

## PERSEPSI KONSUMEN MILENIAL DAN GENERASI Z TERHADAP ALTERNATIF TAS BELANJA RAMAH LINGKUNGAN

Luh Putu Sulistya Ari Utami<sup>1</sup>, Ni Luh Putri Sulistya Dewi<sup>2</sup>, Ni Putu Candra Vania Pebrianti<sup>3</sup>, Silmi Nuralvin<sup>4</sup>, Putu Chris Susanto<sup>5</sup>

<sup>1-5</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora, Universitas Dhyana Pura, Jl. Raya Padang Luwih Tegaljaya Dalung Kuta Utara, Bali, Indonesia  
Email: [19110101199@undhirabali.ac.id](mailto:19110101199@undhirabali.ac.id) , [19110101152@undhirabali.ac.id](mailto:19110101152@undhirabali.ac.id) ,  
[19110101144@undhirabali.ac.id](mailto:19110101144@undhirabali.ac.id) , [19110101170@undhirabali.ac.id](mailto:19110101170@undhirabali.ac.id) ,  
[chris.susanto@undhirabali.ac.id](mailto:chris.susanto@undhirabali.ac.id)

### ABSTRAK

Dunia telah menghadapi persoalan yang pelik mengenai sampah plastik terutama sampah plastik yang dihasilkan dari kantong belanja sekali pakai, hal ini membuat masyarakat beralih pada sesuatu yang ramah lingkungan seperti tas kain atau yang biasa disebut dengan reusable bag. Namun, sebuah penelitian menyebutkan bahwa kantong belanja ramah lingkungan yang beredar dipasaran masih memiliki kekurangan baik dari segi desain, bahan, kegunaan, hingga efektivitasnya sebagai pengganti kantong plastik. Berdasarkan penelitian tersebut penulis mengangkat judul "Persepsi Konsumen Milenial dan Generasi Z Terhadap Alternatif Tas Belanja Ramah Lingkungan" sebagai pengganti kantong belanja yang kurang ramah lingkungan, adapun tas yang penulis maksud adalah tas blacu dan tas rajut multifungsi sehingga penggunaannya bisa lebih lama dan kekinian bagi generasi milenial dan generasi Z. Penelitian dengan pendekatan kualitatif menggunakan media visual berupa foto, metode pengumpulan data dengan photo elicitation interview menggunakan daftar pertanyaan semi-terstruktur yang melibatkan partisipan perempuan di generasi milenial dan generasi Z. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa ada perbedaan perspektif antara generasi milenial dan generasi Z sehingga menghasilkan pendapat yang beragam.

**Kata kunci:** sampah plastik, kantong plastik, tas belanja, totebag, tas rajut

### 1. Pendahuluan

Sampah plastik telah menjadi persoalan pelik di berbagai belahan dunia, terutama penggunaan kantong plastik sebagai tas belanja. Tas belanja berbahan plastik tentu saja tidak ramah lingkungan karena terbuat dari bahan kimia yang tidak dapat di daur ulang dan penggunaannya yang cenderung sekali pakai membuat penggunaan kantong plastik sebagai tas belanja kian meningkat. Manusia akan selalu membeli kebutuhannya, oleh karena itu volume sampah plastik juga ikut meningkat.

Menyikapi hal tersebut, banyak individu telah beralih menggunakan tas kain sebagai pengganti kantong plastik yang telah lama melekat dalam kehidupan masyarakat. Pemerintah kota San Fransisco, Amerika Serikat telah menerapkan kebijakan untuk tidak memberikan konsumennya kantong plastic, selanjutnya mereka melarang penggunaan Styrofoam sebagai pembungkus makanan, serta penggunaan botol plastic yang terbatas di Negara tersebut (Kebijakan Pengurangan Sampah Plastik dan Kebijakannya, 2019). Kemudian di benua Asia

"Bring Your Own Bag" atau "Bawa Kantong Anda Sendiri" telah dikampanyekan oleh Singapura sejak tahun 2007 sebagai bentuk peduli terhadap lingkungan, pada hari pertama kampanye tersebut, Negara tersebut telah berhasil mengurangi 100.000 penggunaan kantong belanja plastik dan menurunnya konsumsi kantong belanja plastik sebesar 60% (Kebijakan Pengurangan Sampah Plastik dan Kebijakannya, 2019).

