsumsi yang berkelanjutan (Fryxell dan Lo 2003).

Sikap terhadap lingkungan memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap perilaku konsumsi hijau. Hal ini didukung oleh temuan sebelumnya yang menyatakan bahwa konsumen yang memiliki sikap lingkungan yang positif dan berperilaku dengan cara yang ramah lingkungan lebih mungkin untuk terlibat dalam konsumsi hijau (Kim *et al.* 2012). Teori sikap konsumen menjelaskan bahwa perilaku individu konsisten dengan sikap yang dimilikinya. Penelitian lain menemukan bahwa antara sikap atau kepedulian dan perilaku lingkungan memiliki hubungan yang positif (Fraj dan Martinez 2007; Mostafa 2007).

## Implikasi dan Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, konsumen muda Indonesia telah memiliki tingkat pengetahuan lingkungan, tanggung jawab lingkungan, dan perilaku konsumsi hijau yang berada pada kategori sedang. Sikap lingkungan yang dimiliki oleh konsumen muda juga sudah tergolong tinggi. Perilaku konsumsi hijau konsumen muda Indonesia masih perlu berbagai peningkatan dari berbagai aspek. Ada tiga aspek yang perlu dievaluasi dan diperbaiki, yaitu perilaku pembelian produk, penggunaan produk, serta pembuangan atau pengelolaan limbah/sampah. Peran berbagai stakeholder seperti konsumen, produsen, dan pemerintah sangat penting untuk bisa mewujudkan perilaku konsumsi hijau konsumen.

Pertama, dari sisi konsumen. Konsumen muda dapat meningkatkan perilaku konsumsi hijau dengan cara menumbuhkan rasa peduli dan cinta terhadap lingkungan. Proses ini bisa dilakukan dengan meningkatkan pemahaman yang baik tentang masalah lingkungan dan cara melindungi lingkungan yaitu dengan menerapkan kebiasaan konsumsi hijau.

Kebiasaan konsumsi hijau ini mencakup tiga aspek. Pertama, sebelum membeli produk, konsumen muda dapat memastikan bahwa produk yang dibeli adalah produk ramah lingkungan dan minim kemasan plastik. Kedua, saat menggunakan barang ataupun jasa, konsumen muda dapat menerapkan prinsip hemat dan cermat. Artinya, menggunakan barang/jasa sesuai dengan kebutuhan dan tetap memperhatikan efek penggunaan barang/jasa tersebut terhadap lingkungan.

Selanjutnya, konsumen muda dapat membiasakan diri untuk membuang sampah pada tempatnya dan memilah sampah sesuai jenisnya. Selain itu, konsumen muda bisa menggunakan kreativitasnya dalam mengelola barang yang masih bisa digunakan untuk di daur ulang mandiri menjadi barang lain yang bisa digunakan sehari-hari. Selain itu, ada alternatif lain yaitu mengumpulkan beberapa barang seperti botol bekas kosmetik untuk diserahkan kembali ke perusahaan (pelaku usaha) yang memproduksi barang tersebut untuk di daur ulang.

Kedua, dari sisi produsen. Produsen dapat membantu meningkatkan perilaku konsumsi hijau konsumen dengan menyediakan produk-produk yang ramah lingkungan, ikut mensosialisasikan perilaku konsumsi hijau kepada konsumen, serta mematuhi regulasi yang sudah ditetapkan pemerintah, seperti regulasi terkait pengurangan sampah sebagaimana telah diatur dalam Peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan Nomor 75 Tahun 2019 tentang Peta Jalan Pengurangan Sampah oleh Produsen yang mengatur pengurangan sampah oleh produsen dari tahun 2020-2029. Hal ini mengacu pada hasil penelitian yang menunjukkan bahwa lebih dari 80 persen konsumen muda setuju bahwa pencemaran dapat diatasi jika produsen lebih sadar lingkungan.

