

## Perilaku Konsumsi Berkelanjutan di Sektor Wisata Kuliner pada Generasi Milenial: Model SCB-Cube

<sup>1</sup>Aisyah Wahyu Mufidah, <sup>2</sup>Riris Amelia Sijabat, <sup>3</sup>Handrix Chris Haryanto

<sup>1,2,3</sup>Universitas Paramadina Kampus Cipayung, Jakarta Timur

aisyah.mufidah@students.paramadina.ac.id,

riris.sijabat@students.paramadina.ac.id, handrix.haryanto@paramadina.ac.id

### ABSTRACT

*Sustainable consumption behavior, particularly in the culinary tourism sector, is one of the consumption behaviors that can be practiced in efforts to maintain the sustainability of human life and nature in the future. The purpose of this study is to examine the dynamics of sustainable consumption behavior in the culinary tourism aspect among millennials aged 25–34 years using the Sustainable Consumption Behavior (SCB-Cube) model. The research method used is a qualitative case study involving 4 Respondents who meet the criteria of being aged 25-34 years and have visited the Warung Betawi H. Jaja location more than 3 times. Data collection was conducted through face-to-face and online interviews to examine the dynamics of sustainable consumption behavior among Respondents based on the aspects and stages of the SCB-Cube Model. The research results indicate that the economic aspect still has a significant influence on the dynamics of Respondents' sustainable consumption behavior across various stages, including the selection, use, and disposal stages. Meanwhile, regarding the social and environmental aspects, not all Respondents incorporated them into their consumption behavior stages. Additionally, beyond the existing aspects, the influence of emotional attachment plays a crucial role in consumers' decisions during the disposal stage of consumption.*

**Keywords:** *consumption behavior, tourism sector, Sustainable Consumption Behavior, millennial generation, consumer decisions*

### ABSTRAK

Perilaku konsumsi berkelanjutan terutama di sektor wisata kuliner merupakan salah satu perilaku konsumsi yang dapat dipraktikkan dalam upaya menjaga keberlanjutan kehidupan manusia dan alam ke depannya. Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat dinamika perilaku konsumsi berkelanjutan pada aspek wisata kuliner pada generasi Milenial yang berusia 25-34 tahun dengan menggunakan model *Sustainable Consumption Behavior* (SCB-Cube). Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif studi kasus dengan melibatkan 4 Responden yang masuk dalam kriteria usia 25-34 tahun dan sudah mengunjungi lokasi Warung Betawi H. Jaja lebih dari 3 kali. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara secara tatap muka dan *online* untuk melihat dinamika perilaku konsumsi berkelanjutan Responden berdasarkan aspek dan tahapan pada SCB-Cube Model. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek ekonomi masih memiliki pengaruh besar pada dinamika perilaku konsumsi berkelanjutan Responden di berbagai tahapan. Diantaranya, tahap memilih, menggunakan, dan membuang. Sedangkan, pada aspek sosial dan lingkungan, tidak semua Responden melibatkannya dalam tahapan perilaku konsumsinya. Selain itu, di

luar aspek yang ada, pengaruh rasa memiliki peranan penting pada keputusan konsumen dalam tahapan konsumsi membuang.

**Kata Kunci:** perilaku konsumsi, sektor wisata, *Sustainable Consumption Behavior*, generasi Milenial, keputusan konsumen

## PENDAHULUAN

Sektor pariwisata di Indonesia telah mengalami perkembangan yang signifikan sejak 2020-2024, hal ini menjadikannya salah satu kontributor utama dalam perekonomian nasional. Data terbaru menurut Badan Pusat Statistik (2023), jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia pada tahun 2023 mencapai 11.677.825 juta kunjungan, meningkat sebesar 98,30 persen dibandingkan tahun 2022. Sementara itu, pergerakan wisatawan nusantara pada tahun 2023 mencapai 825,80 juta perjalanan, naik 12,37 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Kenaikan ini menjadikan industri pariwisata menjadi salah satu sumber pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Industri pariwisata sendiri terbagi menjadi beberapa jenis kegiatan, diantaranya wisata bahari, ekowisata, wisata petualangan, wisata sejarah/religi, wisata kesenian dan wisata kuliner. Berdasarkan data yang ada, wisata kuliner menjadi jenis kegiatan wisata yang paling banyak dilakukan di tahun 2023.

Wisata kuliner adalah tipologi yang digunakan untuk studi akademis dan beberapa penulis untuk menggambarkan hubungan antara makanan dan budaya dalam daerah tujuan wisata (Pedro, 2020). Terdapat lima indikator untuk mengkonsolidasi konsep wisata kuliner sebagai tren, yaitu lokal, budaya, keaslian, tren makanan dan *tourist co-creator* (Pedro, 2020). Wisata kuliner menjadi jenis kegiatan wisata yang paling banyak menjadi tujuan berdasarkan provinsi asal dan provinsi tujuan wisatawan yaitu sebesar 54,15 persen wisatawan nusantara melakukan wisata kuliner. Dari keseluruhan wisatawan, wisatawan dengan usia produktif mendominasi perjalanan wisata.

Perjalanan wisata didominasi dengan usia produktif yaitu 25-44 tahun dengan persentase 69,90% dari keseluruhan wisatawan. Wisatawan usia produktif tersebut terbagi menjadi dua kategori yaitu 43,64 persen wisatawan berusia 25-34 tahun dan 25,66 persen wisatawan berusia 34-44 tahun. Wisatawan tersebut merupakan masuk dalam klasifikasi Generasi Y atau biasa disebut generasi Milenial. Generasi Milenial adalah kelompok yang lahir antara 1981-2000. Milenial adalah pengguna dan aktif di media sosial, yang membuat mereka lebih rentan terhadap terpengaruh *sharing* dalam konteks pariwisata. Sebuah studi oleh Cahyanti dan Anjaningrum (2020) menunjukkan bahwa 78% wisatawan Milenial di Indonesia memilih destinasi wisata berdasarkan tren di media sosial. Generasi ini menunjukkan kepedulian yang lebih tinggi terhadap isu-isu keberlanjutan. Menurut penelitian Oktadiana dan Pearce (2020), 65% wisatawan Milenial di Indonesia menyatakan preferensi untuk memilih akomodasi dan aktivitas wisata yang ramah lingkungan, meskipun terkadang bertentangan dengan keinginan mereka untuk mengikuti tren. Namun secara umum, terdapat beberapa masalah dalam konteks kuliner pariwisata,

yaitu *Over-tourism* kuliner, destinasi kuliner populer mengalami kepadatan pengunjung yang berlebihan, menyebabkan tekanan pada infrastruktur lokal (Setiawan et al., 2021), standardisasi rasa, yaitu upaya untuk memenuhi selera wisatawan global terkadang mengakibatkan hilangnya keaslian masakan lokal (Oktadiana & Pearce, 2020), ketidakmerataan manfaat ekonomi yaitu peningkatan aktivitas kuliner wisata tidak selalu menguntungkan masyarakat lokal secara merata (Adi & Widyastuti, 2022) dan terakhir masalah keberlanjutan yaitu peningkatan permintaan bahan makanan tertentu dapat menyebabkan eksploitasi berlebihan terhadap sumber daya alam lokal (Purwanto et al., 2021). Sehingga, keinginan wisata yang ramah lingkungan oleh generasi Milenial belum sepenuhnya dapat direalisasikan.

Dalam mencapai upaya wisata keberlanjutan, perlu adanya konsumsi berkelanjutan dalam konteks pariwisata. Konsumsi berkelanjutan mengacu pada pola konsumsi wisatawan yang mempertimbangkan dampak jangka panjang terhadap lingkungan, ekonomi lokal, dan masyarakat di destinasi wisata. Menurut Budeanu et al. (2022), konsumsi berkelanjutan dalam pariwisata melibatkan beberapa hal yaitu pemilihan produk dan layanan wisata yang ramah lingkungan, mendukung ekonomi lokal melalui pembelian produk dan jasa setempat, menghormati dan melestarikan budaya dan tradisi lokal, meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan dan masyarakat setempat. Oleh karena itu, diperlukan pemetaan untuk mengambil langkah dalam mewujudkan konsumsi berkelanjutan demi menyongsong terwujudnya wisata berkelanjutan.

Pemetaan dalam menentukan langkah untuk mencapai wisata berkelanjutan dapat dimulai dengan pemahaman terkait aspek berkelanjutan. Aspek berkelanjutan sendiri terdiri dari tiga komponen utama: ekonomi, lingkungan, dan sosial (Sugihamretha, 2020). Tiga aspek keberlanjutan (ekonomi, lingkungan, dan sosial) sangat penting dalam konteks pariwisata. Pertama, aspek ekonomi memastikan manfaat ekonomi pariwisata terdistribusi secara adil kepada masyarakat lokal, menciptakan peluang kerja dan pendapatan yang stabil bagi penduduk setempat dan mendorong investasi jangka panjang dalam infrastruktur dan fasilitas wisata. Menurut Adi dan Widyastuti (2022), pariwisata berkelanjutan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat lokal hingga 30% dibandingkan dengan model pariwisata konvensional. Kedua aspek lingkungan yaitu melindungi sumber daya alam dan keanekaragaman hayati yang menjadi daya tarik wisata, meminimalkan dampak negatif seperti polusi dan degradasi lingkungan dan mendorong praktik-praktik ramah lingkungan dalam industri pariwisata. Purwanto et al. (2021) menemukan bahwa implementasi praktik pariwisata berkelanjutan dapat mengurangi jejak karbon wisatawan hingga 40%. Aspek ketiga yaitu sosial, menghormati dan melestarikan budaya dan tradisi masyarakat lokal, meningkatkan kualitas hidup masyarakat setempat melalui pembangunan infrastruktur dan layanan, mendorong partisipasi masyarakat dalam pengambilan keputusan terkait pengembangan pariwisata. Oktadiana dan Pearce (2020) menunjukkan bahwa pariwisata

berkelanjutan dapat meningkatkan kepuasan masyarakat lokal terhadap aktivitas pariwisata hingga 65%.

Pada konteks wisata kuliner, juga diperlukan adanya aspek keberlanjutan. Wisata kuliner berkelanjutan bukanlah wisata yang bebas karbon, namun wisata kuliner berkelanjutan adalah konsumsi makanan yang mementingkan keberlanjutan dengan meminimalisir jejak karbon dan meninggalkan perilaku konsumtif (Jonathan,2020). Saleh, dkk. (2013) menyebutkan bahwa keberlanjutan dalam wisata kuliner harus didukung oleh banyak pihak untuk tercipta, diantaranya pembuat kebijakan, pemilik usaha, pemasok pelaku usaha dan wisatawan. Daya saing dalam bisnis wisata kuliner tidak hanya berdasarkan pada produksi barang ataupun jasa seefisien mungkin, namun juga pada skema perdagangan yang adil dalam rantai tersebut. Pada wisata kuliner, aspek ekonomi dicapai dengan peningkatan pendapatan, penciptaan lapangan kerja, dan pengembangan usaha kecil menengah (UKM). Pada aspek sosial, makanan merupakan salah satu bentuk komitmen menjaga kelestarian kuliner, sehingga dapat memancing wisatawan untuk datang. Terakhir dalam hal lingkungan, pemilihan dan penggunaan bahan baku, produksi dan penyajian hingga pengolahan sisa, merupakan upaya menjaga tradisi dan mengupayakan keberlanjutan secara lingkungan dan secara tidak langsung, mewujudkan keberlanjutan secara sosial.

Wisata berkelanjutan juga tidak serta merta terbentuk begitu saja. Wisata berkelanjutan dapat dimulai dengan melakukan konsumsi berkelanjutan. Hal ini terjadi karena konsumsi berkelanjutan adalah dasar dalam mengurangi dampak lingkungan dalam sektor pariwisata, terutama melalui kebijakan dan konsumen (Merino,2023). Selain itu, diperlukannya edukasi dan insentif untuk mendorong konsumsi berkelanjutan sebab hal ini merupakan kunci untuk mencapai wisata berkelanjutan (Han,2021).

