

Pengelolaan Karakter *Green Behavior* pada Generasi Milenial dalam Meningkatkan Minat Penggunaan *Green Product*

Ni Kadek Mita Ayu Wandari¹, Gede Sri Darma²

^{1,2} Universitas Pendidikan Nasional

Jl. Bedugul No. 39 Sidakarya, Denpasar 80224, Indonesia
mitayu1797@gmail.com; sridarma@undiknas.ac.id

Abstrak– Penelitian ini bertujuan untuk mengelola karakter green behavior pada generasi milenial dalam meningkatkan minat penggunaan green product dan implementasi karakter green behavior pada generasi milenial dalam meningkatkan minat penggunaan green product yang dapat mengurangi fenomena masalah sampah plastik. Studi kasus dilakukan di Kota Denpasar. Untuk menjawab pertanyaan penelitian, wawancara dilakukan kepada generasi milenial yang ada di Kota Denpasar yang memiliki pemahaman yang baik mengenai pengelolaan karakter green behavior. Teknik analisis data dilakukan dengan empat langkah yaitu *data collection*, *data reduction*, *data display* dan *conclusion drawing/verification*. Dalam penelitian ini, uji keabsahan data menggunakan bahan refrensi, member check, triangulasi sumber data dan triangulasi teknik pengumpulan data. Penelitian ini mengindikasikan bahwa bagaimana pengelolaan dan implementasi karakter green behavior pada generasi milenial dalam meningkatkan minat penggunaan green product (1) Karakter Green Behavior adalah tentang bagaimana mengelola karakter pada generasi milenial untuk menghasilkan peningkatan minat penggunaan green product; (2) Karakter Green Behavior mengacu kepada kesadaran masyarakat milenial di Kota Denpasar untuk memiliki rasa kepedulian yang tinggi terhadap lingkungan yang mengarah pada tujuan yang sesuai dengan peraturan Gubernur Bali Nomor 97 Tahun 2018 tentang Pembatasan Timbulan Sampah Plastik Sekali Pakai dan peraturan Pemkot Denpasar Nomor: 658/2529/DLHK Tahun 2018 tentang upaya mengurangi penggunaan plastik di Kota Denpasar; (3) Implementasi Karakter Green Behavior yang dilakukan untuk membantu pemerintah bersama- sama menjaga lingkungan dan masyarakat dapat lebih mencintai dan meningkatkan konsumsi terhadap produk-produk ramah lingkungan.

Kata Kunci: Karakter; Green Behavior; Generasi Milenial; Implementasi; Green Product

I. PENDAHULUAN

Fenomena yang sedang hangat dibicarakan oleh masyarakat belakangan ini adalah mengenai sampah plastik yang semakin meningkat. Sampah merupakan salah satu masalah serius yang

dihadapi oleh negara Indonesia. Permasalahan sampah ini timbul akibat besarnya jumlah penduduk Indonesia, semakin besar jumlah penduduk sebuah Negara dengan otomatis jumlah sampah yang dihasilkan akan semakin besar. Sampah menjadi masalah serius karena dapat menyebabkan berbagai masalah lainnya, seperti masalah kesehatan, polusi udara, dan juga kebutuhan lahan untuk menampungnya. Dari berbagai jenis sampah yang ada, jenis sampah yang menimbulkan permasalahan paling serius adalah sampah yang berbahan plastik. Hal ini karena plastik sangat sulit untuk diuraikan secara alami, dan juga plastik terbuat dari bahan yang berbahaya bagi lingkungan dan makhluk hidup (Ilman et al., 2017).

Masyarakat Indonesia dalam aktivitas sehari – hari cenderung ketergantungan dengan berbagai produk plastik, karena produk berbahan plastik menawarkan berbagai keuntungan seperti mudah di produksi, murah, ringan dan tahan lama, sehingga hampir seluruh masyarakat Indonesia selalu menggunakan kantong plastik untuk berbelanja sehari-hari, masyarakat Indonesia juga masih banyak menggunakan plastik sebagai kemasan makanan, dan botol minuman. Kondisi ini tentu akan berdampak pada jumlah volume sampah plastik yang semakin banyak atau limbah plastik yang semakin menumpuk.

Dikutip dari penelitian (Nurul Khoirah., 2019) Indonesia saat ini merupakan negara kedua pembuang sampah plastik ke laut terbesar di dunia setelah Cina, dengan jumlah per tahun mencapai 1,3 juta ton sampah plastik. Hal ini apabila tidak segera diatasi tentu akan menimbulkan dampak yang sangat berbahaya bagi lingkungan.

Tingginya volume penggunaan produk berbahan plastik ini juga terjadi di Provinsi Bali. Maka daripada itu, Gubernur Bali mengeluarkan Peraturan Gubernur Bali Nomor 97 Tahun 2018 tentang Pembatasan Timbulan Sampah Plastik Sekali Pakai agar dapat mencapai pengurangan sampah plastik sebanyak 60-70 persen.