Ketiga, dari sisi regulator, yaitu pemerintah. Pemerintah memiliki peran yang

besar dalam membantu menumbuhkan dan meningkatkan perilaku konsumsi hijau di masyarakat. Peran ini meliputi pengaturan, pengawasan, dan penindakan. Saat ini, sudah ada regulasi yang dikeluarkan oleh pemerintah, baik itu dari pusat maupun daerah terkait dengan pengelolaan sampah serta penggunaan produk ramah lingkungan. Akan tetapi aturan yang ada masih terkesan seperti himbuan saja tanpa diikuti dengan mekanisme pengawasan dan penindakan yang jelas.

Contohnya, di Indonesia telah ada peraturan pemerintah yang mengatur tentang pengelolaan sampah yaitu Peraturan Pemerintah Nomor 81 Tahun 2012 tentang Pengelolaan Sampah Rumah Tangga dan Sampah Sejenis Sampah Rumah Tangga dan Peraturan Pemerintah Nomor 27 Tahun 2020 tentang Pengelolaan Sampah Spesifik. Namun pada kenyataannya, sistem pengelolaan sampah di Indonesia masih jauh dari kata baik. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen masih cukup kesulitan untuk memilah sampah karena konsumen merasa bahwa sampah yang dipilah pada akhirnya hanya akan disatukan kembali di tempat pembuangan akhir. Hal ini menunjukkan bahwa, perlu ada regulasi yang mengatur secara spesifik cara memilah dan mengelola sampah pada taraf rumah tangga hingga taraf pembuangan akhir. Cara tersebut perlu untuk distandarisasi dengan tidak begitu saja menyerahkan kebijakan teknis kepada pemerintah daerah atau dibawahnya. Pemerintah pusat perlu mengatur standarisasi teknis pengelolaan sampah agar dalam pelaksanaannya regulasi yang dikeluarkan oleh pemerintah daerah sejalan dengan pemerintah pusat.

Kemudian, dari segi pengawasan dan penindakan, pemerintah perlu lebih tegas lagi, seperti mengeluarkan regulasi terkait pembuangan sampah berikut dengan sanksi yang bisa memberikan efek jera. Akan lebih efektif jika dibentuk sebuah biro atau lembaga

yang memang khusus menangani dan mengawasi masalah sampah dan pengelolaannya. Di Indonesia, di beberapa tempat sudah ditemui beberapa spanduk yang berisi larangan berikut sanksi bagi yang membuang sampah sembarangan. Akan tetapi, hal ini tidak cukup efektif karena pada pengaplikasiannya pengawasan dan penindakan masih kurang.

Pada beberapa daerah, contohnya di DKI Jakarta, telah ada Peraturan Gubernur DKI Jakarta Nomor 142 Tahun 2019 yang mengatur tentang kewajiban menggunakan kantong belanja ramah lingkungan di pusat perbelanjaan, toko swalayan, dan pasar rakyat. Beberapa toko sudah mematuhi aturan ini dengan tidak menyediakan kantong plastik lagi. Tetapi, masih banyak toko swalayan di Jakarta yang menyediakan kantong plastik. Regulasi ini perlu dievaluasi kembali terkait dengan mekanisme pengawasan dan penindakannya.

Selanjutnya, perilaku konsumsi hijau sebaiknya juga masuk ke dalam salah satu strategi nasional pembangunan Indonesia kedepan. Atensi terkait konsumsi hijau perlu dibangun tidak hanya ditingkat pusat tetapi juga hingga tingkat daerah. Perlu ada regulasi yang mengatur secara komprehensif terkait konsumsi hijau mulai dari pengadaan produk ramah lingkungan, kewajiban pengurangan sampah plastik, hingga standarisasi pengelolaan sampah. Regulasi yang dibentuk sebaiknya tidak hanya mengarah kepada himbauan tetapi mengarah kepada kewajiban berikut sanksi yang tegas sekaligus efektif.

## Daftar Pustaka

Aomari A. 2014. The responsible consumption: Factor of the development of environmental responsibility in Morocco. *Journal of economics, Business and Management*. 2(3): 219-223.

Bang HK, Ellinger AE, Hadjimarcou J, Traichal PA. 2000. Consumer concern, knowledge, belief, and attitude toward renewable energy: An application of the reasoned action theory. *Psychol Mark*. 17(6):449–468. doi:10.1002/(SICI)1520-6793(200006)17:6<449::AID-MAR2>3.0.CO;2-8.

Berglund C, Matti S. 2014. Citizen and consumer : The dual role of individuals in environmental policy. *Environmental politics*. 15(4): 550-571. doi:10.1080/09644010600785176.

[BPS] Badan Pusat Statistik. 2020. Hasil Sensus Penduduk 2020. Jakarta (ID): BPS.

Chen T, Chai L. 2010. Attitude towards the environment and green products: Consumers' perspective. *Management Science and Engineering*. 4(2):27–39. <http://www.flrjournal.org/index.php/mse/article/download/j.mse.1913035X20100402.002/1343>.

Cruz MUM, Prabawani B. 2017. Konsumen Ramah Lingkungan: Perilaku Konsumsi Hijau Civitas Academica Universitas Diponegoro. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. 6(4): 40-50. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/17215>.

Farhanah A, Kusumastuti AE. 2020. Kesadaran Produk Ramah Lingkungan Sebagai Mediasi: Kepedulian Lingkungan dan Efektivitas Sosial Media. 2(1): 65–80.

Fryxell GE, Lo CWH. 2003. The influence of environmental knowledge and values on managerial behaviours on behalf of the environment: An empirical examination of managers in China. *Journal of Business Ethics*. 46:45–69. <https://doi.org/10.1023/A:1024773012398>.

Fraj E, Martinez E. 2006. Environmental values and lifestyles as determining factors of ecological consumer behaviour: An empirical analysis. *Journal of Consumer*

- Marketing*. 23(3): 133–144. doi:10.1108/07363760610663295.
- Habibie A. 2020. Hubungan antara efikasi diri dan pengetahuan lingkungan dengan perilaku bertanggung jawab terhadap lingkungan. *BIOEDUSCIENCE*. 4(1): 21-26.
- Hendrawan D, Zorigoo K. 2019. Trust in website and its effect on purchase intention for young consumers on C2C e-commerce business. *Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM)*. 17(3): 391–399. doi: 10.21776/ub.jam.2019.017.03.02.
- Hume M. 2010. Compassion without action: Examining the young consumers consumption and attitude to sustainable consumption. *Journal of World Business*. 45(4): 385–394. doi: 10.1016/j.jwb.2009.08.007.
- Joshi Y, Rahman Z. 2015. Factors affecting green purchase behaviour and future research directions. *International Strategic Management Review*. 3:128-143. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ism.2015.04.001>.
- [KLHK] Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. 2020. Sistem informasi pengelolaan sampah nasional. [diakses 2021 Nov 16]. <https://sipsn.menlhk.go.id/sipsn/>.
- Kim SY, Yeo J, Sohn SH, Rha JY, Choi S, Choi AY, Shin S. 2012. Toward a composite measure of green consumption: an exploratory study using a Korean sample. *Journal of family and economic issues*. 33(2): 199-214.
- Kostadinova E. 2016. Sustainable consumer behavior: Literature overview. *Economic Alternatives*. 2:224-234.
- Lee K. 2008. Opportunities for green marketing: Young consumers. *Marketing Intelligence & Planning*. 26(6):573–586. doi:10.1108/02634500810902839.
- Mobrezi H, Khoshtinat B. 2016. Investigating the factors affecting female consumers' willingness toward green purchase based on the model of planned behavior. *Procedia Economics and Finance*. 36(16): 441–447. [http://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30062](http://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30062).
- Mostafa MM. 2007. Gender differences in Egyptian consumers' green purchase behavior: The effects of environmental knowledge, concern and attitude. *International Journal of Consumer Studies*. 31(3): 220–229. doi:10.1111/j.1470-6431.2006.00523.
- Oyewole P. 2001. Social costs of environmental justice associated with the practice of green marketing. *J Bus Ethics*. 29(3): 239–251. doi:10.1023/A:1026592805470.
- Peattie K. 2010. Green consumption: Behavior and norms. *Annual review of environment and resources*. 35:195-228. doi: 10.1146/annurev-environ-032609-094328.
- Polonsky, MJ, Vocino A, Grau, SL, Garma R, Ferdous AS. 2012. The impact of general and carbon-related environmental knowledge on attitudes and behaviour of US consumers. *Journal of Marketing Management*. 28(3-4): 238-263. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2012.659279>.
- [PERMEN] Peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan Nomor 75 Tahun 2019 tentang Peta Jalan Pengurangan Sampah oleh Produsen. [diakses 2021 Des 20]. <http://jdih.menlhk.co.id/>.
- [PP] Peraturan Pemerintah Nomor 81 Tahun 2012 tentang Pengelolaan Sampah Rumah Tangga Dan Sampah Sejenis Sampah Rumah Tangga. [diakses 2022 Jul 26]. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/5295/pp-no-81-tahun-2012>
- [PP] Peraturan Pemerintah Nomor 27 Tahun 2020 tentang Pengelolaan Sampah Spesifik. [diakses 2022 Jul 26]. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/138876/pp-no-27-tahun-2020>