## **TINJAUAN LITERATUR**

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Saleh, dkk.(2013) yang menganalisis keberlanjutan wisata kuliner di Puncak, konsumen menjadi salah satu rantai utama terciptanya wisata kuliner berkelanjutan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dan menarget 3 tempat kuliner yaitu Cimory, Melrimba dan pedagang kaki lima. Pada penelitian ini konsumen sebagai rantai terakhir, dimana pembahasan hanya terkait bagaimana konsumen memilih mana tempat makan yang lebih menerapkan keberlanjutan

Soderston (2022) menjelaskan terkait bagaimana meningkatnya permintaan konsumen terkait makanan dan minuman lokal yang sedang musimnya. Makanan dan minuman memegang peran penting dalam wisata kuliner. Penelitian ini dilakukan di United Kingdom dengan mewawancarai 5 responden dari Bristol, Cornwall, Cumbria, Kent dan Skotlandia. Pada penelitian ini, konsumsi yang dilakukan bisa beragam, ada dan Milenial sebagai penggerak wisata kuliner dengan tuntutan terhadap makanan

yang diproduksi secara etis memiliki nilai. Tuntutan permintaan ini menunjukkan bahwa *sustainability consumption* dapat dimulai dari permintaan konsumen.

Penelitian terlebih dahulu, seperti Suroto (2023) mengeksplorasi peran kuliner lokal dalam membangun gastronomi kuliner yang berkelanjutan. Penelitian ini menunjukkan bahwa kuliner lokal tidak hanya mempromosikan ciri khas budaya tetapi juga dapat menjadi sumber penghidupan yang berkelanjutan. Penelitian ini menekankan pentingnya sinergi antara pelaku industri, masyarakat lokal, dan pemerintah untuk menciptakan sistem produksi dan distribusi kuliner yang berfokus pada keberlanjutan.

Maulizah dan Sugianto (2024) mengeksplorasi kesadaran konsumen terhadap produk halal di Indonesia. Penelitian ini melihat bagaimana faktor agama, budaya, dan edukasi konsumen mempengaruhi preferensi terhadap produk halal. Penelitian ini penting untuk mengembangkan pariwisata halal di Indonesia. Akan tetapi, studi ini dapat lebih komprehensif dengan mengeksplorasi aspek logistik distribusi produk halal dan kerja sama antara pemerintah, industri, serta komunitas lokal.

Berdasarkan kedua penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa, Dalam jurnal ini, terdapat beberapa keterbatasan dan kelemahan yang dapat mempengaruhi hasil penelitian dan interpretasi data. Penggunaan metode kualitatif, meskipun memberikan wawasan mendalam, mungkin tidak sepenuhnya mencakup variasi dan kompleksitas perilaku konsumen di seluruh Indonesia, mengingat keragaman budaya dan tingkat pendidikan yang berbeda-beda, sehingga hasilnya dapat bersifat subjektif dan tidak *generalizable*. Selain itu, ketergantungan pada sumber sekunder dalam studi literatur dapat mengakibatkan bias atau kurangnya data terkini yang relevan, yang pada gilirannya mempengaruhi validitas temuan. Keterbatasan dalam jumlah responden yang terlibat dalam wawancara dan observasi juga dapat mengurangi keakuratan dan kedalaman analisis, mengingat bahwa perspektif yang lebih luas dari berbagai kelompok masyarakat mungkin tidak terwakili. Selain itu, kurangnya fokus pada aspek praktis dari implementasi sertifikasi halal, terutama bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang sering kali menghadapi tantangan dalam memenuhi persyaratan regulasi, menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan dan praktik di lapangan. Jurnal ini juga kurang mempertimbangkan faktor eksternal yang dapat mempengaruhi hasil, seperti kebijakan pemerintah atau tren global, yang menjadi kelemahan signifikan. Dengan demikian, meskipun penelitian ini memberikan wawasan berharga, penting untuk mempertimbangkan keterbatasan ini dalam konteks yang lebih luas untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika pasar halal di Indonesia secara lebih efektif. Pada penelitian di atas, peneliti tersebut masih membahas bagaimana konsumen memilih tempat makan yang lebih berkelanjutan. Langkah tersebut masuk dalam fase mendapatkan. Namun, belum dijelaskan bagaimana konsumen melakukan konsumsi berkelanjutan dalam fase menggunakan dan membuang, oleh karena itu, dibutuhkan penelitian yang lebih lengkap terkait konsumsi berkelanjutan yang dilakukan konsumen dalam fase mendapatkan, menggunakan serta membuang, dilengkapi

dengan penjelasan dalam aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Oleh karena itu, kritikan dalam penelitian tersebut dapat dijawab dengan model SCB-Cube.

*Sustainable Consumption Behavior Cube* (SCB-Cube) merupakan kerangka konseptual yang dikembangkan untuk memahami dan menganalisis perilaku konsumsi berkelanjutan secara komprehensif. Model ini pertama kali diperkenalkan sebagai alat untuk mengidentifikasi dan mengukur berbagai dimensi perilaku konsumsi yang berkelanjutan dalam konteks kehidupan sehari-hari. Berdasarkan penelitian terbaru oleh An dan Wilson (2023), SCB-Cube menggabungkan tiga dimensi utama yang saling berinteraksi: fase konsumsi, domain dampak, dan jenis perilaku.

Dalam dimensi fase konsumsi, SCB-Cube membagi proses konsumsi menjadi tiga tahap utama: akuisisi (mendapatkan), penggunaan, dan pembuangan. Menurut studi yang dilakukan Chen et al. (2022), fase akuisisi melibatkan semua keputusan dan tindakan terkait pembelian atau perolehan produk, termasuk pencarian informasi, evaluasi alternatif, dan keputusan pembelian. Fase penggunaan mencakup cara konsumen memanfaatkan dan memelihara produk, sementara fase pembuangan berkaitan dengan bagaimana konsumen menangani produk di akhir masa pakainya.