Pengumuman ini disampaikannya dalam konferensi pers di Gedung Wiswa Sabha Utama, Kantor Gubernur Bali, pada Hari Senin 24 Desember 2018. Gubernur Bali menyampaikan bahwa penerbitan Pergub ini sesuai dengan visi “Nangun Sat Kerthi Loka Bali” yang diterapkan dengan konsep kearifan lokal Sad Kerthi dengan mengembangkan tata kehidupan Krama Bali, menata wilayah dan lingkungan yang hijau, indah dan bersih dalam rangka menjaga keagungan, kesucian dan taksu Alam Bali. Dalam Peraturan Gubernur ini, ada tiga bahan yang terbuat dari/atau mengandung bahan dasar plastik yang dilarang, yaitu kantong plastik, polysterina (styrofoam), dan sedotan plastik. Selain itu, Pergub ini mewajibkan setiap produsen, distributor, pemasok dan setiap pelaku usaha untuk memproduksi, mendistribusikan, memasok dan menyediakan pengganti (substitusi) Plastik Sekali Pakai (PSP).

Sebagai bentuk kepedulian semua pihak, Instansi Pemerintah, BUMD, Swasta, Lembaga Keagamaan, Desa Adat/Desa Pakraman, masyarakat dan perseorangan juga dilarang menggunakan Plastik Sekali Pakai. Pemprov Bali telah menyiapkan sejumlah rencana aksi untuk pembatasan timbulan sampah plastik seperti pendataan produk PSP, kampanye, edukasi, penegakan hukum, dan berbagai macam sosialisasi lainnya. Hal ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan kepedulian masyarakat terhadap kondisi lingkungan saat ini. Dalam rangka mendukung pengurangan penggunaan sampah plastik, Pemkot Denpasar juga telah mengeluarkan Surat Edaran (SE) Nomor : 658/2529/DLHK tahun 2018 tentang upaya mengurangi penggunaan plastik di Kota Denpasar (Nurul Khoirah., 2019).

Kesadaran masyarakat dalam menggunakan produk hijau atau green product ini tentunya tidak dapat terbentuk dengan sendirinya tanpa adanya wujud rasa kepedulian yang tinggi dalam diri masyarakat terhadap lingkungan hidupnya. Wujud perilaku makhluk hidup dalam menjaga alam semesta tersebut disebut sebagai green behaviour. (Goleman,D,. & Barlow 2012) menjelaskan bahwa green behavior adalah perilaku manusia dalam menjaga dan memelihara lingkungan hidup yang berada di lingkungan terdekatnya. Hal menarik dari green behaviour dalam hubungan manusia dengan lingkungan sekitarnya adalah identitas tempat dan kesadaran lingkungan. Identitas tempat adalah substruktur dari identitas diri seseorang yang berisikan pengetahuan mengenai lingkungan

fisik tempat dia hidup. Hal ini terkait dengan tempat yang berarti dan secara emosional memiliki makna hidup bagi dirinya. Green behavior diharapkan menjadi sebuah gaya hidup yang dimiliki oleh seluruh individu pada era saat ini. Green behavior sebagai gaya hidup akan menciptakan keseimbangan sehingga alam dan makhluk hidup di dalamnya dapat hidup sejahtera.

Menurut, (*World Economic Forum's Global Shapers Survey*., 2017) Ternyata generasi milenial lebih peduli terhadap isu lingkungan seperti isu perubahan iklim dari pada isu dunia lainnya. Maka dari itu, sekarang ini banyak generasi milenial yang bergerak sebagai pelopor dalam pencegahan dan penanganan isu-isu lingkungan seperti kantong anti plastik, sedotan dari stainless steel, tren fashion ramah lingkungan serta properti hemat energi. Mereka mempunyai berbagai cara menarik untuk dijadikan pembelajaran sekaligus menjaga lingkungan. Misalnya saja, botol plastik yang sudah dikurangi kini ditambah lagi dengan mengurangi sedotan plastik. Caranya dengan tidak lagi menggunakannya melainkan digantikan dengan bahan stensil dengan harga terjangkau dan berwarna-warni yang lengkap dengan pembersih serta tempat yang bisa dibawa kemana saja. Dikutip dari halaman, (Balinetizen.com) Wakil Gubernur Bali Tjokorda. Oka Artha Ardhana Sukawati (Cok Ace), meminta kepedulian lingkungan menjadi gaya hidup terbaru bagi masyarakat milenial saat ini. Hal tersebut disampaikan saat beliau memimpin gerakan bersih pantai, yang merupakan peringatan World Cleanup Day ke-2 Tahun 2019.

