



**Konsumen Ramah Lingkungan:
Perilaku Konsumsi Hijau *Civitas Academica* Universitas Diponegoro**

Skripsi

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan

Pendidikan Strata 1

Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun

Nama : Maria Ursula Mai Cruz

NIM : 14020213130099

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2017

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maria Ursula Mai Cruz
NIM : 14020213130099
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Departemen : Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul:

**Konsumen Ramah Lingkungan:
Perilaku Konsumsi Hijau *Civitas Academica* Universitas Diponegoro**

adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi atau karya orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut gelar kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, 12 Juni 2017
Pembuat pernyataan,

Maria Ursula Mai Cruz
NIM 14020213130099

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : **Konsumen Ramah Lingkungan: Perilaku Konsumsi
Hijau *Civitas Academica* Universitas Diponegoro**

Nama Penyusun : Maria Ursula Mai Cruz

Departemen : Administrasi Bisnis

**Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
pendidikan Strata 1**

Semarang, 2 Agustus 2017

Dekan

Wakil Dekan I

Dr. Sunarto, M. Si
NIP 19660727.199203.1.001

Dr. Hedi Pudjo Santoso, M. Si
NIP 19610510.198902.1.002

Dosen Pembimbing:

1. Bulan Prabawani, S. Sos, M.M., Ph. D (.....)

Dosen Penguji:

1. Prof. Sudharto P. Hadi, MES, Ph. D (.....)

2. Dr. Hari Susanta Nugraha, S. Sos, Msi (.....)

3. Bulan Prabawani, S. Sos, M.M., Ph. D (.....)

HALAMAN MOTTO

*Serahkanlah perbuatanmu kepada Tuhan, maka terlaksanalah
segala rencanamu. – Amsal 16:3*

Upaya tanpa sukacita, tak berharga

Upaya tanpa dukacita, tak bermakna

Duka tanpa upaya, percuma

Sukacita tanpa upaya, terhina

– John Ruskin (1819-1900)

HALAMAN PERSEMBAHAN

To my beloved father Rafael Mai Cruz, mother Maria Theodora, my two little brothers Gregorius Haslord & Antonius Hospilordje for always being my inspiration, laugh, and love all the time.

Kepada Bu Bulan Prabawani, S. Sos., M.M., Ph. D dosen pembimbing skripsi antimainstream terdahsyat yang penuh pengertian

Kepada Prof. Sudharto Prawoto Hadi, MES, Ph. D selaku dosen penguji pertama yang super keren

Kepada Dr. Hari Susanta Nugraha, S. Sos., M. Si dosen penguji kedua sekaligus dosen wali atas bantuan dan segala masukan

To the sisters I never had: Vina Anggraini, keluarga besar KONCICI Eka Dewi, Fernanda Florencia, Lutfi Inayah, Patricia Mauuly, dan Tita Putri para wanita gilaku tersayang, yang selalu toleran dan sangat sabar, aku sayang kalian.

Kepada keluarga 42 hari kerajaan KDW, terkhusus Dwi Saraswati atas segala kebaikannya, Adhi Wahyu, Arinda Aviani, Furqon Hakim, Sri Radityo, Ressay Selsabil, Ruth Thania, Siti Nurkomala, dan Veronica Desy atas semangat kekompakan, kebersamaan, serta kekeluargaannya.

Kepada Natasha Furgeva, Gisti Adiasta, Meiditha Afidanti, dan Diona Angela, Bonaventura Ega, Isnain Damasta, Bioma Zhahir, Astrid Tiara, Andraina Annas, teman seperbimbingan Rifa'atussadah dan Rio Sri, keluarga Fastwo SMANSA Banjarbaru atas segala dukungan, doa, dan semangat.

Kepada Keluarga Besar Administrasi Bisnis terkhusus angkatan 2013, serta Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, dan Universitas Diponegoro Semarang.

KONSUMEN RAMAH LINGKUNGAN: PERILAKU KONSUMSI HIJAU CIVITAS ACADEMICA UNIVERSITAS DIPONEGORO

Abstrak

Pertumbuhan ekonomi yang cepat mendorong terjadinya konsumsi dan eksploitasi sumber daya alam secara berlebihan sehingga mengakibatkan kerusakan lingkungan. Kerusakan lingkungan ini salah satunya diakibatkan kebiasaan konsumsi rumah tangga yang berdampak pada pemanasan global, menipisnya lapisan ozon, serta berpengaruh terhadap kesehatan manusia. Dalam mengembangkan sistem produksi dan konsumsi berkelanjutan yang lebih ramah lingkungan tidak hanya tergantung pada penggunaan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, namun juga pada kesediaan konsumen dalam merubah pola perilaku konsumsi menjadi lebih hijau.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi hijau. Selain itu untuk menggambarkan perilaku konsumsi yang dijalankan oleh konsumen sehingga dapat dijadikan segmen pasar tersendiri.

Upaya menjawab permasalahan dan tujuan penelitian menggunakan metoda studi kasus dengan melakukan pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap beberapa *civitas academica* Universitas Diponegoro Kota Semarang.

Hasil penelitian menunjukkan latar belakang pendidikan konsumen merupakan aspek yang paling berpengaruh dari faktor demografi konsumen. Sedangkan gaya hidup, nilai, dan manfaat yang diharapkan oleh konsumen terhadap produk merupakan aspek yang paling berpengaruh dari faktor psikografi konsumen. Sikap konsumen dibentuk berdasarkan dua faktor perbedaan individu tersebut dan dipengaruhi oleh kesadaran lingkungan, iklan perusahaan, media dan komunikasi *word of mouth*. Perilaku konsumsi ramah lingkungan yang dijalankan konsumen antara lain meliputi penghematan konsumsi energi, seperti air, listrik, dan bahan bakar. Konsumen juga mengurangi penggunaan plastik, serta melakukan pembelian produk kosmetik ramah lingkungan yang aman dan tanpa *animal tested*.

Temuan penelitian ini menyarankan bagi institusi bisnis bahwa diperlukan peningkatan pengetahuan konsumen melalui pendidikan, pemanfaatan media, iklan dan komunikasi WOM, serta keberadaan kelompok referensi sehingga menumbuhkan pangsa konsumen ramah lingkungan. Institusi bisnis juga diharapkan dapat menghasilkan inovasi produk ramah lingkungan.

Kata kunci: Perilaku Konsumen Hijau; Produk Ramah Lingkungan; Konsumen Ramah Lingkungan

GREEN CONSUMERS: GREEN CONSUMPTION OF CIVITAS ACADEMICA UNIVERSITAS DIPONEGORO

Abstract

Rapid economy growth encourages natural resources consumption and exploitation causing environmental degradation excessively. Environmental degradation is driven by consumption habits of private household leads to the environmental deterioration such global warming, ozone depletion, and even threats to human's health. Expanding more sustainable consumption and production does not only depend on environmental technologies innovation and social changes, but also changes of consumption patterns and behavior of consumers.

The aim of this study is showing the influence factors of green consumption behaviors. Besides, it describes consumption behaviors done by consumers hence it becomes market segmentation.

As an effort to respond on the research problems and goals, the research used a study case method and data collection from in-depth interviews, observation, and documentation of the civitas academica of Universitas Diponegoro Semarang.

The findings showed formal education is the most influenced demographic factor. Lifestyle, values, and benefits of the green product are the most influenced psychographic factors of the consumer. The environmental attitude is affected by those two individual factors, environmental awareness, and promotion by the firms, media, word of mouth communication, also reference group. The green consumption behaviors involved efficiency of energy using, reducing plastics, and purchasing green products. The findings suggested business institution to make green product innovation and to increase consumer environmental knowledge by using education, media, advertisement, WOM communication, and reference group.