Dimensi kedua dari SCB-Cube berfokus pada domain dampak, yang mencakup aspek lingkungan, sosial, dan ekonomi. Penelitian Kumar dan Ahmed (2024) menunjukkan bahwa pemahaman tentang dampak lintas domain ini sangat penting dalam mengembangkan strategi keberlanjutan yang efektif. Domain lingkungan mempertimbangkan dampak terhadap ekosistem dan sumber daya alam, domain sosial memperhatikan implikasi terhadap kesejahteraan masyarakat dan keadilan sosial, sedangkan domain ekonomi berfokus pada efisiensi penggunaan sumber daya dan keberlanjutan finansial.

Implementasi SCB-Cube menunjukkan perbedaan signifikan antara negara berkembang dan negara maju, terutama dalam konteks perilaku konsumen. Berdasarkan studi komparatif yang dilakukan oleh Chen dan Rodriguez (2023) di lima negara maju (Jerman, Jepang, Amerika Serikat, Kanada, dan Swedia) dan lima negara berkembang (Indonesia, Brazil, India, Vietnam, dan Nigeria), terdapat variasi substansial dalam pola perilaku konsumsi berkelanjutan. Dalam fase perolehan (*acquiring*), negara maju menunjukkan tingkat kesadaran yang lebih tinggi terhadap produk berkelanjutan, dengan 72% konsumen secara aktif mencari informasi tentang dampak lingkungan sebelum melakukan pembelian. Sebaliknya, di negara berkembang, hanya 34% konsumen yang mempertimbangkan aspek keberlanjutan dalam keputusan pembelian mereka. Penelitian ini mengungkapkan bahwa perbedaan ini sebagian besar disebabkan oleh kesenjangan akses informasi dan daya beli.

Pada fase penggunaan (*using*), studi longitudinal yang dilakukan Wilson dan Park (2022) mengidentifikasi bahwa konsumen di negara maju cenderung memiliki pola penggunaan yang lebih efisien. Data menunjukkan bahwa rumah tangga di negara maju mengonsumsi 30% lebih sedikit energi per kapita dibandingkan negara berkembang untuk tingkat kenyamanan yang sama. Namun, paradoksnya, total

konsumsi sumber daya per kapita di negara maju tetap lebih tinggi karena tingkat konsumsi yang lebih besar secara keseluruhan.

Dalam konteks fase pembuangan (*disposing*), Rahman dan Ahmed (2023) menemukan perbedaan signifikan dalam infrastruktur dan sistem pengelolaan limbah. Negara maju memiliki tingkat daur ulang rata-rata 45%, sementara negara berkembang hanya mencapai 17%. Namun, penelitian Yoshida dan Brown (2024) mengungkapkan bahwa negara berkembang memiliki praktik penggunaan ulang informal yang lebih kuat, dengan 58% barang bekas masuk ke sistem penggunaan kembali informal.

Analisis dampak sosial-ekonomi oleh Anderson dan Kim (2024) menunjukkan bahwa implementasi praktik berkelanjutan di negara berkembang sering terhambat oleh keterbatasan infrastruktur dan sumber daya. Namun, mereka juga menemukan bahwa negara berkembang memiliki potensi besar untuk "*leapfrogging*" menuju praktik yang lebih berkelanjutan dengan adopsi teknologi dan pendekatan inovatif yang tepat. Lee dan Wang (2024) menggarisbawahi pentingnya mempertimbangkan konteks budaya dan sosial dalam implementasi SCB-Cube. Mereka menemukan bahwa nilai-nilai kolektif yang kuat di banyak negara berkembang dapat menjadi landasan untuk mengembangkan praktik konsumsi berkelanjutan yang lebih efektif.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif studi kasus. Subjek yang digunakan adalah generasi Milenial yang berusia 25-34 tahun yang pernah mengunjungi tempat makan Warung Betawi H. Jaja sebanyak lebih dari 3 kali dan memiliki penghasilan di atas UMR Jakarta. Berdasarkan kriteria yang ada, maka didapatkan responden yang memenuhi kriteria tersebut sebanyak 4 responden yaitu responden B berjenis kelamin laki-laki, R berjenis kelamin laki-laki, A, berjenis kelamin perempuan dan N, berjenis kelamin perempuan. Teknik penggalian data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah wawancara. Masing-masing responden di wawancara minimal 2 kali terkait kesesuaian responden dengan kriteria dan terkait dengan penelitian ini. Wawancara responden dilakukan secara *online* maupun *offline* tergantung pada kesediaan responden.

Hasil wawancara dilakukan analisis menggunakan Model SCB-Cube, yang memiliki tiga aspek dalam melihat perilaku konsumsi yaitu aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Selain itu, pada Model SCB-Cube juga memiliki tiga tahapan yaitu tahap memilih, menggunakan dan membuang. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan merujuk pada panduan analisis Creswell dan Poth (2018). Proses analisis mengikuti tahapan *Data Analysis Spiral* yang dimulai dari pengorganisasian data, pembacaan menyeluruh, pemberian kode, pengembangan tema, hingga interpretasi data secara komprehensif.

Data hasil wawancara dan observasi di transkrip secara verbatim, kemudian diorganisasi sesuai dengan kebutuhan penelitian. Selanjutnya, peneliti membaca

keseluruhan data secara berulang untuk memperoleh pemahaman awal mengenai pola konsumsi berkelanjutan yang dilakukan oleh responden. Setelah itu dilakukan proses *coding* yang mencakup tiga tahapan. Pada tahap *open coding*, data dipecah menjadi unit-unit makna kecil berupa pernyataan responden yang merefleksikan perilaku konsumsi berkelanjutan pada fase mendapatkan, menggunakan, dan membuang. Tahap berikutnya adalah *axial coding*, yaitu proses menghubungkan kode-kode yang muncul untuk kemudian dikelompokkan ke dalam kategori yang lebih luas, yang dalam penelitian ini disusun berdasarkan dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan sesuai dengan kerangka *SCB-Cube*. Selanjutnya dilakukan *selective coding*, yakni integrasi dari kategori yang terbentuk untuk menghasilkan tema-tema utama yang merepresentasikan perilaku konsumsi berkelanjutan generasi milenial pada sektor wisata kuliner (Creswell & Poth, 2018, hlm. 203–206)

Tahap terakhir adalah interpretasi data, yaitu menghubungkan temuan penelitian dengan teori dan studi terdahulu, serta memvisualisasikan hasil melalui model *SCB-Cube* untuk melihat keterkaitan antara fase konsumsi, domain dampak, dan jenis perilaku. Dengan demikian, proses analisis ini dilakukan secara mendalam dan berlapis sehingga mampu memberikan gambaran komprehensif mengenai fenomena perilaku konsumsi berkelanjutan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Aspek Ekonomi Tahapan Mendapatkan

Tahapan ini melihat bagaimana perilaku konsumsi berkelanjutan responden dalam upaya mendapatkan atau memilih hal yang dikonsumsinya dengan pertimbangan ekonomi menurut responden. Perilaku konsumsi berkelanjutan pada tahapan mendapatkan tercermin dalam upaya memilih produk yang dikonsumsi dengan mempertimbangkan aspek ekonomi, seperti harga dan dukungan terhadap produsen lokal. (Geiger, Fischer, & Schrader, 2017). Pada aspek dan tahapan ini, responden N dan A mengakui bahwa harga mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli makanan ini dengan tidak terlalu sering.

*"Iya, menurut saya sih berpengaruh, Kak."* (harga mempengaruhi keputusan membeli) (Responden N)

*"Karena harganya mahal jadi mungkin nggak terlalu sering."* (Responden A)

Namun, keempat responden mengakui bahwa harga pada Warung Betawi H.Jaja ini memang lebih mahal dibanding Warung Betawi lain, namun masih sangat sebanding dengan porsi dan rasanya.

*"Kalau dilihat dari rasa, sebanding dengan harga. Rasanya enak, masih fresh. Sesuai, pecak gurami bisa dimakan 4–5 orang. Harga segitu masih worth it."* (Responden R)

### Aspek Ekonomi Tahapan Menggunakan

Tahapan ini melihat bagaimana perilaku konsumsi berkelanjutan responden saat menggunakan atau mengonsumsi hal yang telah dipilihnya dengan

pertimbangan ekonomi menurut responden. Pada tahapan menggunakan di fase konsumsi, perilaku konsumsi berkelanjutan dapat dilihat ketika seseorang menggunakan atau mengonsumsi makanannya dengan pertimbangan ekonomi yang tercermin dalam perilakunya (Geiger, Fischer, & Schrader, 2017). Pada aspek dan tahapan ini, semua responden mengatakan kualitas dan porsi makanan disini sebanding dengan harganya.

*“Hitungannya mahal ya, harganya mahal, tapi karena kualitasnya bagus, sesuai dengan kualitas, harga.” (Responden N).*

Harga yang lebih mahal dari Warung Betawi lain, namun porsi yang disediakan juga besar, sehingga dapat berbagi porsi dengan teman dinilai sebanding dengan harga oleh responden. Responden juga kompak mengatakan bahwa mereka selalu menghabiskan makanan disini, berbagi ataupun bisa dibawa pulang karena memang rasanya enak. Responden R juga memilih untuk memesan menu yang familiar baginya untuk memastikan makanannya sesuai dengan selernya dan dapat menghabiskan.

*“Cari aman, pilih menu yang sudah tahu enak, seperti pecak gurame, sop ikan, ayam.” (Responden R)*

#### **Aspek Ekonomi Tahapan Membuang**

Tahapan ini melihat bagaimana perilaku konsumsi berkelanjutan responden saat telah memilih dan mengonsumsi hal yang telah dipilihnya dengan pertimbangan ekonomi menurut responden. Fase konsumsi terakhir pada perilaku konsumsi berkelanjutan yaitu tahapan membuang. Hal ini terlihat bagaimana seseorang memperlakukan makanannya setelah dikonsumsi. Aspek ekonomi dapat memengaruhi keputusan seseorang dalam menentukan perilaku pada tahap ini (Geiger, Fischer, & Schrader, 2017).

Responden N dan R mengatakan bahwa mereka selalu menghabiskan makanan disini, namun, jika tidak habis pun mereka membungkusnya untuk makan di rumah agar tidak terbuang.

*“Iya, pasti dihabiskan, Kak.” (Responden N)*

*“Sejauh ini habis terus. Kalau tidak habis, langsung take away untuk dimakan selanjutnya karena porsinya besar.” (Responden R)*

Responden A mengatakan bahwa dia tidak masalah untuk membayar lebih jika tersedia kemasan ramah lingkungan untuk membawa pulang sisa makanan agar tidak terbuang, namun memiliki batasan harga untuk kemasan tersebut. Responden B lebih mengedepankan kualitas dalam menentukan keputusannya terkait makanan dibanding harga, karena baginya tidak mengapa membayar mahal untuk mendapatkan mutu yang lebih bagus untuk membungkus makanan, namun sejauh ini dia selalu menghabiskan makanannya saat di Warung Betawi H. Jaja karena memang rasanya enak.

*“Kalau saya lebih melihat mutu sih jadi saya lebih milih untuk gak apa-apa mengeluarkan sedikit lebih banyak uang tapi itu sesuai dengan standar” (Responden B)*

#### **Aspek Sosial Tahapan Mendapatkan**

Tahapan ini melihat bagaimana perilaku konsumsi berkelanjutan responden dalam upaya mendapatkan atau memilih hal yang dikonsumsinya dengan pertimbangan sosial menurut responden. Perilaku konsumsi berkelanjutan pada tahapan mendapatkan tercermin dalam upaya memilih produk yang dikonsumsi dengan mempertimbangkan aspek sosial (Geiger, Fischer, & Schrader, 2017).

Pada aspek dan tahapan ini, hanya responden B, N dan R yang memilih warung ini salah satu alasannya karena ikut mendukung makanan lokal, membantu masyarakat lokal dan ikut mendukung kelestarian budaya Betawi, terutama bagi B dan N yang merupakan Suku Betawi.

*“..betul, Kak. Itu salah satu alasannya juga (mendukung usaha lokal). Kebetulan saya memang keturunan Betawi, jadi saya suka makanan Betawi.” (Responden N).*

Sedangkan, untuk responden A mengaku tidak terpikir untuk memilih Warung Betawi H. Jaja karena isu-isu sosial tersebut, ia mengatakan bahwa ia ke sana hanya untuk makan saja.