Larangan penggunaan kantong plastik sekali pakai telah resmi ditetapkan di Jakarta, Indonesia sejak Rabu 1 Juli 2020. Larangan tersebut tertuang dalam Peraturan Gubernur Nomor 142 Tahun 2019 tentang Kewajiban Penggunaan Kantong Belanja Ramah Lingkungan (Kompas.com, 2020). Sedangkan di Bali, persoalan sampah plastic juga belum teratasi dengan baik. Pemerintah Bali telah melarang penggunaan 3 jenis kantong plastik sekali pakai yang telah diatur dalam Peraturan Gubernur Bali Nomor 97 Tahun 2018 mengenai Pembatasan Timbulan Penggunaan Sampah Plastik Sekali Pakai. Peraturan tersebut sudah ditetapkan dan telah berjalan selama satu tahun sembilan bulan serta laporan angka penurunan penggunaan kantong plastic sekali pakai pun telah dipublikasikan. Namun, pada praktiknya masih banyak ditemukan penggunaan kantong plastic sekali pakai terutama pada pasar tradisional, pedagang kaki lima, maupun pedagang pinggir jalan (GIDKP,2021).

Dalam penelitian sebelumnya mengenai perilaku konsumen terhadap penggunaan kantong plastik dan tas kain di area Jabodetabek yang menggunakan teori *Planned Behavior*, ditemukan bahwa kesadaran lingkungan, tekanan sosial, dan dukungan larangan penggunaan kantong plastik berpengaruh terhadap keinginan konsumen untuk menggunakan tas kain yang *reusable*, serta ada pengaruh yang signifikan dari keinginan menggunakan tas kain terhadap perilaku konsumen dalam mengurangi penggunaan kantong plastik (Ginting dkk, 2020).

Penelitian lainnya menyatakan bahwa penetapan harga kantong plastic berbayar seharga Rp 200,00 masih dianggap murah dan konsumen masih sanggup untuk membayarnya. Kesadaran konsumen terhadap kantong belanja plastik sekali pakai masih sangatlah kurang, begitupula dengan sosialisasi yang dilakukan oleh pemerintah atau pihak-pihak tertentu untuk mempengaruhi masyarakat mengurangi penggunaan kantong belanja plastik sekali pakai (Djodi Setiawan dan MF. Shellyana Junaedi, 2016).

Penulis menyasar generasi milenial dan generasi Z karena melihat gaya hidup *zero waste* kaum milenial dan generasi Z di media sosial. Zero waste adalah gaya hidup bebas sampah atau semua produk dapat digunakan lagi sehingga tidak ada produk yang terbuang atau menghasilkan sampah (Hadisaputro dan Hernawati, 2020). Salah satu kampanyenya adalah mengganti kantong plastik sekali pakai dengan tas belanja kain. Dari sentiment positif tersebut, dapat dinilai masyarakat mulai menyadari soal pentingnya menjaga lingkungan dengan membatasi penggunaan plastic sekali pakai dan menerapkan gaya hidup *zero waste*. Melihat adanya gerakan positif ini, penulis berpikir bahwa penerapan tas belanja rajut dan tas belanja blacu juga akan mudah diterapkan pada generasi milenial dan generasi Z.

**2. Metode**

Kajian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode pengumpulan data wawancara *photo elicitation*. Penggunaan metode pengumpulan data wawancara *photo elicitation* adalah untuk mendapatkan data atau informasi yang digunakan dalam penelitian dan dilakukan dengan cara bertanya jawab antara pewawancara dengan responden dengan menggunakan foto-foto sebagai media perantaranya, dimana foto-foto yang digunakan terdiri dari 3 tas yang berbeda, antara lain tas spunbond, tas rajut dan tas blacu bordir. Peneliti memilih ketiga tas tersebut karena melihat dari sisi kegunaannya yang cocok dijadikan sebagai pengganti kantong plastik.



Gambar 1. Tas spunbond

Gambar 2. Tas rajut

Gambar 3. Tas blacu border

Tujuan penggunaan metode pengumpulan data wawancara foto elicitation untuk mendapatkan informasi mengenai sikap generasi milenial dan generasi Z terhadap penggunaan *reusable bag*. Objek pada penelitian ini adalah orang-orang yang termasuk dalam kalangan generasi milenial dan generasi Z dengan kisaran tahun lahir 1996-2010. Alasan peneliti menggunakan partisipan generasi milenial dan generasi Z karena generasi tersebut memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap perubahan lingkungan dimana kedua generasi ini lebih banyak menyerap hal-hal baru dibandingkan dengan generasi-generasi di bawahnya. Penelitian ini dilaksanakan dari bulan September – November 2021. Jumlah partisipan dalam penelitian ini adalah 8 orang yakni 4 orang partisipan perempuan dari generasi milenial dan 4 orang partisipan perempuan dari generasi Z. Data tersebut diperoleh dari hasil wawancara dengan menggunakan foto elicitation secara tatap muka dan tetap mematuhi protokol kesehatan.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Tabel 1. Partisipan Penelitian

No	Kode	Usia	Jenis Kelamin
1	M1	23	Perempuan
2	M2	24	Perempuan
3	M3	23	Perempuan
4	M4	26	Perempuan
5	Z5	20	Perempuan
6	Z6	17	Perempuan
7	Z7	17	Perempuan
8	Z8	17	Perempuan

Menerapkan pendekatan *photo elicitation interview*, penulis menyajikan tiga foto (Gambar 1-3) kepada para partisipan. Mereka diminta untuk mengomentari hal-hal yang dilihatnya dalam foto tersebut, serta menjawab beberapa pertanyaan semi-terstruktur. Dari pengamatan penulis, semua partisipan langsung mengenali gambar 1 sebagai tas spunbond, gambar 2 sebagai tas rajut, dan gambar 3 sebagai tas blacu. Berdasarkan hasil wawancara partisipan generasi milenial dan generasi Z terhadap alternative penggunaan tas belanja: Riset Pemasaran Berbasis Visual menghasilkan persepsi yang berbeda antara partisipan generasi milenial dan partisipan generasi Z. Secara umum konsumen yang menjadi partisipan dalam penelitian ini lebih mengenal tas kain *spunbond* sebagai tas belanja. Berdasarkan pada penelitian tersebut, 6 dari 8 partisipan menyatakan tas rajut tidak cocok digunakan sebagai tas belanja dan lebih cocok digunakan untuk *hangout*. Sementara itu, totebag sulam sudah cukup familiar di kalangan anak muda sehingga partisipan berfikir bahwa totebag sulam cocok dijadikan sebagai alternatif tas belanja.

Tas belanja rajut memang tidak begitu populer di Indonesia, namun beberapa partisipan merasa cocok-cocok saja jika tas belanja biasa diganti dengan tas rajut. Sejauh ini partisipan masih menganggap bahwa tas spunbond yang paling cocok dijadikan sebagai tas belanja, karena harganya yang murah dan keberadaannya yang mudah untuk ditemukan, berbeda dengan tas rajut yang cukup langka, atau totebag sulam yang hanya dijual di tempat-tempat tertentu, online shop misalnya. Berdasarkan pada penelitian tersebut, penulis menemukan perbedaan yang signifikan tentang pandangan Generasi Milenial dan Generasi Z mengenai penggunaan alternatif *reusable* bag yang mana generasi milenial lebih mempertimbangkan efektivitas dari penggunaan ketiga tas tersebut dan memilih penggunaan tas spunbond sedangkan generasi Z lebih memperhatikan penampilan/desain dari ketiga tas tersebut sehingga mereka lebih menyukai tas rajut dan totebag blacu sulam untuk digunakan sebagai tas belanja, meskipun menurut mereka yang paling cocok adalah tas spunbond.