Keywords: green consumption behavior; green product; green consumer; environmental knowledge.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah Bapa Mahakuasa atas segala berkat dan kekuatan yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian beserta laporannya. Laporan penelitian ini berisi deskripsi konsumen ramah lingkungan di Kota Semarang, mengingat kerusakan lingkungan yang terus meningkat akibat kegiatan konsumsi yang eksploitatif sehingga bermunculan produk-produk berlabel ramah lingkungan. Kemunculan produk ramah lingkungan menunjukkan bahwa adanya segmentasi pasar yang mengonsumsi produk semacam ini. Skripsi ini diharapkan dapat memberikan gambaran berupa faktor apa saja yang mendorong konsumen untuk mengonsumsi produk ramah lingkungan dan kegiatan ramah lingkungan yang dijalankan, serta menjadi masukan khususnya bagi institusi bisnis untuk menumbuhkan pangsa pasar melalui inovasi produk ramah lingkungan.

Penelitian dan penulisan laporan ini berlangsung selama 2 bulan, sejak April hingga Juni 2017 dengan melakukan pengumpulan data terhadap tiga informan melalui tahapan wawancara, observasi, serta dokumentasi di lingkungan kampus Universitas Diponegoro Semarang.

Atas terselesaikannya laporan ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih khususnya kepada ketiga informan: Bapak Ir. Agus Hadiyanto, MT dan Istri, Patricia Maully Bertha Situmorang, dan Charisa Qudsi atas kesediaan dan kerjasamanya untuk meluangkan waktu dan tenaga dalam proses pengumpulan data. Selain itu, terima kasih pula penulis sampaikan atas segala dukungan, bantuan, dan masukan selama penelitian hingga penulisan dan pengesahan skripsi ini, kepada Ibu Bulan Prabawani, S. Sos, M.M, Ph.D selaku dosen pembimbing; Bapak Prof. Sudharto Prawata Hadi, MES, Ph.D selaku dosen penguji skripsi; Bapak Dr. Hari Susanta Nugraha, S. Sos, M. Si selaku dosen wali; Ibu Dra. Sri Suryoko, Msi selaku *gatekeeper*.

Terima kasih pula tak lupa penulis sampaikan kepada seluruh anggota KONCICI (Kontrakan Ciwi-Ciwi) lainnya yang telah membantu berhasilnya laporan penelitian ini: rekan yang menemani selama berlangsungnya proses penelitian Tita Putri Damayanti, rekan seperbimbingan dan seperkonsulan Fernanda Florencia Pramono, rekan pustakawati Lutfi Inayah Astuti, dan rekan seperjuangan tiada akhir Eka Dewi Setayning Riani, *plus* rekan skripsi beda kampus beda provinsi Vina Anggraini Ratnaningsih, serta pihak-pihak lainnya yang namanya belum tercantum dalam pengantar ini semoga semua kebaikan yang telah diberikan dibalas oleh Tuhan Mahakuasa.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan dan meminta maaf atas segala kekurangan dan kesalahan yang terjadi selama proses penelitian, penulisan, maupun penyampaian laporan yang kurang berkenan khususnya kepada pihak-pihak tertentu. Kritik dan saran yang membangun dari manapun tentunya sangat diharapkan dan dibutuhkan bagi penulis. Semoga bermanfaat!

Semarang, Juni 2017

Penulis

DAFTAR ISI

Konsumen Ramah Lingkungan: Perilaku Konsumsi Hijau <i>Civitas Academica</i> Universitas Diponegoro	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
Abstrak	vi
Abstract	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Kegunaan Penelitian.....	12
1.5 Kerangka Pemikiran Teoritis	13
1.5.1 Penelitian Terdahulu	13
1.5.1.1 <i>Research Gap</i>	19
1.5.2 <i>Sustainable Consumption</i> / Konsumsi Berkelanjutan	24
1.5.3 <i>Green Consumption</i> / Konsumsi Hijau	25
1.5.3.1 <i>Green Consumerism</i>	27
1.5.3.2 <i>Green Product</i> / Produk Hijau	28
1.5.3.3 <i>Green Consumption Behaviour</i> / Perilaku Konsumsi Hijau	29
1.5.3.3.1 Demografis Sosial	33

1.6 Definisi Konsep.....	35
1.6.1 <i>Green Consumption Behaviour</i>	35
1.7 Operasionalisasi Konsep.....	36
1.7.1 <i>Green Consumption Behaviour</i>	36
1.8 Metoda Penelitian.....	36
1.8.1 Desain Penelitian.....	37
1.8.2 Situs Penelitian.....	37
1.8.3 Subyek Penelitian.....	39
1.8.4 Jenis Data	41
1.8.5 Sumber Data.....	41
1.8.6 Teknik Pengumpulan Data.....	41
1.8.7 Analisis dan Interpretasi Data	44
1.8.8 <i>Goodness Criteria</i>	46
1.8.8.1 Kriteria Penetapan Kualitas Desain Penelitian	46
1.8.8.2 Kualitas Data.....	47
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	51
2.1 Kota Semarang.....	51
2.2 Produk-produk Hijau / Berlabel Ramah Lingkungan	54
2.3 Deskripsi Subjek Penelitian	58
BAB III IDENTIFIKASI KONSUMEN RAMAH LINGKUNGAN: FAKTOR-FAKTOR PENDORONG PERILAKU RAMAH LINGKUNGAN	60
3.1 Perbedaan Individu.....	61
3.1.1 Demografi	62
3.1.2 Psikografi	66
3.2 Kesadaran Lingkungan.....	73
3.3 Pengaruh Eksternal.....	79
3.3.1 Iklan	79
3.3.2 Media dan Komunikasi <i>word of mouth</i>	83
3.3.3 Kelompok Referensi	86

3.4 Sikap.....	88
3.5 Perilaku Konsumsi Hijau	90
BAB IV FAKTOR PENDORONG PERILAKU KONSUMSI RAMAH LINGKUNGAN	96
4.1 Pembahasan.....	96
4.3 Keterbatasan.....	106
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	107
5.1 Simpulan	107
5.2 Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Daftar Negara Penyumbang Sampah Plastik ke Laut 2015	7
Tabel 2 Temuan <i>Research Gap</i>	22
Tabel 3 Metode Pengumpulan Data dan Jenis Data Penelitian Kualitatif	42
Tabel 4 Presentase Komposisi Sampah di Kota Semarang Tahun 2014-2015	54
Tabel 5 Kriteria Ekolabel Indonesia	57
Tabel 6 Kode Hasil Wawancara dan Observasi	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Model yang Disarankan Rylander & Allen (2001)	32
Gambar 2 Peta Sebaran Jumlah Penduduk Miskin Kota Semarang	51
Gambar 3 Persentase Penduduk Bekerja di Kota Semarang menurut Mata Pencarian Tahun 2015	53
Gambar 4 Logo Ekolabel Tipe 1	55
Gambar 5 Logo Ekolabel Tipe 2.....	56
Gambar 6 Bagan Hasil Penelitian	94

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Produk Ramah Lingkungan menurut Situs indonesiagreenproduct.com

Lampiran 2 Data Informan Penelitian

Lampiran 3 Panduan Wawancara (*Interview Guide*)

Lampiran 4 Pedoman Observasi

Lampiran 5 A. Transkrip Wawancara I

Lampiran 6 B. Transkrip Wawancara II

Lampiran 7 C. Transkrip Wawancara III

Lampiran 8 Hasil Observasi I

Lampiran 9 Hasil Observasi II

Lampiran 10 Hasil Observasi III

Lampiran 11 Pengategorian *Verbatim*

Lampiran 12 Pengategorian *Anecdote*

Lampiran 13 Dokumentasi