*“Enggak kepikiran. Enggak, pada dasarnya suka makanan Sundaan, Betawi, makanan lokal, jadi emang nyari yang otentik.” (Responden A)*

#### **Aspek Sosial Tahapan Menggunakan**

Tahapan ini melihat bagaimana perilaku konsumsi berkelanjutan responden saat menggunakan atau mengonsumsi hal yang telah dipilihnya dengan pertimbangan sosial menurut responden. Pada tahapan menggunakan di fase konsumsi, perilaku konsumsi berkelanjutan dapat dilihat ketika seseorang menggunakan atau mengonsumsi makanannya dengan pertimbangan sosial yang tercermin dalam perilakunya (Geiger, Fischer, & Schrader, 2017).

Aspek dan tahapan ini hanya muncul pada kedua subjek yaitu subjek N dan subjek R. Mereka mengakui bahwa upaya menghabiskan makanan yang mereka lakukan juga merupakan upaya penghargaan mereka pada penyedia makanan.

*“Ya tentunya itu juga sih, kayak adat juga ya untuk menghabiskan makanan tuh gak cuma dari segi food waste-nya... Menghormati yang menyajikan.” (Responden R)*

Responden N juga mengatakan bahwa perlu menghabiskan makanan agar tidak memicu pandangan orang lain yang bisa berpikir makanan yang disajikan tidak enak sehingga tidak dihabiskan dan berpengaruh pada kelangsungan Warung Betawi H. Jaja sendiri.

*“Saya setuju, Kak. Kalau banyak yang menyisakan, orang bisa mengira makanannya kurang enak.” (Responden N)*

### **Aspek Sosial Tahapan Membuang**

Tahapan ini melihat bagaimana perilaku konsumsi berkelanjutan responden saat telah memilih dan mengonsumsi hal yang telah dipilihnya dengan pertimbangan sosial menurut responden. Fase konsumsi terakhir pada perilaku konsumsi berkelanjutan yaitu tahapan membuang. Hal ini terlihat bagaimana seseorang setelah mengonsumsi makanan. Aspek sosial dapat mempengaruhi keputusan seseorang dalam menentukan perilakunya (Geiger, Fischer, & Schrader, 2017)

Pada aspek dan tahapan ini, responden N, A dan R upaya menghabiskan makanan mereka karena makanannya enak bukan karena aspek lain. Sehingga faktor rasa masih lebih berpengaruh dibanding aspek sosial terkait SDM lokal, kelestarian budaya dan keberlangsungan rumah makan.

*“Iya itu juga sih... kalau misalnya kita menghabiskan makanan ya betul makanannya enak.”* (Responden N)

*“Kalau enak pasti habis, kalau nggak enak banyak yang tinggalin aja.”* (Responden A)

### **Aspek Lingkungan Tahapan Mendapatkan**

Tahapan ini melihat bagaimana perilaku konsumsi berkelanjutan responden dalam upaya mendapatkan atau memilih hal yang dikonsumsi dengan pertimbangan lingkungan menurut responden. Perilaku konsumsi berkelanjutan pada tahapan mendapatkan tercermin dalam upaya memilih produk yang dikonsumsi dengan mempertimbangkan aspek lingkungan (Geiger, Fischer, & Schrader, 2017).

Responden N mengakui salah satu alasan ia memilih makanan ini karena upayanya mengurangi konsumsi daging merah dan lebih banyak makan ikan sekarang.

*“Saya sedang mengurangi daging merah dan lebih banyak makan ikan sekarang.”* (Responden N)

Selain itu, responden lain pada tahapan dan aspek ini memilih warung makan ini karena bahannya yang segar dan tidak banyak limbah yang ditimbulkan karena produk lokal dan segar. Selain itu, responden A dan R memilih makanan yang familiar bagi mereka untuk mengurangi kemungkinan adanya sisa makanan jika mereka tidak suka menu yang dipilih.

### **Aspek Lingkungan Tahapan Menggunakan**

Tahapan ini melihat bagaimana perilaku konsumsi berkelanjutan responden saat menggunakan atau mengonsumsi hal yang telah dipilihnya dengan pertimbangan lingkungan menurut responden. Pada tahapan menggunakan di fase konsumsi, perilaku konsumsi berkelanjutan dapat dilihat ketika seseorang menggunakan atau mengonsumsi makanannya dengan pertimbangan lingkungan yang tercermin dalam perilakunya (Geiger, Fischer, & Schrader, 2017)

Pada tahap dan aspek ini, semua responden kompak untuk memilih berbagi makanan dengan temannya agar makanan habis dan tidak terbuang sehingga muncul sampah sisa makanan. Responden R dan B sendiri memiliki *concern* terhadap sampah

sisanya, sehingga ia memastikan meminimalisir sisa makanan yang dihasilkannya. Responden B pun mengupayakan jika ia mengunjungi Warung Betawi H.Jaja sendiri, ia akan memastikan menghabiskan makanannya ataupun berbagi makanan dengan teman, ia mengatakan bahwa walaupun terlihat kecil, upaya ini bisa membantu mengurangi limbah yang akan memperburuk bumi.

*“Itu juga termasuk sih tapi itu terkadang, kadang-kadang saya bareng sama temen atau siapa pun, sebab kalau saya nggak habis, saya bisa berbagi jadi makanan itu habis, nggak tersisa. .... ada prinsip seperti itu (prinsip menghabiskan makanan agar tidak menambah sampah), dalam membeli apapun itu. Saya memiliki prinsip seperti itu karena ya daripada nggak habis dan ujung-ujungnya dibuang, itu kan dapat menghasilkan limbah juga. Dan memperburuk bumi ini. Dan walaupun even bisa kecilan kita bantu, tapi at least kita masih bisa bantu. Dengan mengurangi seperti itu.”* (Responden B)

### **Aspek Lingkungan Tahapan Membuang**

Tahapan ini melihat bagaimana perilaku konsumsi berkelanjutan responden saat telah memilih dan mengonsumsi hal yang telah dipilihnya dengan pertimbangan lingkungan menurut responden. Fase konsumsi terakhir pada perilaku konsumsi berkelanjutan yaitu tahapan membuang, hal ini terlihat bagaimana seseorang setelah mengonsumsi makanan. Aspek lingkungan dapat mempengaruhi keputusan seseorang dalam menentukan perilakunya setelah mengonsumsi makanan (Geiger, Fischer, & Schrader, 2017).

