



## **INTEGRASI NILAI-NILAI PANCASILA DALAM PERILAKU KONSUMTIF GENERASI MILENIAL**

**Mikhael Immanuel Yitel Mandagie, Darrel Benhanan**

**Devano Sibarani, Anggrio Shane Gerard**

Program Studi Sarjana Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Tarumanagara, Indonesia

### **Abstrak**

Perilaku konsumtif yang kian marak di kalangan generasi milenial adalah sebuah tantangan sosial yang tampaknya terus berulang dari satu generasi ke generasi berikutnya. Gaya hidup ini tidak hanya memengaruhi individu secara pribadi, tetapi juga berdampak pada kelompok dalam masyarakat, menciptakan pola konsumsi yang berlebihan dan cenderung mengabaikan prinsip pengelolaan sumber daya yang bijaksana. Dalam konteks ini, artikel ini berusaha menggali lebih dalam bagaimana nilai-nilai fundamental yang terkandung dalam Pancasila, khususnya kelima silanya, dapat diimplementasikan sebagai pedoman etis untuk mengurangi perilaku konsumtif. Setiap sila dari Pancasila menawarkan kerangka moral yang tidak hanya membentuk perilaku yang lebih bertanggung jawab secara individu, tetapi juga memperkuat solidaritas dan tanggung jawab sosial dalam komunitas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang mendalam, mengacu pada literatur dari berbagai buku dan jurnal ilmiah untuk menganalisis bagaimana nilai-nilai Pancasila dapat terintegrasi dalam kehidupan sehari-hari generasi milenial. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa nilai-nilai Pancasila, jika dihayati dan diterapkan secara konsisten, dapat mendorong perubahan perilaku yang signifikan menuju pola hidup yang lebih hemat dan penuh tanggung jawab. Pengaruh dari internalisasi nilai-nilai ini juga dapat mencegah generasi milenial terjerumus dalam siklus gaya hidup yang boros dan berlebihan, yang pada akhirnya dapat merugikan baik secara individual maupun sosial.

**Kata Kunci:** Nilai-Nilai Pancasila, Perilaku Konsumtif, Generasi Milenial.

## **PENDAHULUAN**

Generasi milenial yang lahir setelah tahun 1980 tumbuh dalam lingkungan sosial ekonomi yang ditandai dengan dinamika globalisasi dan perkembangan teknologi yang pesat (Kuswandoro, 2023). Keterbukaan terhadap arus informasi global dan kemudahan akses terhadap berbagai platform digital telah mengubah cara pandang, gaya hidup, dan perilaku konsumen generasi ini. Akibat dari fenomena ini adalah peningkatan perilaku konsumen yang ditandai dengan keinginan yang kuat terhadap suatu barang dan jasa, seringkali tanpa mempertimbangkan kebutuhan aktual atau konsekuensi jangka panjang. Hal ini dapat menimbulkan masalah serius tidak hanya bagi stabilitas keuangan individu tetapi juga bagi kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan (Pramudita, 2024).

Menurut teori konsumsi, pola konsumsi seseorang dapat berpengaruh dikarenakan adanya faktor internal dan eksternal seperti kebutuhan, keinginan, nilai-nilai yang dianut, dan lingkungan sosial budaya (Kotler et al., 2016). Dalam konteks ini, integrasi nilai Pancasila yang menjadi dasar negara Indonesia menjadi sangatlah penting (Azlina et al., 2021). Pancasila mempunyai lima dasar, dimana dapat memberikan landasan etika dan moral serta membantu generasi milenial mengembangkan kesadaran kritis untuk perilaku konsumen yang lebih bertanggung jawab dan bijaksana (Hanum, 2019). Maka dari itu, penerapan nilai-nilai Pancasila seharusnya dapat bisa menjadi solusi untuk mengatasi konsumerisme berlebihan generasi milenial.

## **METODE PENELITIAN**

Metode kualitatif adalah metode yang kami gunakan di dalam penelitian ini. Dimana artikel, jurnal dan berita menjadi sumber utama dalam penelitian

ini, khususnya informasi mengenai kelima sila Pancasila yang mempengaruhi perilaku konsumtif generasi milenial. Metode kualitatif digunakan guna mengoptimalkan permasalahan yang akan diteliti dan membentuk landasan dalam memberikan beragam argumentasi mengenai integrasi nilai-nilai pancasila dalam perilaku konsumtif generasi milenial. Generasi milenial saat ini sedang menghadapi tantangan globalisasi (Kuswandoro, 2023). Indonesia akan terus mengalami perubahan seiring berkembangnya teknologi yang tentunya akan terus berdampak pada masyarakat Indonesia secara keseluruhan. Perubahan berbagai aspek kehidupan seperti nilai, ideologi, keyakinan, norma, dan etika serta aspek tertentu dari sikap dan perilaku manusia.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Dampak Nilai Pancasila Terhadap Kehidupan Konsumen Generasi Milenial**

1.1. Sila Pertama: Nilai ini menekankan menegaskan tentang keimanan manusia terhadap Tuhan Yang Maha Esa. Dalam konteks perilaku konsumen, sila ini mengingatkan generasi milenial untuk selalu beretika dan bermoral dalam segala tindakan perilaku konsumen. Generasi milenial yang menjunjung tinggi sila ini akan cenderung memilih produk atau layanan yang tidak hanya memuaskan kebutuhan materi, akan tetapi tidak berseberangan terhadap nilai spiritual dan moral. Misalnya, mereka mungkin lebih memilih produk yang diproduksi secara etis dan menghindari produk yang dihasilkan dari eksploitasi pekerja atau berdampak negatif terhadap lingkungan (Mendrofa et al., 2024).

1.2. Sila Kedua: Sila ini menegaskan esensi dari segi nilai kemanusiaan, keadilan, serta perlakuan

yang berakhlak terhadap sesama. Dalam perilaku konsumtif, generasi milenial yang memahami nilai ini akan lebih peduli terhadap dampak sosial dari konsumsi mereka. Mereka mungkin lebih memilih untuk mendukung bisnis lokal atau usaha kecil yang memberdayakan komunitas setempat, serta menghindari produk yang dihasilkan melalui praktik-praktik yang tidak manusiawi, seperti pekerja anak atau kondisi kerja yang buruk. Misalnya, mereka mungkin lebih memilih produk yang diproduksi secara etis dan menghindari produk yang dihasilkan dari eksploitasi pekerja atau berdampak negatif terhadap lingkungan (Hanum, 2019).

1.3. Sila Ketiga: Sila ini menekankan esensi dari menjaga keutuhan bangsa. Lalu, konteks perilaku konsumtif, hal ini bisa diwujudkan dengan dukungan terhadap produk-produk lokal atau produk dalam negeri. Generasi milenial yang memegang teguh nilai ini akan lebih memilih untuk membeli produk buatan Indonesia, yang tidak hanya membantu perekonomian nasional, tetapi juga memperkuat identitas dan kebanggaan sebagai bangsa Indonesia. Mengonsumsi produk lokal juga membantu memperkuat solidaritas antar warga dan mengurangi ketergantungan terhadap produk impor (Aulia & Dewi, 2022).

1.4. Sila Keempat: Sila tersebut menekankan esensi dari keikutsertaan dan kebijaksanaan saat menentukan hasil bersama. Dalam perilaku konsumtif, ini bisa diterjemahkan sebagai kesadaran milenial untuk terlibat dalam komunitas dan mendukung inisiatif yang berbasis pada musyawarah dan kepentingan bersama. Misalnya, mereka mungkin lebih mendukung koperasi atau usaha bersama yang dikelola secara demokratis dan berbasis pada prinsip-prinsip keadilan. Prinsip ini juga

mendorong kita untuk mempertimbangkan dampak jangka panjang dari keputusan konsumsi kita terhadap diri kita sendiri, masyarakat, dan lingkungan (Arfina et al., 2022).

1.5. Sila Kelima: Sila terakhir Pancasila tersebut menegaskan betapa pentingnya keseimbangan dan kesejahteraan bagi semua masyarakat Indonesia. Dalam konteks konsumsi, generasi milenial yang menjunjung tinggi sila ini akan lebih sadar akan aspek keadilan dalam pilihan konsumsi mereka. Mereka mungkin lebih memilih produk yang diproduksi dengan adil, memastikan bahwa produsen dan pekerja mendapatkan upah yang layak dan bekerja dalam kondisi yang baik. Mereka juga cenderung menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan, yang bisa menciptakan ketidakadilan sosial, seperti kesenjangan ekonomi dan degradasi lingkungan. Perintah ini juga menganjurkan berbagi dengan mereka yang tidak membutuhkan, seperti menyumbangkan barang-barang yang tidak lagi Anda perlukan (Mendrofa et al., 2024).

### **Kendala Dan Tantangan Dalam Mengintegrasikan Nilai Pancasila Ke Dalam Perilaku Konsumen Generasi Milenial**

2.1. Sila Pertama: Indonesia adalah bangsa yang religius, hal tersebut tentu saja menghadirkan berkah dan tantangannya tersendiri. Berkahnya sendiri adalah dimana kita wajib untuk menganut agama kita dengan bebas, namun tentu tidak memberikan sebuah kebebasan untuk tidak beragama. Tantangan yang dimaksud disini sendiri adalah bagaimana penganut agama yang berbeda ini dapat bertoleransi antara agama dengan agama yang lainnya. Lalu, penganut agama hanya menganut agamanya secara formal. Karena ini adalah kewajiban warga negara Indonesia. Artinya, penganut suatu

agama tidak mengamalkan apa yang dianutnya secara bermakna dalam kehidupan sehari-hari.

2.2. Sila Kedua: Efek globalisasi yang memasukkan ajaran asing pada bangsa Indonesia dan banyak ditiru. Kondisi geografis Indonesia yang berbeda, menyebabkan pembangunan tidak merata. Disisi lain, ujaran kebencian berdampak untuk merusak keutuhan bangsa. Indonesia adalah sebuah negara kaya akan keberagaman agama, budaya, dan etnis. Ujaran kebencian yang menyerang kelompok tertentu, tentunya dapat menimbulkan konflik antar kelompok, menimbulkan perpecahan, serta mengancam stabilitas sosial dan keamanan nasional (Yani et al., 2024).

2.3. Sila Ketiga: Persatuan Indonesia, prinsip ini mengacu pada kesatuan atau persatuan berbagai suku yang berbeda dan tidak dapat dipisahkan. dan perbedaan agama, antar kelompok dan antar kelompok di wilayah Indonesia. Persatuan sendiri dilatarbelakangi oleh keinginan untuk mencapai kemerdekaan dari penjajah, memperoleh kemerdekaan dan kedaulatan, memajukan kesejahteraan umum dan menjadikan kehidupan bangsa lebih beradab, serta mencapai perdamaian abadi. Prinsip persatuan Indonesia merupakan puncak sejarah nasional Indonesia yang dibuktikan pada masa penjajahan setelah perjuangan daerah dianggap gagal (Agustina, 2020).

2.4. Sila Keempat: Kerakyatan berpedoman pada kebijaksanaan serta kehati-hatian. Dalam musyawarah perwakilan, asas keempat ini menyatakan bahwa untuk mencapai suatu kesepakatan, pengambilan keputusan harus berdasarkan asas musyawarah, yang tentunya memerlukan syarat-syarat sebagai

berikut: Oleh karena itu, tidak boleh ada paksaan, demi kepentingan bersama bangsa dan negara. Mendahulukan kepentingan perseorangan dan kelompok, dan pemerintahan yang dianut di Indonesia adalah negara demokrasi. Kepemimpinan rakyat merupakan kebijaksanaan yang berdasarkan akal sehat, dan masyarakat Indonesia tidak membedakan jabatan dan tugasnya (Savitri & Dewi, 2021).

2.5. Sila Kelima : Dalam sila yang terakhir ini, nilai keadilan sosial ditujukan kepada seluruh masyarakat Indonesia. Hal ini pun bertujuan agar masyarakat Indonesia menjadi masyarakat yang memiliki rasa terhadap sesama. Selain itu pula sila ini juga menekankan, bahwa dalam suatu negara, harus ada kesinambungan antara hak dan kewajiban. Sebagai masyarakat Indonesia yang baik, kita mempunyai kewajiban untuk bisa memperlakukan semua orang dengan adil. (Ratri & Najicha, 2022).

### **Strategi Penerapan Nilai Pancasila Dalam Perilaku Konsumen Generasi Milenial**

3.1. Sila Pertama: Dalam sila ini, generasi milenial perlu mengetahui betapa pentingnya spiritualitas dalam kehidupan sehari-hari. Konsumtif disini berarti membeli atau memiliki suatu produk yang tidak hanya memenuhi kebutuhan duniawi namun wajib sesuai dengan nilai agama. Misalnya mengonsumsi makanan halal dan tidak merusak lingkungan (Tirtoni, 2022).

3.2. Sila Kedua: Sila kedua menekankan seberapa vitalnya melakukan setiap orang dengan rasa keadilan. Dalam praktik konsumsi, ini berarti mendukung perusahaan yang menerapkan praktik bisnis yang adil, seperti fair trade, dan menghindari

produk yang dihasilkan dengan cara yang tidak etis. Generasi milenial perlu diberikan pemahaman mengenai dampak dari konsumsi berlebihan dan pentingnya belanja yang bertanggung jawab. Bentuk implementasi yang bisa dilakukan adalah Mengkampanyekan produk dari perusahaan yang memiliki komitmen terhadap hak-hak pekerja dan keberlanjutan lingkungan. Selain itu, anda dapat mengadakan diskusi dan acara untuk membahas dampak konsumsi berlebihan dan pentingnya membeli produk yang beretika (Arfina et al., 2022)

3.3. Sila Ketiga: Sila ketiga Pancasila ini menekankan esensi persatuan serta kebersamaan. Dalam konteks konsumsi, ini dapat diwujudkan dengan mendukung UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Membeli produk lokal tidak hanya membantu perekonomian daerah tetapi juga memperkuat rasa kebersamaan dan identitas nasional. Strategi implementasi yang bisa dilakukan dari kasus ini adalah menggunakan media sosial dan event komunitas untuk mempromosikan produk lokal dan meningkatkan kesadaran akan manfaat membeli barang dari dalam negeri. Hal ini juga dapat mendukung dan memfasilitasi pelatihan dan pengembangan pelaku UMKM lokal yang dapat berpartisipasi dalam persaingan yang lebih luas (Hanum, 2019).

3.4. Sila Keempat: Sila ini menekankan pentingnya kebijaksanaan saat mengambil keputusan dan partisipasi masyarakat. Generasi milenial harus diajarkan untuk aktif terlibat dalam forum diskusi yang membahas isu-isu konsumsi serta advokasi kebijakan yang mendukung keadilan sosial dan ekonomi. Partisipasi dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan konsumsi akan memperkuat keterlibatan mereka dalam

pembangunan sosial. Strategi implementasi dari poin ini adalah dengan membentuk forum atau komunitas di mana milenial dapat berdiskusi dan berbagi pendapat mengenai isu-isu sosial dan ekonomi terkait konsumsi. Selain itu, mereka menggunakan platform online untuk mengekspresikan pendapat mereka, mengadvokasi kebijakan, dan berpartisipasi dalam pengambilan keputusan konsumsi (Srinanda, 2019).

3.5. