



MODEL KONSUMSI BERKELANJUTAN BERBASIS *BLOCKCHAIN* DAN *LOCAL WISDOM*: STUDI PADA GENERASI *DIGITAL NATIVE* DI KOTA DENPASAR

¹I Wayan Adi Wikantara, ²Kadek Bagus Candra Diputra, ³I Made Wahyu Surya Pranata
^{1,2,3} Sekolah Tinggi Bisnis Runata
Email: iwayanadiwikantara@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of Digital Literacy, Blockchain Marketing Transparency, and Local Wisdom Alignment on Sustainable Consumption Behavior among Generation Z in Denpasar. Using a quantitative causal-explanatory design, data were collected from 120 Gen Z respondents through purposive sampling. Multiple linear regression analysis was employed to test the hypotheses. The results indicate that Digital Literacy and Local Wisdom Alignment significantly and positively affect sustainable consumption behavior. Local Wisdom Alignment emerged as the most dominant predictor (Beta 0.629), highlighting the profound influence of the Tri Hita Karana philosophy on the younger generation's moral compass. Interestingly, Blockchain Marketing Transparency was found to have a positive but non-significant effect, suggesting that blockchain infrastructure is not yet a primary decision-making factor in the local retail ecosystem. Collectively, these variables explain 71.7% of the variance in sustainable consumption behavior. The findings suggest that for the digital native demographic in Bali, integrating cultural values with digital proficiency is more effective in fostering ethical consumption than relying solely on high-tech transparency mechanisms. This research provides strategic implications for businesses to balance technological innovation with indigenous wisdom.

Keyword: *Blockchain, Local Wisdom, Sustainable Consumption, Generation Z, Digital Literacy*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Literasi Digital, Transparansi Pemasaran Blockchain, dan Keselarasan Kearifan Lokal terhadap Perilaku Konsumsi Berkelanjutan pada Generasi Z di Kota Denpasar. Menggunakan desain kuantitatif kausal-eksplanatori, data dikumpulkan dari 120 responden melalui teknik

purposive sampling. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Literasi Digital dan Keselarasan Kearifan Lokal berpengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku konsumsi berkelanjutan. Keselarasan Kearifan Lokal muncul sebagai prediktor paling dominan (Beta 0,629), mencerminkan pengaruh kuat filosofi Tri Hita Karana terhadap kompas moral generasi muda. Namun, Transparansi Pemasaran Blockchain ditemukan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan, menunjukkan bahwa implementasi infrastruktur blockchain belum menjadi faktor utama pengambilan keputusan dalam ekosistem ritel lokal saat ini. Secara kolektif, variabel-variabel tersebut menjelaskan 71,7% variasi dalam perilaku konsumsi berkelanjutan. Penelitian ini menyarankan bahwa bagi demografi digital native di Bali, mengintegrasikan nilai-nilai budaya dengan kecakapan digital lebih efektif dalam mendorong konsumsi etis daripada hanya mengandalkan mekanisme transparansi teknologi tinggi. Riset ini memberikan implikasi strategis bagi pelaku usaha untuk menyeimbangkan inovasi teknologi dengan kearifan lokal.

Kata Kunci: *Blockchain*, Kearifan Lokal, Konsumsi Berkelanjutan, Generasi Z, Literasi Digital

PENDAHULUAN

Fenomena krisis iklim global telah menggeser paradigma konsumsi dari sekadar aktivitas ekonomi menjadi tindakan yang sarat nilai etis dan politis. Dalam konteks ini, Generasi Z yang kini mulai mendominasi populasi produktif di Kota Denpasar muncul sebagai kelompok dengan tingkat kesadaran ekologis yang relatif tinggi. Namun, realitas empiris menunjukkan adanya paradoks yang signifikan. Di satu sisi, Gen Z memiliki niat kuat untuk mendukung produk berkelanjutan, tetapi di sisi lain mereka menunjukkan tingkat skeptisisme yang tinggi terhadap klaim keberlanjutan yang disampaikan oleh pelaku usaha. Fenomena ini dikenal sebagai “*Generation Skeptic*”, yang dipicu oleh maraknya praktik *greenwashing* dalam strategi pemasaran modern (Chen & Yan, 2024).

Kondisi ini semakin kompleks di Kota Denpasar yang merupakan representasi wajah pariwisata budaya Bali. Label seperti “*eco-friendly*” atau “produk lokal berkelanjutan” sering digunakan sebagai alat pemasaran tanpa didukung oleh transparansi yang memadai terkait proses produksi maupun rantai pasok. Akibatnya, terjadi krisis kepercayaan konsumen, di mana metode pemasaran konvensional gagal menyediakan bukti empiris yang kredibel atas klaim keberlanjutan. Permasalahan ini diperkuat oleh adanya *Intention Behavior Gap*, yaitu kesenjangan antara niat konsumen untuk bertindak ramah lingkungan dengan perilaku aktual mereka yang masih

dipengaruhi oleh ketidakpastian informasi (Hasan & Rahman, 2024). Dengan kata lain, niat konsumsi berkelanjutan tidak secara otomatis terkonversi menjadi keputusan pembelian nyata.

Masalah ini juga berkaitan dengan fenomena krisis autentisitas digital dan komodifikasi budaya. Produk-produk yang mengusung identitas lokal Bali, seperti kerajinan tradisional atau produk berbasis nilai adat, seringkali dipasarkan tanpa sistem verifikasi yang jelas, sehingga rentan terhadap eksploitasi simbol budaya demi kepentingan ekonomi jangka pendek (Savitri et al., 2025). Jika kondisi ini terus berlanjut, maka tidak hanya kepercayaan konsumen yang tergerus, tetapi juga integritas nilai budaya lokal yang menjadi fondasi utama keberlanjutan di Bali.

Perkembangan teknologi menawarkan alternatif solusi melalui konsep *Blockchain Marketing Transparency*. Blockchain berfungsi sebagai infrastruktur kepercayaan (*trust infrastructure*) yang memungkinkan pencatatan data secara *immutable* dan transparan (Kshetri, 2023; Al-Khowarizmi & Gupta, 2024). Melalui teknologi ini, setiap tahapan dalam rantai pasok mulai dari sumber bahan baku, proses produksi, hingga distribusi dapat dilacak dan diverifikasi secara real-time. Dengan demikian, klaim keberlanjutan tidak lagi bergantung pada narasi pemasaran, melainkan pada data yang dapat diuji validitasnya. Urgensi penerapan teknologi ini di Denpasar menjadi semakin tinggi mengingat kota ini sedang bergerak menuju konsep *smart city* berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata berkelanjutan (Park et al., 2024).

Efektivitas blockchain sebagai solusi tidak dapat dilepaskan dari faktor *Digital Literacy*. Meskipun Generasi Z sering dikategorikan sebagai digital natives, penelitian menunjukkan bahwa tingkat literasi digital mereka masih belum merata, khususnya dalam memahami teknologi kompleks seperti blockchain dan smart contracts (Jones & Smith, 2025; O'Neil & Zhang, 2025). Terdapat kesenjangan pengetahuan (*knowledge gap*) antara akses teknologi dan kemampuan untuk menginterpretasikan informasi digital secara kritis (OECD, 2023). Kondisi ini berpotensi menghambat adopsi teknologi blockchain, karena transparansi yang ditawarkan tidak akan efektif jika konsumen tidak mampu memahami atau mempercayai data yang tersedia. Oleh karena itu, literasi digital menjadi variabel kunci dalam menentukan keberhasilan transformasi menuju konsumsi berkelanjutan berbasis teknologi.

Kota Denpasar memiliki keunikan yang tidak dimiliki oleh banyak kota lain, yaitu keberadaan nilai *Local Wisdom* yang kuat melalui filosofi Tri Hita Karana. Konsep ini menekankan keseimbangan antara hubungan manusia dengan Tuhan, sesama manusia, dan alam,

yang secara konseptual sejalan dengan prinsip keberlanjutan modern (Suardana, 2024). Namun, tantangan yang muncul adalah adanya dikotomi antara modernisasi teknologi dan pelestarian budaya, di mana teknologi sering dianggap sebagai ancaman terhadap nilai adat. Padahal, terdapat peluang strategis untuk mengintegrasikan keduanya melalui konsep *Local Wisdom Alignment*, yaitu penyelarasan antara teknologi blockchain dengan nilai-nilai lokal guna menciptakan sistem konsumsi yang tidak hanya berkelanjutan secara lingkungan, tetapi juga etis secara sosial dan budaya (Putra et al., 2025; Gede et al., 2025).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi untuk menguji pengaruh masing-masing variabel terhadap perilaku konsumsi berkelanjutan. Hasil penelitian diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan literatur pemasaran berkelanjutan, tetapi juga memberikan implikasi praktis bagi pelaku usaha, pembuat kebijakan, dan komunitas adat dalam merancang ekosistem konsumsi yang transparan, berkelanjutan, dan berakar pada nilai budaya lokal. Lebih jauh, jika model ini terbukti efektif, Denpasar berpotensi menjadi prototipe global dalam integrasi teknologi blockchain dan kearifan lokal sebagai fondasi perilaku konsumsi masa depan (Wong & Miller, 2026; Tan & Lee, 2026).

TINJAUAN PUSTAKA

1) *Sustainable Consumption Behavior* (Perilaku Konsumsi Berkelanjutan)

Perilaku konsumsi berkelanjutan didefinisikan sebagai tindakan penggunaan barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan dasar sambil meminimalkan penggunaan sumber daya alam, bahan beracun, serta emisi limbah selama siklus hidup produk (Hasan & Rahman, 2024). Pada kelompok Generasi Z, perilaku ini bukan sekadar aktivitas ekonomi, melainkan bentuk ekspresi identitas dan tanggung jawab moral terhadap masa depan (Dabija et al., 2018). Menurut Theory of Planned Behavior (TPB), perilaku ini didorong oleh niat yang dibentuk oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku, yang di era digital kini sangat dipengaruhi oleh ketersediaan data transparan mengenai dampak lingkungan produk tersebut (Wong & Miller, 2026).