Diperlukan terobosan besar bagaimana kita mendorong perubahan perilaku publik dari hulu ke hilir khususnya pada generasi millennial di pusat kota Denpasar. Menurut (Winarsih ., 2015), perilaku yang dimunculkan oleh individu timbul karena adanya niat untuk berperilaku, sedangkan munculnya niat berperilaku ditentukan oleh 3 faktor penentu, yaitu behavioral beliefs, normative beliefs, dan control beliefs. Secara berurutan, behavioral beliefs menghasilkan sikap dan niat terhadap perilaku positif atau negatif, normative beliefs menghasilkan tekanan sosial yang dipersepsikan dan control beliefs menghasilkan kontrol. Faktor yang dapat mempengaruhi minat individu untuk membeli atau menggunakan produk ramah lingkungan adalah wujud rasa kepedulian terhadap lingkungan. (Aman et al., 2012) dalam penelitiannya menyatakan ada hubungan signifikan antara green behavior dan minat menggunakan produk hijau. Hasil penelitian (Julianti et al., 2017) menemukan bahwa green behavior memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk hijau. Semakin tinggi wujud rasa kepedulian terhadap lingkungan (green behavior) yang dimiliki oleh individu maka semakin positif minat individu menggunakan produk hijau. Hasil berbeda ditemukan oleh (Usadi et al., 2015) yang menyatakan bahwa green behavior berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat penggunaan produk hijau. Hasil berbeda juga ditemukan dalam penelitian (Ogi Iskandar., 2016) yang menyatakan bahwa faktor green behavior berpengaruh tidak signifikan terhadap minat beli produk hijau. Namun penelitian serupa oleh (Kaufmann et al., 2012), (Maichum et al., 2016), (Rini dkk., 2017) dan (Guanghui Ma dkk., 2018) juga menyatakan bahwa green behavior secara positif signifikan berpengaruh pada minat menggunakan produk hijau.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengelolaan karakter green behavior pada generasi milenial dalam meningkatkan minat penggunaan green product, dan bagaimana pengimplementasian pengelolaan karakter green behavior pada generasi milenial dalam meningkatkan minat penggunaan green product.

Adapun pertanyaan yang timbul yaitu (1) Bagaimana pengelolaan karakter green behavior pada generasi milenial dalam meningkatkan minat penggunaan green product di Kota Denpasar?; (2) Bagaimana implementasi pengelolaan karakter green behavior dalam meningkatkan minat penggunaan green product di Kota Denpasar?

II. METODOLOGI PENELITIAN

Untuk menjawab pertanyaan penelitian, wawancara mendalam dilakukan terhadap beberapa informan yang dianggap mengetahui, terlibat dan berperan dan mengetahui pengelolaan karakter green behavior pada generasi milenial dalam meningkatkan minat penggunaan

green product. Terdapat beberapa pertanyaan yang diajukan diantaranya: 1. Bagaimana pengelolaan karakter green behavior pada generasi milenial dalam meningkatkan minat penggunaan green product di Kota Denpasar?; 2. Apakah generasi milenial di Kota Denpasar memiliki kesadaran dan rasa kepedulian yang tinggi terhadap lingkungan?; 3. Bagaimana implementasi pengelolaan karakter green behavior dalam meningkatkan minat penggunaan green product?; 4. Apa tujuan dari implementasi pengelolaan karakter green behavior dalam meningkatkan minat penggunaan green product pada generasi milenial di Kota Denpasar.

Wawancara dilakukan dengan durasi rata-rata 30 menit. Wawancara direkam dengan perekam audio atas seijin partisipan. Setelah data yang diperoleh oleh peneliti melalui berbagai proses diantaranya proses wawancara, studi dokumentasi dan observasi, maka peneliti akan melakukan penyajian data. Data yang diperoleh melalui proses wawancara dan observasi, akan dituangkan kedalam teks (transkrip wawancara) yang nantinya dikelompokkan ke dalam coding dan theming sesuai dengan fokus permasalahan pada penelitian ini. Teknik analisis data dalam penelitian ini, akan dilakukan dengan empat langkah yaitu: data collection, data reduction, data display dan conclusion drawing/ verification. Uji keabsahan data pada penelitian ini menggunakan bahan referensi, member check, triangulasi sumber data dan triangulasi teknik pengumpulan data. (Sugiyono, 2017).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Analisis menunjukkan bahwa seluruh informan yang diwawancarai memiliki persepsi yang dalam mengenai bagaimana pengelolaan karakter green behavior dalam meningkatkan minat penggunaan green product yang ada di Kota Denpasar. Sejalan dengan hal tersebut penelitian ini memberikan gambaran mengenai persepsi pengelolaan karakter green behavior dalam meningkatkan minat penggunaan green product, generasi milenial di Kota Denpasar memiliki kesadaran dan rasa kepedulian yang tinggi terhadap lingkungan, implementasi pengelolaan karakter green behavior dalam meningkatkan minat penggunaan green product, dan tujuan dari implementasi pengelolaan karakter green behavior dalam meningkatkan minat penggunaan green product pada generasi milenial di Kota Denpasar.

Berikut adalah penjelasan lebih lanjut untuk pengelolaan dan implementasi karakter green behavior dalam meningkatkan minat penggunaan green product pada generasi milenial di Kota Denpasar.

1). Persepsi generasi milenial di kota denpasar terhadap pengelolaan karakter green behavior dalam meningkatkan minat penggunaan green product

Secara umum terdapat dua pertanyaan utama yang dipergunakan untuk mengetahui pengelolaan karakter green behavior dalam meningkatkan minat penggunaan green product pada generasi milenial yang ada di Kota Denpasar: 1. Karakter Green Behavior adalah tentang bagaimana mengelola karakter pada generasi milenial untuk menghasilkan peningkatan minat penggunaan green product; 2. Karakter Green Behavior mengacu kepada kesadaran masyarakat milenial di Kota Denpasar untuk memiliki rasa kepedulian yang tinggi terhadap lingkungan yang mengarah pada tujuan peraturan Gubernur Bali Nomor 97 Tahun 2018 tentang Pembatasan Timbulan Sampah Plastik Sekali Pakai dan peraturan Pemkot Denpasar Nomor: 658/2529/DLHK Tahun 2018 tentang upaya mengurangi penggunaan plastik di Kota Denpasar;

Peneliti mengambil sudut pandang dari generasi milenial yang ada di Kota Denpasar mengenai persepsi mereka terhadap pengelolaan karakter green behavior untuk menghasilkan peningkatan minat penggunaan green product yang mana diuraikan sebagai berikut:

Karakter Green Behavior adalah tentang bagaimana mengelola karakter pada generasi milenial untuk menghasilkan peningkatan minat penggunaan green product

Generasi Milenial yang ada di Kota Denpasar memiliki pemahaman bahwa Karakter Green Behavior adalah tentang bagaimana mengelola karakter pada generasi milenial untuk menghasilkan peningkatan minat penggunaan green product. Peneliti melakukan wawancara dengan Caca (28

tahun), bekerja sebagai staff Accounting di sebuah perusahaan manufaktur di daerah Denpasar. Informan menyatakan bahwa "...menurut saya proses pengelolaan karakter green behavior dimulai sejak dini pada diri seseorang, karena akan mempengaruhi cara seseorang tersebut berperilaku dalam kehidupan. Untuk pengelolaan karakter green behavior yang baik dalam diri seseorang itu dibutuhkan pendidikan karakter terutama saat di bangku sekolah, jika diberikan pengetahuan tentang kepedulian terhadap lingkungan, pemahaman mengenai dampak yang ditimbulkan akibat kurangnya kepedulian kita terhadap lingkungan dan lebih mencintai produk produk ramah lingkungan pasti lingkungan kita terbebas dari sampah". Disamping itu pendapat yang sama ditambahkan oleh Denny (24 tahun) Mahasiswa S1 di Perguruan Tinggi Swasta di Denpasar, menyatakan bahwa

"pendapat saya yang lahir di era milenial seperti ini sangat mengharapkan pengelolaan karakter green behavior ini sebaiknya ditanamkan di lingkungan sekolah melalui Pendidikan karakter. Karna saya berfikir pendidikan karakter itu proses yang berkelanjutan dan tidak pernah berakhir. Apabila dari usia dini karakter green behavior ini dikelola maka semakin bertambahnya umur maka akan semakin paham dan peduli dengan kondisi buruk yang terjadi pada lingkungan. contohnya saja misalnya ternyata kantong plastik tidak baik untuk lingkungan, ya kita dapat mencegahnya dengan menggunakan kantong yang terbuat dari bahan ramah lingkungan."

Dalam hal ini pengelolaan karakter green behavior pada generasi milenial dalam meningkatkan minat penggunaan green product di Kota Denpasar dimulai sejak dini pada diri seseorang melalui pendidikan karakter saat di bangku sekolah.

Karakter Green Behavior mengacu kepada kesadaran masyarakat milenial di Kota Denpasar untuk memiliki rasa kepedulian yang tinggi terhadap lingkungan yang mengarah pada tujuan peraturan Gubernur Bali Nomor 97 Tahun 2018 tentang Pembatasan Timbulan Sampah Plastik Sekali Pakai dan peraturan Pemkot Denpasar Nomor: 658/2529/DLHK Tahun 2018 tentang upaya mengurangi penggunaan plastik di Kota Denpasar

Tambahan pemahaman mengenai Karakter Green Behavior yang mengacu kepada kesadaran masyarakat milenial di Kota Denpasar untuk memiliki rasa kepedulian yang tinggi terhadap lingkungan yang mengarah pada tujuan peraturan Gubernur Bali Nomor 97 Tahun 2018 tentang Pembatasan Timbulan Sampah Plastik Sekali Pakai dan peraturan Pemkot Denpasar Nomor: 658/2529/DLHK Tahun 2018 tentang upaya mengurangi penggunaan plastik di Kota Denpasar dinyatakan dengan pernyataan dari Caca "jujur kalau saya sendiri mungkin bisa dikatakan memiliki kesadaran dan rasa kepedulian yang tinggi terhadap lingkungan yaa.. heheh karna saya itu sangat semangat sekali mengikuti kegiatan- kegiatan peduli lingkungan gitu yaa... biasanya perayaan hari-hari tertentu itu seperti hari kemerdekaan, sumpah pemuda, ulang tahun Kota Denpasar, pemuda pemudi di banjar saya mengadakan acara gotong royong di lingkungan banjar kami, atau pernah juga ikut serta dalam acara bersih- bersih pantai di merta sari". Disamping itu peneliti juga melakukan wawancara dengan Deny berikut pernyataannya: "Karena saya kebetulan bergabung dalam Komunitas Peduli Sampah (KPS) Bali dan masih banyak yang belum tau bahwa banyak generasi seperti saya juga ikut bergabung dalam komunitas ini. Jadi saya tentunya memiliki kesadaran dan rasa kepedulian yang tinggi terhadap lingkungan aa.. sudah banyak juga aksi- aksi yang dilakukan oleh KPS Bali ini salah satunya yang menurut saya acaranya sangat bagus itu waktu acra di Plaza Renon, Denpasar. Disana ada diskusi, pameran, dan pertukaran tas belanja. Acara tersebut engusung tema GaraGaraSampah. mungkin sekalian nih saya promosi, jika ada yang ingin bergabung menjadi anggota Komunitas Peduli Sampah (KPS) Bali bisa mencari informasinya melalui facebook kami itu namanya @KKPSBali heheh.."

2). Implementasi Karakter Green Behavior yang dilakukan generasi milenial di Kota Denpasar untuk mendukung pemerintah menjaga lingkungan dan meningkatkan minat penggunaan green product.

Secara umum terdapat dua pertanyaan wawancara yang dipergunakan untuk mengetahui Implementasi Karakter Green Behavior yang dilakukan generasi milenial di Kota Denpasar untuk mendukung pemerintah menjaga lingkungan dan meningkatkan penggunaan green product: 1.

Implementasi Karakter Green Behavior adalah tentang bagaimana Implementasi Karakter Green Behavior yang dilakukan generasi milenial di Kota Denpasar untuk mendukung pemerintah menjaga lingkungan dan meningkatkan minat penggunaan green product; 2. Implementasi Karakter Green Behavior adalah tentang tujuan dari implementasi pengelolaan karakter green behavior dalam meningkatkan minat penggunaan green product pada generasi milenial di Kota Denpasar.

Peneliti mengambil sudut pandang dari generasi milenial yang ada di Kota Denpasar mengenai persepsi mereka terhadap bagaimana implementasi dan tujuan dari implementasi pengelolaan green behavior untuk menghasilkan peningkatan minat penggunaan green product yang mana diuraikan sebagai berikut:

Implementasi pengelolaan karakter green behavior dalam meningkatkan minat penggunaan green product

Implementasi pengelolaan karakter green behavior dalam meningkatkan minat penggunaan green product disampaikan oleh Caca "implementasi dari karakter green behavior ini tentunya harus terwujud nyata, karna agar tidak hanya wacana- wacana saja. Menurut saya bukti dari berhasilnya implementasi dari karakter green behavior sendiri itu adalah masyarakat saat ini sudah mulai mengikuti peraturan gubernur bali dan peraturan walikota Denpasar dengan penggunaan kantong belanja reusable, contohnya saya sendiri, sekarang kalau kemana- mana pasti membawa tas belanja reusable ini, supaya gampang bawa belanjaan." Tambahan informasi Implementasi pengelolaan karakter green behavior dalam meningkatkan minat penggunaan green product disampaikan oleh Deny "...implementasi dari karakter green behavior sendiri itu adalah masyarakat saat ini sudah mulai menggunakan kantong belanja reusable, dan menggunakan sedotan stainless, botol minum tumbler." Pernyataan tersebut didukung oleh Andrea (26 Tahun) Owner Restaurant The Bali Office. Berikut pernyataannya: "implementasi dari karakter green behavior sendiri itu kalau saya perhatikan sekarang sudah semakin menjadi trend dikalangan milenial ya.. Karna banyak saya liat milenial sekarang kemana- mana bawa botol tumbler sama sedotan stainless dengan berbagai model- model lucu".

Tujuan implementasi pengelolaan karakter green behavior dalam meningkatkan minat penggunaan green product pada generasi milenial di Kota Denpasar.

Tujuan dari implementasi pengelolaan karakter green behavior dalam meningkatkan minat penggunaan green product pada generasi milenial di Kota Denpasar dinyatakan oleh Caca "membantu pemerintah mewujudkan peraturan gubernur bali dan pemkom denpasar dalam upaya mengurangi penumpukan sampah plastik dan penggunaan plastik." Pernyataan ini didukung oleh Denny "untuk mendorong masyarakat untuk mengurangi ketergantungan terhadap kantong plastik sekali pakai yang telah sangat mencemari lingkungan hidup karena Indonesia menempati peringkat kedua penyumbang sampah plastik di lautan."

Pendapat tersebut didukung oleh Andrea "untuk mengurangi sampah plastik dan mendorong gaya hidup ramah lingkungan." Denny menambahkan "untuk bersama- sama saling peduli dengan lingkungan baik itu oleh gerasi milenial maupun generasi lainnya. Dan membantu pemerintah dalam mewujudkan bali, khususnya di kota denpasar agar terbebas dari sampah plastik sehingga lingkungan menjadi lestari dan generasi selanjutnya dapat menikmati keindahan- keindahan alam yang hijau. Sementara itu pendapat lain mengenai tujuan dari implementasi pengelolaan karakter green behavior dalam meningkatkan minat penggunaan green product pada generasi milenial di Kota Denpasar disampaikan oleh Yoga (24 tahun) Mahasiswa S1 di salah satu Universitas di Denpasar "untuk menumbuhkan kembali sikap kepedulian terhadap lingkungan."

Pembahasan

Penelitian ini mengindikasikan bahwa generasi milenial di Kota Denpasar memiliki persepsi Karakter Green Behavior adalah tentang bagaimana mengelola karakter pada generasi milenial untuk menghasilkan peningkatan minat penggunaan green product yaitu melalui pendidikan karakter sejak dini di bangku sekolah.

Selain itu Karakter Green Behavior mengacu kepada kesadaran masyarakat milenial di Kota Denpasar untuk memiliki rasa kepedulian yang tinggi terhadap lingkungan yang mengarah pada tujuan yang sesuai dengan peraturan Gubernur Bali Nomor 97 Tahun 2018 tentang Pembatasan Timbulan Sampah Plastik Sekali Pakai dan peraturan Pemkot Denpasar Nomor: 658/2529/DLHK Tahun 2018 tentang upaya mengurangi penggunaan plastik di Kota Denpasar yang terbukti dari meningkatnya kesadaran dan rasa kepedulian yang tinggi oleh generasi milenial di Kota Denpasar. Semua pemahaman mengenai karakter green behavior tersebut sesuai dengan teori mengenai green behavior yang disampaikan oleh (Goleman,D.& Barlow 2012) yang menyatakan bahwa green behavior adalah perilaku manusia dalam menjaga dan memelihara lingkungan hidup yang berada di lingkungan terdekatnya. Green behavior muncul dikarenakan adanya rasa kepedulian manusia untuk mencintai alam semesta.

Hasil penelitian ini menguatkan hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa green behavior perlu dikelola kepada individu agar di masa depan menjadi makhluk dewasa yang mempunyai perilaku hijau mencintai alam semesta. Bentuk pengelolaan green behaviour pada individu adalah dengan memberikan keterampilan berpikir kritis, keterampilan menyelesaikan masalah, dan menjadikan individu sebagai makhluk yang mandiri melalui pendidikan karakter (Syaodih & Handayani., 2015).

Dalam hal implementasi Karakter Green Behavior yang dilakukan generasi milenial di Kota Denpasar untuk mendukung pemerintah menjaga lingkungan dan meningkatkan penggunaan terhadap green product, sudah menjalankan implementasi dalam kehidupan sehari-harinya seperti penggunaan kantong belanja reusable, sedotan stainless, botol minum tumbler dan sudah terbiasa menggunakan produk kecantikan yang terbuat dari bahan-bahan yang ramah lingkungan.

IV. KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa Pengelolaan karakter green behavior pada generasi milenial dalam meningkatkan minat penggunaan green product penting untuk dikelola pada setiap individu melalui pendidikan karakter sejak dini di bangku sekolah. Dengan memiliki kesadaran dan rasa kepedulian yang tinggi terhadap lingkungan pada setiap individu maka, akan mampu mewujudkan Peraturan Gubernur Bali Nomor 97 Tahun 2018 tentang Pembatasan Timbulan Sampah Plastik Sekali Pakai agar dapat mencapai pengurangan sampah plastik sebanyak 60-70 persen dan Peraturan Pemkot Denpasar Nomor : 658/2529/DLHK tahun 2018 tentang upaya mengurangi penggunaan plastik di Kota Denpasar dengan tujuan mengatasi fenomena permasalahan sampah yang dialami Indonesia, dimana saat ini Indonesia saat ini merupakan negara pembuang sampah plastik ke laut terbesar di dunia setelah Cina (Nurul Khoirah., 2019).