- [PERPRES] Peraturan Presiden Nomor 18 Tahun 2020 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2020-2024. 2020. [diakses 2021 Des 20]. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/131386/perpres-no-18-tahun-2020>.
- PERGUB] Peraturan Gubernur DKI Jakarta Nomor 142 Tahun 2019 Tentang Kewajiban Penggunaan Kantong Belanja Ramah Lingkungan perlu dicontoh oleh daerah-daerah di Indonesia. [diakses pada 2022 Mei 12]. [https://jdih.jakarta.go.id/uploads/default/produkhukum/PERGUB\\_NO.\\_142\\_TAHUN\\_2019.pdf](https://jdih.jakarta.go.id/uploads/default/produkhukum/PERGUB_NO._142_TAHUN_2019.pdf)
- Saleh RM, Anuar MM, Al-Swidi AK, Omar K. 2020. The effect of awareness, knowledge and cost on intention to adopt green building practices. *International Journal of Environment and Sustainable Development*. 19(1): 33-58.
- Tempo.co. 2021. 5 negara ini penyumbang sampah plastik terbesar di dunia, Indonesia urutan ke-3. *Tempo.co.*, siap terbit. [diakses 2021 Okt 16]. <https://tekno.tempo.co>.
- [UNDP] United Nations Development Programme. 2015. *Sustainable Development Goals.*, siap terbit [diakses 2021 Des 20]. <https://www.undp.org/sustainable-development-goals>.
- Yadav R, Pathak GS. 2016. Intention to purchase organic food among young consumers : Evidences from a developing nation. *Appetite*. 96: 122–128. doi:10.1016/j.appet.2015.09.017.
- Zuraidah R, Hashima H, Yahya K, Mohamad S. 2012. Environmental conscious behaviour among male and female Malaysian consumers. *OIDA Int J Sustain Dev*. 4(8): 55–64. <https://ssrn.com/abstract=2131895>.



**Direktorat  
Publikasi Ilmiah  
dan Informasi Strategis**

Direktorat Publikasi Ilmiah dan Informasi Strategis IPB (DPIS IPB) melaksanakan tugas dalam mengkaji dan mengelola informasi terkait isu-isu strategis untuk meningkatkan peran IPB dalam kebijakan pertanian, kelautan dan biosains tropika, serta mendorong peningkatan publikasi ilmiah untuk mendukung IPB menjadi World Class University.

**Direktorat Publikasi Ilmiah dan Informasi Strategis (DPIS), IPB University**  
Gedung LSI Lantai 1, Jl. Kamper, Kampus IPB Dramaga, Bogor - Indonesia 16680  
Website: <https://dpis.ipb.ac.id>