2) *Digital Literacy* (Literasi Digital)

Literasi digital dalam konteks konsumsi modern telah berevolusi dari sekadar kemampuan teknis menjadi kompetensi kognitif kritis untuk mengevaluasi, mengelola, dan memverifikasi informasi di ruang siber (Ng, 2012). Bagi digital natives, literasi digital mencakup kemampuan

untuk memahami bagaimana data dikelola dan bagaimana algoritma pemasaran bekerja. Literasi digital yang tinggi memungkinkan konsumen untuk mendeteksi praktik greenwashing dan lebih selektif dalam memilih produk yang memiliki bukti keberlanjutan digital yang sah (O'Neil & Zhang, 2025). Tanpa literasi digital yang memadai, teknologi transparansi seperti blockchain akan sulit diadopsi sebagai basis pengambilan keputusan oleh konsumen (Jones & Smith, 2025).

3) *Blockchain Marketing Transparency (Transparansi Pemasaran Blockchain)*

Blockchain adalah teknologi buku besar terdistribusi yang menawarkan fitur immutability (data tidak dapat diubah) dan traceability (ketertelusuran) (Kshetri, 2023). Dalam pemasaran, transparansi *blockchain* bertindak sebagai "infrastruktur kepercayaan" yang memungkinkan konsumen melacak perjalanan produk dari sumber bahan baku, proses produksi, hingga distribusi (Al-Khowarizmi & Gupta, 2024). Penggunaan smart contracts dalam blockchain memastikan bahwa setiap klaim etis dan keberlanjutan merek didukung oleh data historis yang akurat, sehingga mengurangi asimetri informasi antara produsen dan konsumen (Park et al., 2024). Bagi Gen Z, transparansi teknis ini merupakan prasyarat utama untuk membangun loyalitas terhadap merek di tengah krisis kepercayaan digital (Savitri et al., 2025).

4) *Local Wisdom Alignment (Keselarasan Kearifan Lokal - Adat Bali)*

Kearifan lokal di Bali berakar pada filosofi Tri Hita Karana, yang menekankan harmoni antara manusia dengan Tuhan (Parhyangan), sesama manusia (Pawongan), dan alam lingkungan (Palemahan) (Suardana, 2024). Keselarasan kearifan lokal dalam pemasaran berkelanjutan berarti produk atau layanan yang ditawarkan harus menghormati norma-norma adat dan berkontribusi pada pelestarian nilai budaya lokal. Di Kota Denpasar, integrasi nilai adat dalam ekonomi digital sering disebut sebagai "Digitalized Adat," di mana teknologi digunakan untuk melindungi kekayaan intelektual komunal dan mendukung ekonomi kerakyatan melalui Desa Adat (Gede et al., 2025). Produk yang selaras dengan nilai kearifan lokal cenderung mendapatkan legitimasi sosial yang lebih kuat di mata masyarakat Bali (Putra et al., 2025).

5) *Pengembangan Hipotesis (Kerangka Konseptual)*

Berdasarkan tinjauan literatur di atas, hubungan antar variabel dalam model regresi ini dirumuskan sebagai berikut:

H₁: *Digital Literacy* berpengaruh positif terhadap *Sustainable Consumption Behavior*.

Konsumen dengan literasi digital yang lebih baik memiliki kemampuan lebih tinggi untuk

memahami isu keberlanjutan dan mengevaluasi kebenaran informasi produk (Wulandari & Thompson, 2026).

H2: *Blockchain Marketing Transparency* berpengaruh positif terhadap *Sustainable Consumption Behavior*.

Adanya transparansi data melalui blockchain meningkatkan kepercayaan konsumen, yang secara langsung mendorong niat dan tindakan konsumsi yang berkelanjutan (Park et al., 2024).

H3: *Local Wisdom Alignment* berpengaruh positif terhadap *Sustainable Consumption Behavior*.

Semakin selaras sebuah produk dengan nilai-nilai adat Bali (Tri Hita Karana), semakin tinggi dorongan moral bagi Gen Z di Denpasar untuk mengadopsi perilaku konsumsi tersebut sebagai bentuk pelestarian identitas (Suardana, 2024).

H4: Literasi Digital, Transparansi Pemasaran *Blockchain*, dan Keselarasan Kearifan Lokal berpengaruh secara simultan terhadap *Sustainable Consumption Behavior*.

Integrasi antara kecakapan teknologi individu, sistem transparansi informasi berbasis blockchain, dan penguatan nilai-nilai budaya lokal secara kolektif menciptakan ekosistem yang kuat dalam menggerakkan niat serta tindakan nyata Generasi Z di Denpasar untuk mengadopsi pola konsumsi yang berkelanjutan (Wong & Miller, 2026)..

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausal-eksplanatori. Tujuannya adalah untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh Literasi Digital (X_1), Transparansi Pemasaran *Blockchain* (X_2), dan Keselarasan Kearifan Lokal (X_3) terhadap Perilaku Konsumsi Berkelanjutan (Y). Data dikumpulkan secara *cross-sectional* melalui survei daring dan luring (Hair et al., 2021). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Generasi Z (kelahiran 1997–2012) yang berdomisili di Kota Denpasar. Teknik *Sampling: Purposive Sampling* dengan kriteria responden: (1) Berusia 14–29 tahun, (2) Berdomisili di Denpasar, dan (3) Pernah melakukan transaksi produk kreatif atau menggunakan platform digital berbasis keberlanjutan. Sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan minimal yaitu 10 kali jumlah indikator (10 x 12 indikator). Secara matematis, maka jumlah sampel = $5 \times 15 = 120$ responden

Tabel 1
Definisi Operasional Variabel

| Variabel | Definisi Operasional | Indikator Utama |
|--|--|---|
| <i>Digital Literacy</i> (X ₁) | Kemampuan kognitif dan teknis dalam mengelola informasi digital secara kritis (Ng, 2012). | 1. Kemampuan memverifikasi data. 2. Kesadaran privasi digital. 3. Kecakapan teknis platform. |
| <i>Blockchain Transparency</i> (X ₂) | Persepsi terhadap keterbukaan dan keamanan data rantai pasok yang tervalidasi teknologi <i>blockchain</i> (Kshetri, 2023). | 1. Kemudahan melacak asal produk (<i>Traceability</i>). 2. Kepercayaan pada integritas data. 3. Transparansi nilai etis merek. |
| <i>Local Wisdom Alignment</i> (X ₃) | Sejauh mana produk selaras dengan filosofi Tri Hita Karana dan norma adat Bali (Suardana, 2024). | 1. Nilai keharmonisan alam (<i>Palemahan</i>). 2. Keberpihakan pada masyarakat lokal (<i>Pawongan</i>). 3. Kebanggaan identitas budaya. |
| <i>Sustainable Consumption</i> (Y) | Tindakan nyata dalam memilih produk yang ramah lingkungan dan etis (Hasan & Rahman, 2024). | 1. Minat beli produk berkelanjutan. 2. Kesiediaan membayar lebih (<i>Willingness to pay</i>). 3. Loyalitas pada merek hijau. |

Instrumen utama penelitian adalah kuesioner terstruktur yang disebarakan melalui *Google Forms* dan kunjungan lapangan di titik kumpul Gen Z di Denpasar. Pernyataan diukur menggunakan Skala Likert 5 poin (1: Sangat Tidak Setuju; 5: Sangat Setuju).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 2
Karakteristik Responden

| No | Karakteristik | Klasifikasi | Jumlah Responden (orang) | Persentase Responden (persen) |
|---------------|------------------|-------------|--------------------------|-------------------------------|
| 1 | Jenis Kelamin | Laki-laki | 67 | 55,83 |
| | | Perempuan | 53 | 44,17 |
| Jumlah | | | 120 | 100 |
| 2 | Usia | 15-19 Tahun | 19 | 15,83 |
| | | 20-24 Tahun | 68 | 56,83 |
| | | 24-29 Tahun | 33 | 56,83 |
| Jumlah | | | 120 | 100 |
| 3 | Pengalaman Kerja | SMA/SMK | 37 | 30,83 |
| | | Diploma | 0 | 0 |
| | | S1 | 79 | 65,83 |
| | | S2 | 4 | 3,33 |
| Jumlah | | | 120 | 100 |

Sumber : data diolah, 2026

Karakteristik 120 responden dalam penelitian ini didominasi oleh kelompok laki-laki (55,83%) dengan mayoritas berada pada rentang usia produktif 20-24 tahun (56,67%), yang merepresentasikan profil utama Generasi Z di Kota Denpasar sebagai kelompok dengan tingkat adaptasi teknologi paling dinamis. Dengan latar belakang pendidikan yang didominasi oleh lulusan Sarjana/S1 (65,83%), profil ini menunjukkan kapasitas kognitif dan literasi digital yang mumpuni untuk memahami mekanisme kompleks teknologi *blockchain* sebagai instrumen transparansi dalam pemasaran modern. Kombinasi antara kematangan akademik dan usia yang aktif dalam struktur sosial-budaya di Bali ini memberikan landasan validitas yang kuat, di mana responden tidak hanya memiliki kecenderungan kritis terhadap verifikasi data digital, tetapi juga tetap memegang teguh nilai-nilai kearifan lokal (Adat Bali) sebagai kompas moral dalam menentukan perilaku konsumsi yang berkelanjutan.

Tabel 3
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

| Model | Unstandardized | | Standardized | | t | Sig. |
|-------|---|------------|--------------|------|--------|------|
| | Coefficients | | Coefficients | | | |
| | B | Std. Error | Beta | | | |
| 1 | (Constant) | 5.207 | 1.183 | | 4.401 | .000 |
| | Literasi digital | .381 | .083 | .277 | 4.604 | .000 |
| | Transparansi Pemasaran <i>Blockchain</i> | .074 | .108 | .050 | .689 | .492 |
| | Keselarasan Kearifan Lokal | .839 | .080 | .629 | 10.542 | .000 |

Sumber : data diolah, 2026

$$Y = 5.207 + 0.381X_1 + 0.074X_2 + 0.839X_3 + e$$

Berdasarkan uji t secara parsial, ditemukan temuan yang kontras di mana Literasi Digital dan Keselarasan Kearifan Lokal terbukti berpengaruh signifikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Namun, variabel Transparansi Pemasaran Blockchain justru menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,492, yang berarti variabel tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi berkelanjutan responden dalam model ini. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun teknologi blockchain menawarkan solusi transparansi masa depan, saat ini ia belum menjadi faktor penentu bagi Gen Z di Denpasar dalam mengambil keputusan pembelian, kemungkinan disebabkan oleh masih terbatasnya platform *blockchain* yang dapat diakses secara

praktis di pasar lokal.