Implementasi Karakter Green Behavior yang dilakukan generasi milenial di Kota Denpasar untuk mendukung pemerintah menjaga lingkungan dan meningkatkan penggunaan terhadap green product, sudah menjalankan implementasi dalam kehidupan sehari-harinya seperti penggunaan kantong belanja reusable, sedotan stainless, botol minum tumbler dan sudah terbiasa menggunakan produk kecantikan yang terbuat dari bahan-bahan yang ramah lingkungan. Sehingga kedepannya generasi milenial di Kota Denpasar agar dapat lebih meningkatkan penggunaan produk-produk ramah lingkungan atau green product dalam aktivitas sehari-hari dan bukan hanya mengikuti tren yang sesaat tapi mengimplementasikannya secara berkelanjutan sehingga implementasi karakter green behavior diharapkan menjadi sebuah gaya hidup yang dimiliki oleh seluruh individu pada era saat ini. Yang dimana green behavior sebagai gaya hidup akan menciptakan keseimbangan sehingga alam dan makhluk hidup di dalamnya dapat hidup sejahtera.

DAFTAR PUSTAKA

- Aman et al. 2012. The Influence of Environmental Knowledge and Concern on Green Purchase Intention the Role of Attitude as a Mediating Variable. *British Journal of Arts and Social Sciences*. 7 (2): 145-167.
- Anggita. 2018. *Analisis Pengaruh Sikap Generasi Milenial Terhadap Minat Beli Online Pada Situs Jejaring Sosial*.
- Balinetizen.com. *Wagub Cok Ace Minta Peduli Bersih Lingkungan Menjadi Gaya Hidup Terbaru Masyarakat Milenial*.
- Bhatia et al. 2013. Green Marketing: A Study of Consumer Perception and Preferences in India. *Electronic Green Journal*. 1(36).
- Brown. 2003. Buying or Browsing? An Exploration of Shopping Orientations and Online Purchase Intention. *European Journal of Marketing*, 37 (11/12): 1666-1684.
- Capra & Stone. 2010. Smart by Nature: Schooling for Sustainability. *The Journal of Sustainable Education*.
- D'Souza et al. 2006. Green Products and Corporate Strategy: An Empirical Investigation. *Society and Business Review*. 1(2).
- Dahlia. 2014. Pendidikan Anak Usia Dini Berwawasan Lingkungan Dan Budi Pekerti Di Joga Green School. *Thesis*. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Das & Gopal. 2014. Linkages of Retailer Awareness, Retailer Association, Retailer Perceived Quality and Retailer Loyalty with Purchase Intention: A Study of Indian Food Retail Brands, *Journal of Retailing and Consumer Services*. 21 (3): 284-292.
- Durif & Caroline and Charles J. 2010. In Search of a Green Product Definition. *Innovative Marketing*. 6.
- Farela & Darma, G.S. 2017. Celebrity Endorser, Daya Tarik Iklan, Brand Awareness Dan Brand Attitude. *Jurnal Management dan Bisnis*. 14(1): 35-47.
- Ferdinand & Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro: Semarang.
- Goleman, D. & Barlow, Z. 2012. *Ecoliterate: how educators are cultivating emotional, social and ecological intelligence*. Jossey Bass. A Wiley Imprint. Watershed Media: USA Healdsburg, CA.
- Guanghui Ma dkk. 2018. The Effects of Environmental Awareness and Consumption Value on Green Makeup Product Purchase Intentions. *Scientific Research Publishing*. 9: 1898- 1916.
- Han et al. 2010. Application of the Theory of Planned Behavior to Green Hotel Choice: Testing the Effect of Environmental Friendly Activities. *Tourism Management Journal*. 31: 325-334."
- Handayani. 2012. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Green Product Sepeda Motor Honda Injection. *Management Analysis Journal*. 1(2):1-2."
- Hassanudin. 2015. *The Urban Middle-Class Millennials Indonesia : Financial and Online Behavior*. PT Alvara Strategi Indonesia: Jakarta.
- Hyun, E. 2000. *Presented at the Annual Conference of the American Educational Research Association*. American Educational Research Association: New Orleans, LA.
- Ilman et al., 2017. Analisis Pengolahan Sampah Plastik Rumah Tangga Dan Penerapan 3r (Reuse, Reduce, Recycle) Dalam Kehidupan Sehari-Hari Tugas. *Journal of Physical Chemistry*. 8(1): 28-48.
- Jamal Ma'mur Asmani. 2011. *Buku Panduan Internalisasi Pendidikan Karakter di Sekolah*. Diva Press: Yogyakarta.
- Jawa Pos Radar Bali.com. *Wakapolresta: Mari Kita Lestarikan Alam Demi Generasi Mendatang*.
- Jerome, S. 2014. Millennials in the Workforce: Gen Y Workplace Strategy for the next Century. *Journal of Social and Behavioral Research in Business*. 5(1).1-12.
- Julianti et al. 2017. Peran Sikap Dalam Memediasi Pengaruh Pengetahuan Dan Kepedulian Lingkungan Terhadap Niat Beli Produk Hijau. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6 (10): 5524-5551.