Dari hasil wawancara tersebut, penulis dapat menganalisis beberapa poin atau pola yang muncul. Pertama, partisipan generasi milenial lebih mengutamakan efektivitas dari penggunaan tas. Kedua, sebagian partisipan menyatakan kalau tas rajut dan tas blacu cocok untuk dibawa untuk *hangout* maupun dijadikan sebagai

tas belanja karena tas tersebut multifungsi. Ketiga, sebagian partisipan tidak setuju kalau tas rajut dijadikan sebagai tas belanja

#### 4. Kesimpulan

Dari penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing dari generasi milenial dan generasi Z memiliki sikap dan persepsi yang berbeda terhadap penggunaan alternative tas belanja sehingga menghasilkan pendapat yang beragam. 6 dari 8 partisipan menyatakan bahwa tas rajut tidak cocok dijadikan sebagai tas belanja, namun 2 diantaranya menyatakan tas rajut juga cocok dijadikan sebagai alternative tas belanja. Partisipan dari generasi milenial cenderung mempertimbangkan efektivitas dari penggunaan ketiga tas tersebut dan memilih untuk menggunakan tas spunbond, sedangkan partisipan dari generasi Z lebih memperhatikan penampilan/desain dari ketiga tas tersebut sehingga mereka lebih menyukai tas rajut dan totebag blacu sulam untuk digunakan sebagai tas belanja, meskipun menurut mereka yang paling cocok untuk dijadikan tas belanja adalah tas spunbond. Dalam melakukan penelitian, penulis memiliki keterbatasan seperti jumlah partisipan dan jangka waktu penelitian yang singkat sehingga pembahasan dalam penelitian menjadi kurang mendalam. Penulis berharap agar penelitian ini bermanfaat bagi masyarakat luas menegai penggunaan reusable bag.

#### 5. Daftar Rujukan

- Ginting, A.C. *et al.* 2020. 'Perilaku Konsumen terhadap Penggunaan Kantong Plastik dan Tas Kain di Area Jabodetabek', *PERWIRA - Jurnal Pendidikan Kewirausahaan Indonesia*, 3(2), pp. 117–136.
- Hadisaputro, D.F. and Hernawati, R.I. 2020. 'SOSIALISASI ZERO WASTE LIFESTYLE DI LINGKUNGAN FAKULTAS EKONOMI & BISNIS UNIVERSITAS DIAN NUSWANTORO', *ABDIMASKU: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 3(3), pp. 165–172. doi:10.33633/ja.v3i3.100.
- Winda Sartika Purba 2018. Membawa Tas Belanja Sendiri  
<https://news.detik.com/kolom/d-3894490/membawa-tas-belanja-sendiri>
- Wardhani Tsa Tsia dan Bagus Santoso 2020. Melihat Gaya hidup Zero Waste Kaum Milenial dan Gen Z di Media Sosial  
<https://voi.id/berita/4013/melihat-gaya-hidup-i-zero-waste-i-kaum-milenial-dan-gen-z-di-media-sosial>
- D. Setiawan 2016. Respon Konsumen Terhadap Tas Plastik berbayar  
<https://core.ac.uk/download/pdf/84789156.pdf>
- GIDKP 2021. Dua Tahun Penerapan Peraturan Gubernur Provinsi Bali No.97 Tahun 2018 tentang Pembatasan Timbulan Sampah Plastik Sekali Pakai: Apa Saja Pencapaian dan Tantangan Yang Dihadapi?  
<https://dietkantongplastik.info/dua-tahun-penerapan-peraturan-gubernur-provinsi-bali-no-97-tahun-2018-tentang-pembatasan-timbulan-sampah-plastik-sekali-pakai-apa-saja-pencapaian-dan-tantangan-yang-dihadapi/>
- Redaksi 2019. Kebijakan Pengurangan Kantong Plastik dan Penerapannya  
<https://majalahcsr.id/kebijakan-pengurangan-kantong-plastik-dan-penerapannya/>