Variabel Keselarasan Kearifan Lokal muncul sebagai prediktor yang paling dominan dalam penelitian ini dengan nilai *Standardized Coefficients (Beta)* sebesar 0,629, jauh melampaui Literasi Digital yang memiliki nilai Beta 0,277. Dominansi kearifan lokal ini menegaskan bahwa identitas budaya Bali dan filosofi seperti Tri Hita Karana masih menjadi motivasi utama yang jauh lebih kuat bagi Generasi Z di Kota Denpasar dibandingkan kecanggihan teknologi modern. Secara strategis, hasil ini menunjukkan bahwa pendekatan pemasaran berkelanjutan yang paling efektif bagi anak muda di Bali adalah dengan mengedepankan narasi nilai budaya lokal yang dipadukan dengan kemudahan literasi digital dasar, daripada hanya mengandalkan transparansi teknologi tingkat tinggi.

Tabel 4
Hasil Uji Normalitas

| | | <i>Unstandardized Residual</i> |
|--|-----------------------|--------------------------------|
| <i>N</i> | | 120 |
| <i>Normal Parameters^{a,b}</i> | <i>Mean</i> | .0000000 |
| | <i>Std. Deviation</i> | 1.12859758 |
| <i>Most Extreme Differences</i> | <i>Absolute</i> | .086 |
| | <i>Positive</i> | .046 |
| | <i>Negative</i> | -.086 |
| <i>Kolmogorov-Smirnov Z</i> | | 1.055 |
| <i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i> | | .215 |

Sumber : data diolah, 2026

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4 didapat nilai signifikansi sebesar 0,215 yang lebih besar dari 0,05. Oleh karena nilai signifikansi *uji Kolmogorov-Smirnov* lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi tersebut berdistribusi normal.

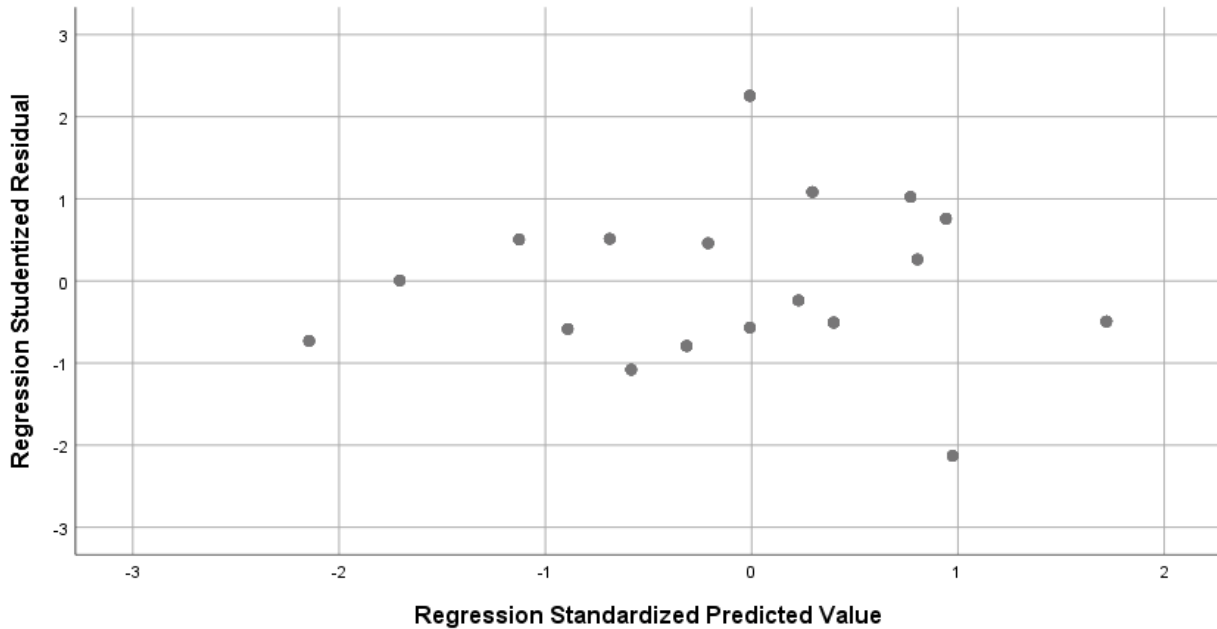
Tabel 5.
Hasil Uji Multikoleniaritas

| Variabel | Tolerance | VIF | Keterangan |
|-----------------------------------|------------------|------------|-------------------|
| Literasi digital | 0,501 | 1,995 | Bebas multikol |
| Transparansi Pemasaran Blockchain | 0,348 | 2,876 | Bebas multikol |
| Keselarasn Kearifan Lokal | 0,509 | 1,964 | Bebas multikol |

Sumber : data diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 5 dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* dan VIF dari seluruh variabel tersebut menunjukkan bahwa nilai *tolerance* untuk setiap variabel lebih besar dari 10% dan nilai VIF lebih kecil dari 10 yang berarti model persamaan regresi bebas dari multikolinearitas.

Tabel 6
Hasil uji Heteroskedastisitas



Sumber : data diolah, 2026

Pada Tabel 6 dapat dilihat bahwa tidak ada pola yang jelas seperti bergelombang, melebar kemudian menyempit pada table scatterplots, serta titik titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 yang berarti tidak terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap absolute residual. Dengan demikian, model yang dibuat tidak mengandung gejala heteroskedastisitas.

Tabel 7
Hasil uji koefisien determinasi (R²)

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .847 ^a | .717 | .712 | 1.142409 |

Sumber : data diolah, 2026

Nilai R Square (R^2) sebesar 0,717 menunjukkan bahwa koefisien determinasi dalam penelitian ini berada pada kategori yang kuat. Angka tersebut menginterpretasikan bahwa sebesar 71,7% variasi dalam variabel Perilaku Konsumsi Berkelanjutan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam model ini. Sejalan dengan itu, nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,712 memberikan estimasi yang lebih konservatif namun tetap menunjukkan konsistensi pengaruh yang tinggi, yakni sebesar 71,2%, yang berarti model penelitian ini memiliki tingkat akurasi yang baik dalam memprediksi perilaku konsumsi pada populasi Generasi Z. Sisanya sebesar 28,3% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian ini, seperti faktor harga, kualitas produk, pengaruh sosial lingkungan, atau kebijakan pemerintah terkait keberlanjutan. Secara keseluruhan, nilai determinasi yang mencapai lebih dari 70% ini memberikan sinyal kuat bagi para pelaku usaha di Kota Denpasar bahwa strategi pemasaran yang mengintegrasikan literasi digital, transparansi teknologi, dan kearifan lokal adalah instrumen yang sangat efektif untuk memengaruhi keputusan konsumsi generasi muda saat ini.

Tabel 8
Hasil Uji F

| Model | | <i>Sum of Squares</i> | <i>df</i> | <i>Mean Square</i> | <i>F</i> | <i>Sig.</i> |
|-------|-------------------|-----------------------|-----------|--------------------|----------|-------------------|
| 1 | <i>Regression</i> | 802.728 | 3 | 267.576 | 131.939 | .000 ^a |
| | <i>Residual</i> | 316.372 | 156 | 2.028 | | |
| | <i>Total</i> | 1119.100 | 159 | | | |

Sumber : data diolah, 2026

Hasil Uji F pada Tabel 8 menunjukkan nilai F-hitung sebesar 131,939 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena nilai signifikansi jauh lebih kecil dari taraf nyata yang ditentukan ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel Literasi Digital (X^1), Transparansi Pemasaran *Blockchain* (X^2), dan Keselarasan Kearifan Lokal (X^3) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumsi Berkelanjutan (Y) pada Generasi Z di Kota Denpasar. Statistik ini menegaskan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah "fit" atau layak untuk memprediksi variabel dependen. Besarnya nilai F-hitung yang sangat signifikan mengindikasikan bahwa perpaduan antara kapasitas personal konsumen, transparansi teknologi informasi, dan kepatuhan terhadap nilai-nilai budaya

merupakan satu kesatuan faktor yang secara kuat mampu menggerakkan perubahan pola konsumsi ke arah yang lebih berkelanjutan. Secara strategis, temuan ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi berkelanjutan tidak dapat dipicu oleh satu faktor saja secara terpisah. Keberhasilan dalam mendorong Gen Z di Denpasar untuk mengadopsi gaya hidup berkelanjutan membutuhkan sinergi antara aspek "*high-tech*" berupa sistem blockchain dan literasi digital, dengan aspek "*high-touch*" berupa kearifan lokal Bali. Ketika ketiga elemen ini diintegrasikan ke dalam strategi pemasaran, mereka menciptakan dampak kolektif yang sangat kuat dalam memengaruhi keputusan etis generasi muda.

1) Pengujian Hipotesis Pertama (H₁): Pengaruh Literasi Digital terhadap Perilaku Konsumsi Berkelanjutan

Berdasarkan hasil uji t, variabel Literasi Digital memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan koefisien regresi positif sebesar 0,381. Temuan ini menunjukkan bahwa H₁ diterima, yang berarti Literasi Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumsi Berkelanjutan Generasi Z di Kota Denpasar. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kecakapan digital dan kemampuan kritis responden dalam mengelola informasi di ruang siber, semakin tinggi pula kesadaran mereka untuk mengadopsi pola konsumsi yang ramah lingkungan. Bagi digital natives di Denpasar, literasi digital menjadi fondasi utama untuk memverifikasi klaim keberlanjutan sebuah produk di tengah maraknya fenomena *greenwashing*.

2) Pengujian Hipotesis Kedua (H₂): Pengaruh Transparansi Pemasaran Blockchain terhadap Perilaku Konsumsi Berkelanjutan

Temuan unik muncul pada variabel Transparansi Pemasaran Blockchain (X₂) yang menunjukkan pengaruh positif namun tidak signifikan (Sig. 0,492 > 0,05). Meskipun secara teori blockchain menawarkan transparansi mutlak, bagi responden di Denpasar saat ini, teknologi tersebut belum menjadi faktor penentu keputusan belanja. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh belum masifnya implementasi blockchain dalam ekosistem ritel lokal, sehingga manfaatnya belum dirasakan secara praktis. Responden tampaknya lebih memprioritaskan "kejujuran budaya" yang terlihat secara fisik dibandingkan "transparansi digital" yang masih dianggap terlalu teknis dan abstrak dalam aktivitas ekonomi sehari-hari.

3) Pengujian Hipotesis Ketiga (H₃): Pengaruh Keselarasan Kearifan Lokal terhadap Perilaku Konsumsi Berkelanjutan

Pengujian hipotesis ketiga menghasilkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan koefisien Beta terbesar yakni 0,629. Hasil ini menyatakan bahwa H₃ diterima, sekaligus menetapkan Keselarasan Kearifan Lokal sebagai variabel yang paling dominan dalam memengaruhi Perilaku Konsumsi Berkelanjutan. Hal ini membuktikan bahwa nilai-nilai adat Bali, seperti filosofi Tri Hita Karana, memiliki kekuatan pengaruh yang jauh lebih besar dibandingkan faktor teknologi bagi Gen Z di Denpasar. Responden cenderung lebih setia dan termotivasi untuk membeli produk yang selaras dengan nilai-nilai pelestarian alam dan harmoni sosial khas Bali, yang menunjukkan bahwa identitas kultural tetap menjadi kompas moral utama dalam berperilaku etis di era digital.

4) Pengujian Hipotesis Keempat (H₄): Pengaruh Simultan dan Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil Uji F, diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, yang berarti secara simultan Literasi Digital, Transparansi Blockchain, dan Kearifan Lokal berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumsi Berkelanjutan (H₄ diterima). Model ini memiliki nilai R Square sebesar 0,717, yang menunjukkan bahwa ketiga variabel independen tersebut mampu menjelaskan variasi perilaku konsumsi berkelanjutan sebesar 71,7%, sedangkan sisanya sebesar 28,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Secara keseluruhan, pembahasan ini menegaskan bahwa strategi untuk mendorong konsumsi berkelanjutan di Kota Denpasar akan sangat efektif jika mengintegrasikan kecakapan digital dengan narasi kearifan lokal Bali yang kuat sebagai penggerak utamanya.

Keterbatasan Penelitian

Meskipun penelitian ini memberikan kontribusi penting terhadap pemahaman perilaku konsumsi berkelanjutan Gen Z, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan:

1) Ruang Lingkup Geografis yang Terbatas

Penelitian ini hanya berfokus pada Kota Denpasar yang merupakan wilayah urban dengan tingkat akses teknologi yang sangat tinggi. Oleh karena itu, hasil penelitian ini mungkin tidak dapat digeneralisasikan untuk wilayah pedesaan di Bali (rural areas) yang mungkin memiliki tingkat literasi digital dan pola interaksi adat yang berbeda.

2) Ukuran Sampel

Meskipun jumlah 120 responden sudah memenuhi kriteria minimal untuk analisis regresi linear berganda, ukuran sampel ini masih tergolong kecil untuk memotret keragaman perilaku seluruh Generasi Z di Bali yang sangat luas. Sampel yang lebih besar di masa depan mungkin dapat memberikan gambaran yang lebih presisi, terutama terkait variabel teknologi.

3) Fase Adopsi Teknologi Blockchain

Variabel Transparansi Pemasaran Blockchain ditemukan tidak signifikan dalam penelitian ini. Hal ini menjadi keterbatasan karena saat penelitian dilakukan, ekosistem aplikasi blockchain untuk konsumen ritel di Denpasar mungkin masih dalam tahap awal (*early stage*). Kurangnya pengalaman langsung responden dalam menggunakan platform blockchain secara praktis memengaruhi persepsi mereka terhadap variabel ini.

4) Sifat Penelitian Cross-Sectional

Data diambil pada satu titik waktu tertentu (*snapshot*). Karena tren teknologi (*Blockchain*) dan perilaku Gen Z sangat dinamis dan berubah cepat, penelitian ini tidak dapat melihat perubahan perilaku dalam jangka panjang sebagaimana yang bisa dilakukan melalui penelitian longitudinal.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat ditarik beberapa simpulan utama sebagai berikut:

- 1) Literasi Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumsi Berkelanjutan Generasi Z di Kota Denpasar. Hal ini menunjukkan bahwa kecakapan digital menjadi modal dasar bagi konsumen muda untuk mengakses dan menyaring informasi pemasaran yang kredibel.
- 2) Transparansi Pemasaran *Blockchain* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Perilaku Konsumsi Berkelanjutan. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun teknologi *blockchain* menawarkan potensi transparansi yang besar, namun pada saat

penelitian dilakukan, teknologi ini belum menjadi faktor penentu keputusan konsumsi bagi Gen Z di Denpasar.

- 3) Keselarasan Kearifan Lokal berpengaruh positif dan signifikan, serta menjadi variabel yang paling dominan dalam memengaruhi Perilaku Konsumsi Berkelanjutan. Nilai-nilai budaya Bali (seperti filosofi Tri Hita Karana) terbukti memiliki daya ikat emosional dan moral yang lebih kuat dibandingkan faktor teknologi dalam mendorong niat konsumsi etis.
- 4) Secara simultan, Literasi Digital, Transparansi Blockchain, dan Keselarasan Kearifan Lokal berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumsi Berkelanjutan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 71,7%. Hal ini menunjukkan model penelitian ini sangat layak dalam menjelaskan perilaku konsumen digital di wilayah urban Bali.

Saran

Berdasarkan simpulan di atas, peneliti mengajukan beberapa saran strategis yang dapat dipertimbangkan oleh berbagai pihak:

1) Saran Praktis (Bagi Pelaku Usaha & Pemerintah)

Bagi UMKM dan Pelaku Industri Kreatif di Denpasar, disarankan untuk tidak hanya mengandalkan label "ramah lingkungan" secara umum, tetapi harus mampu mengemas narasi produk yang selaras dengan nilai Adat Bali. Mengingat kearifan lokal adalah pendorong utama, pengusaha sebaiknya menonjolkan bagaimana produk mereka berkontribusi pada keseimbangan alam (*Palemahan*) dan pemberdayaan masyarakat lokal (*Pawongan*).

Bagi Pemerintah Kota Denpasar, diperlukan sosialisasi dan edukasi lebih lanjut mengenai manfaat praktis teknologi digital masa depan seperti *Blockchain*. Pemerintah dapat memfasilitasi "Digitalisasi Tradisi" dengan mendukung sertifikasi produk adat berbasis digital yang mudah dipahami dan diakses oleh generasi muda.

2) Saran Akademis (Bagi Peneliti Selanjutnya)

Eksplorasi Variabel Moderasi, mengingat variabel Blockchain ditemukan tidak signifikan, peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel Kesiapan Teknologi (*Technology Readiness*) atau Kepercayaan pada Inovasi sebagai variabel moderasi untuk melihat apakah efektivitas *blockchain* bergantung pada kesiapan infrastruktur di pasar.

Perluasan Jangkauan Sampel, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan wilayah ke daerah pedesaan di Bali atau menggunakan metode Kualitatif (Wawancara Mendalam) untuk menggali lebih dalam alasan psikologis di balik rendahnya pengaruh teknologi blockchain terhadap perilaku konsumsi Gen Z.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Khowarizmi, M., & Gupta, P. (2024). Blockchain as a Trust Infrastructure: Reconfiguring sustainable supply chains in emerging markets. *Technology in Society*.
- Chen, L., & Yan, Z. (2024). The Greenwashing Paradox: Why Generation Z remains skeptical of sustainable branding in Southeast Asia. *Journal of Consumer Ethics*.
- Dabija, D. C., Bejan, B. M., & Grant, D. B. (2018). The Impact of Consumer Ethnocentrism and Consumer Resentment on Purchase Intentions. *Sustainability*.
- Gede, I. B., dkk. (2025). Protecting Intellectual Property of Balinese Crafts: A blockchain-based cultural preservation model. *Journal of Cultural Heritage Management*.
- Hair, J. F., Page, M., & Brunsveld, N. (2021). *Essentials of Business Research Methods*. Routledge.
- Hasan, M., & Rahman, S. (2024). Closing the Gap: Digital solutions for the intention-behavior paradox in sustainable consumption. *Global Environmental Change*.
- Jones, R., & Smith, A. (2025). Digital Literacy 2.0: Navigating blockchain-based information in urban environments. *International Journal of Information Management*.
- Kshetri, N. (2023). Blockchain's roles in meeting the Sustainable Development Goals. *Communications of the ACM*.
- Ng, W. (2012). Can we teach digital natives digital literacy? *Computers & Education*.
- OECD. (2023). *The Digital Generation: Bridging the gap between access and critical literacy*. OECD Publishing.
- O'Neil, K., & Zhang, L. (2025). Critical Digital Literacy among Gen Z: From social media consumption to blockchain verification. *Computers in Human Behavior*.
- Park, H., Kim, S., & Lee, J. (2024). Transparent Supply Chains: How blockchain builds trust in eco-conscious consumers. *Sustainability Technology Review*.
- Putra, I. M., dkk. (2025). Digitalizing Adat: Integrating Balinese traditional values into the circular

- economy. *Bali Studies in Social Sciences*.
- Savitri, D., dkk. (2025). The Fight Against Greenwashing: How transparency affects brand equity in the Balinese creative industry. *Journal of Business Research*.
- Suardana, I. W. (2024). *Tri Hita Karana in the Digital Age: A new framework for sustainable development in Bali*. Udayana University Press.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tan, Y., & Lee, C. (2026). Integrating Traditional Ecological Knowledge (TEK) with Blockchain for Sustainable Marketing. *Sustainability Science*.
- Wong, K., & Miller, T. (2026). The Future of Sustainable Marketing: Blockchain, local wisdom, and the Gen Z consumer behavior. *Journal of Strategic Marketing*.
- Wulandari, A., & Thompson, J. (2026). Digital Natives in Urban Bali: A regression analysis of tech-savviness on ethical purchase decisions. *Journal of International Consumer Marketing*.