- Junaidi. 2005. Pengaruh Kesadaran Lingkungan Pada Niat Beli Produk Hijau. *BENEFIT (Jurnal Manajemen dan Bisnis)*.
- Kaufmann et al. 2012. Factors Affecting Consumers' Green Purchasing Behavior: An Integrated Conceptual Framework. *Amfiteatru Economic*. 14 (31): 50-69.
- Kanten, I.K., and Darma, G.S. 2017. Consumer Behaviour, Marketing Strategy, Customer Satisfaction, and Business Performance. *Jurnal Manajemen & Bisnis*. 14 (2): 143-165.
- Khoiriah. 2014. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesediaan Membeli Produk Hijau. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. 14(1).
- Kotler & Keller. 2009. *Marketing Management 13th Edition*. Pearson Prentice Hall: New Jersey.
- Kasali & Rhenald. 2005. *Sembilan Fenomena Bisnis*. Gramedia: Jakarta.
- Kusnadi, D.S., and Darma, G.S. 2018. Menakar Implementasi Green Marketing Pada Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 15 (1): 1-18.
- Lancaster & Stillman. 2002. *When Generations Collide: Who They Are. Why They Clash. How to Solve the Generational Puzzle at Work*. HarperCollins: New York.
- Lickona. 2013. *Mendidik Untuk Membentuk Karakter: Bagaimana Sekolah Dapat Memberikan Pendidikan Tentang Sikap Hormat Dan Tanggung Jawab*. PT. Bumi Aksara: Jakarta.
- Lickona & Thomas. 2012:81. *Mendidik Untuk Membangun Karakter” Bagaimana Sekolah Dalam Memberikan Pendidikan Tentang Sikap Hormat Dan Bertanggung Jawab” Judul Asli: Educating for Character: How Our Schools Can Teach Respect And Reponsibility*. PT. Bumi Aksara: Jakarta.
- Maharani & Darma,G.S. 2018. Consumer Purchasing Behavior Analysis on Impulse Buying. *Jurnal Manajemen Bisnis*. 15(3): 16–37.
- Maichum et al. 2016. “Application of the Extended Theory of Planned Behavior Model to Investigate Purchase Intention of Green Products among Thai Consumers. *MDPI Sustainability Journal*, 8 (1007): 1-20.”
- Manongko et al. 2011. Melalui Green Marketing Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Minat Membeli Produk Organik. Tesis Tidak Dipublikasikan.
- Nurul, K. 2019. Analisis Pengaruh Pengetahuan Dan Kepedulian Lingkungan Terhadap Penerapan Theory of Planed Behavior Dan Minat Penggunaan Tas Reusable Di Kota Denpasar.
- Ogi, I. 2016. Minat Beli Produk Yang Mengimplementasikan Green Marketing Dilihat Dari Faktor Kesadaran Lingkungan, Kesediaan Membayar Dan Gaya Hidup (Studi Pada Ibu Rumah Tangga Di Bandar Jaya Timur).
- Puk & Behm . 2003. The Diluted Curriculum: The Role of Government in Developing Ecological Literacy as the First Imperative in Ontario Secondary Schools. *Canadian Journal of Environmental Education*. 8: 217±232.
- Rath & Ramesh. 2013. An Impact of Green Marketing on Practices of Supply Chain Management in Asia: Emerging Economic Opportunities and Challenges. *International Journal of Supply Chain Management*. 2(1).
- Rini dkk. 2017. “Pengaruh Pengetahuan Lingkungan Dan Kepedulian Lingkungan Terhadap Sikap Dan Niat Beli Produk Hijau ‘The Body Shop’ Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*. 6 (1): 137- 166.”
- Robert, D. 2011. *Green Marketing Management*. Mason: South-Western Cengage Learning
- haputra. 2013. Penerapan Green Marketing Pada Bisnis Produk Kosmetik. *Jurnal JIBEKA*. 7(3): 47-53.
- Suci, U. 2018 . *Pengenalan Green Behaviour Melalui Ecoliteracy Pada Anak Usia Dini*.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & RND*. Alfabeta: Bandung.
- Suprpti & Sri. 2010. *Perilaku Konsumen*. Udayana University Press: Denpasar.
- Syaodih & Handayani. 2015. Menumbuhkan Green Behaviour Pada Anak Usia Dini Melalui Pembelajaran Proyek. *Proceeding 6th Pedagogy International Seminar 2015*. II, p. 521.

- Usadi et al. 2015. Peran Kepedulian Pada Lingkungan Dalam Memediasi Pengaruh Pengetahuan Tentang Lingkungan Terhadap Niat Pembelian Produk Hijau (Studi Pada Produk TV LED Merek Samsung Di Kota Denpasar), *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4 (1): 39-58.
- Winarsih. 2015. The Theory of Planned Behavior, Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50 (2): 179–211.
- Wiyani & Novar, A. 2013. *Membumikan Pendidikan Karakter Di SD*. Ar-Ruzz Media: Yogyakarta.
- World Economic Forum's Global Shapers Survery. (2017). Generasi Milenial Lebih Peduli Terhadap Isu Lingkungan Seperti Isu Perubahan Iklim Daripada Isu Dunia Lainnya.”