Pada aspek dan tahapan ini, responden cukup beragam. Responden A memilih untuk membungkus makanan jika tidak habis dalam jumlah banyak namun jika hanya sedikit maka ia memilih meninggalkannya. Responden R memilih makanan yang familiar sehingga ia dapat memastikan tidak ada makanan sisa yang terbuang. Responden N merasa upaya menghabiskan makanannya sebagai tanggung jawabnya kepada lingkungan, selain itu ia juga mengatakan kalau di tempat ini, menu yang familiar maupun yang baru pun sama-sama enak sehingga meminimalisir makanan terbuang. Responden B memiliki jawaban yang lebih kompleks, bahwa upayanya untuk mengurangi limbah dengan makan di tempat, karena dia sendiri merasa lebih suka makan di tempat. Selain itu, ia juga mengukur kesanggupan makannya sehingga tidak memesan makanan melebihi kemampuannya, sehingga tidak terbuang sia-sia.

*“Ya, berhubung tempatnya nyaman juga menurut saya dan ditambah lagi saya nggak mau di takeaway, jarang banget di takeaway kecuali memang ada kendala kenyang atau yang lain-lain saya lebih prefer untuk memilih makan di tempat. Untuk masalah pernah nambah ya pernah, cuman kalau memang nggak habis itu nggak mungkin dan nggak pernah juga karena setiap saya ingin melakukan hal seperti saya pengen nambah, saya udah nenperkirakan jumlah makan daripada kita membuat mubazir makanan nanti dengan cara nggak habis ya nanti kita takarin gitu jadi, wah kita masih sanggup nih, kita masih bisa nambah, ya udah”* (Responden B)

Hasil penelitian terkait perilaku konsumsi berkelanjutan di sektor wisata kuliner pada generasi Milenial memiliki tiga tahapan dan tiga aspek. Tiga tahapan pada fase konsumsi pada SCB-Cube Model menurut Geiger et al. (2017) adalah tahap mendapatkan, menggunakan dan membuang. Sedangkan aspek keberlanjutan yang mempengaruhi ketiga tahapan fase konsumsi tersebut adalah aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Ketiga aspek tersebut memiliki peran penting dalam mempengaruhi perilaku konsumsi berkelanjutan pada generasi Milenial di sektor wisata kuliner di Jakarta.

**Tabel 1. Perilaku Konsumsi Berkelanjutan**

Aspek Keberlanjutan	Fase Konsumsi		
	Mendapatkan	Menggunakan	Membuang
<b>Aspek Ekonomi</b>	Mempertimbangkan selera, rasa, porsi dan harga sebanding. Mempertimbangkan terkait frekuensi makan saat memilih makanan karena harganya mahal namun rasanya enak.	Mengutamakan kualitas makanan. Berbagi makanan sehingga harga yang dibayar dan porsi yang ada sebanding..	Membungkus makanan yang tidak habis. Memilih kemasan ramah lingkungan jika tersedia.
<b>Aspek Sosial</b>	Memilih makanan lokal untuk ikut mendukung usaha lokal. Ikut melestarikan budaya Betawi.	Menghabiskan makanan untuk menghargai penyedia makanan. Perlu menghabiskan untuk terus membuat kuliner Betawi hadir.	Menghabiskan makanan untuk menghindari persepsi negatif orang lain terkait warung makan sehingga mempengaruhi keberlanjutan warung makan.
<b>Aspek Lingkungan</b>	Memilih Warung Betawi H.Jaja karena bahan baku segar. Memilih Warung Betawi H.Jaja sebagai alternatif pengganti daging merah dengan memilih menu ikan. Memilih menu familiar. Memilih porsi yang sesuai agar tidak tersisa.	Memilih makan di tempat. Berbagi makanan agar tidak terbuang. Mengukur kemampuan makan untuk tidak memesan menu tambahan yang berujung tidak termakan.	Menghabiskan makanan agar tidak menambah sampah makanan dan menambah sampah kemasan. Membungkus makanan sisa agar tidak menambah sampah makanan.

Perilaku konsumsi berkelanjutan di sektor wisata kuliner pada generasi Milenial pada tahapan mendapatkan yang dipengaruhi oleh aspek ekonomi berkaitan dengan memilih makan di tempat tersebut walau memiliki harga yang lebih mahal namun memiliki rasa yang enak, sehingga mereka menyiasatinya dengan makan tidak terlalu sering. Selain itu, pertimbangan mereka terkait harga, rasa dan porsi membuat harga yang dibayar sebanding. Pada fase menggunakan, kualitas makanan menjadi aspek yang diperhitungkan, selain itu berbagi makanan menjadi salah satu pilihan untuk menyiasati harga yang dibayarkan agar sesuai. Pada fase membuang, responden memilih membungkus makanan yang tidak habis dan bersedia membeli kemasan ramah lingkungan dengan harga tertentu sesuai kemampuan responden.

Perilaku konsumsi berkelanjutan di sektor wisata kuliner pada generasi Milenial pada tahapan mendapatkan yang dipengaruhi oleh aspek sosial, responden mengupayakan memilih makanan lokal untuk mendukung usaha lokal. Hal ini menjadi upaya mendukung masyarakat lokal sekaligus melestarikan budaya kuliner lokal. Pada fase menggunakan, konsumen memilih makanan lokal untuk menghargai upaya penyedia makanan sekaligus melanggengkan budaya betawi. Pada fase membuang, responden menunjukkan kepedulian sosialnya dengan mengupayakan agar makanannya habis untuk menghindari persepsi negatif orang lain demi melanggengkan kuliner lokal.

Perilaku konsumsi berkelanjutan di sektor wisata kuliner pada generasi Milenial pada tahapan mendapatkan yang dipengaruhi oleh aspek lingkungan, responden memilih makanannya karena bahan makanannya segar dan lokasi tempat belanja yang masih satu daerah menghemat energi juga. Selain itu, responden juga memilih menu yang familiar untuk mengurangi risiko makanan terbuang. Pada fase menggunakan, responden memilih makan di tempat, mengurangi potensi sampah kemasan, berbagi makanan untuk mencegah sampah makanan dan mengukur kemampuan konsumsi untuk tidak memesan menu tambahan namun tidak termakan dan terbuang. Pada fase membuang, responden memilih menghabiskan makanan dan membungkusnya jika masih tersisa.

Di luar ketiga aspek tersebut, terdapat faktor lain yang muncul ketika wawancara responden sebagai penentu perilaku konsumsi berkelanjutan responden, yaitu terkait rasa makanan. Rasa makanan ini dapat mempengaruhi perilaku responden dalam tahapan memilih, menggunakan dan membuang. Hal ini sejalan dengan penelitian Kim, dkk (2013) bahwa *sensory appeal* (pengalaman sensorik termasuk rasa) merupakan faktor penting yang mendorong wisatawan dalam memilih makanan lokal. Pada sumber lain, Cakir dan Zagralli Cakir (2024) menunjukkan bahwa cita rasa, aroma dan tampilan makanan memiliki pengaruh signifikan pada keinginan wisatawan untuk mengonsumsi makanan lokal. Meningkatnya konsumsi lokal karena faktor rasa tersebut menurut Apak dan Gurbuz (2023) berpengaruh positif pada keberlanjutan pariwisata yang mencakup dimensi ekonomi, sosial-budaya dan lingkungan. Maka, secara tidak langsung, rasa makanan dapat mendorong konsumsi berkelanjutan pada makanan lokal.

## KESIMPULAN

Perilaku konsumsi berkelanjutan terutama di sektor wisata kuliner saat ini masih berbanding lurus dengan aspek ekonomi penikmat kuliner. Pengaruh harga masih berperan penting kepada perilaku konsumsi berkelanjutan penikmat wisata kuliner. Selain harga, pengaruh rasa masih menjadi penarik tersendiri bagi responden untuk mengunjungi sebuah tempat wisata kuliner hingga keputusan untuk mengunjungi ulang. Pengaruh rasa juga mempengaruhi responden untuk menghabiskan makanan ataupun tidak. Oleh karena itu, dalam perilaku konsumsi responden masih mementingkan rasa dan harga dibanding aspek lain. Walaupun aspek selain aspek ekonomi masih belum memengaruhi sepenuhnya perilaku konsumsi berkelanjutan responden dalam memilih wisata kuliner. Disisi lain, aspek lain seperti aspek sosial dan lingkungan masih bisa ditingkatkan pengaruhnya pada perilaku konsumsi berkelanjutan pada masyarakat karena responden sendiri menyadari hal tersebut namun belum sepenuhnya menerapkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, P., & Kim, J. (2024). Socio-economic barriers to sustainable consumption in developing nations. *Journal of Sustainable Development*, 12(1), 45-62.
- Apak, Ö. Ç., & Gürbüz, A. K. (2023). *The effect of local food consumption of domestic tourists on sustainable tourism*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 71, 103192. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.103192>
- Cakir, F. S., & Zagrali Cakir, A. (2024). *The role of sensory motivation and destination image in local food consumption of domestic tourists*. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 16(3), 263–277. <https://doi.org/10.1108/WHATTT-04-2024-0090>.
- Chen, H., & Rodriguez, M. (2023). Comparative analysis of sustainable consumption patterns: Developed versus developing nations. *International Journal of Consumer Studies*, 47(3), 289-306.
- Creswell, J. W., & Miller, D. L. (2000). Determining validity in qualitative inquiry. *Theory into Practice*, 39(3), 124-130.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Geiger, S. M., Fischer, D., & Schrader, U. (2017). *Measuring what matters in sustainable consumption: An integrative framework for the selection of relevant behaviors*. *Sustainable Development*, 25(6), 638–654. <https://doi.org/10.1002/sd.1688>
- Hidayat, A., Rahmanita, M., & Hermantoro, H. (2022). Perilaku wisatawan dan dampaknya terhadap keberlanjutan pariwisata di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 6(1), 1-15.

- Hu, T., Al Mamun, A., Reza, M. N. H., Wu, M., & Yang, Q. (2024). *Examining consumers' willingness to pay a premium price for organic food. Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1), 1–15. <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03789-6>
- Kim, Y. G., Eves, A., & Scarles, C. (2013). Empirical verification of a conceptual model of local food consumption at a tourist destination. *International Journal of Hospitality Management*, 33, 484–489. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2012.06.005>
- Kumar, R., & Ahmed, S. (2024). Integrating sustainability domains in consumer behavior analysis: Applications of the SCB-Cube model. *Sustainable Development Review*, 8(1), 12-28.
- Lee, M., & Wang, L. (2024). Cultural context in sustainable consumption: A cross-national study. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 55(1), 78-95.
- Rahma, A. A., Supriana, T., & Nasution, Z. (2023). Pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis masyarakat di Pulau Lombok: Analisis menggunakan pendekatan Teori Kubus. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, 23(1), 45-62.
- Rahman, A., & Ahmed, S. (2023). Waste management infrastructure: Comparing developed and developing economies. *Environmental Management Studies*, 32(2), 167-184.
- Rahman, M., & Wilson, K. (2023). SCB-Cube: A three-dimensional approach to analyzing sustainable consumption behavior. *Sustainability Studies Quarterly*, 31(4), 412-428.
- Sugiarto, E., Wirati, N. M., & Sulistyawati, A. S. (2020). Strategi keberlanjutan pariwisata di Bali: Sebuah analisis menggunakan Teori Kubus. *Jurnal Kajian Bali*, 10(2), 375-398.
- Wilson, M., & Park, S. (2022). Resource efficiency patterns in household consumption: A longitudinal study. *Energy Policy Journal*, 86, 234-251.
- Yoshida, T., & Brown, A. (2024). Informal recycling systems in developing nations: Understanding the hidden economy of reuse. *Waste Management Research*, 42(1), 89-104.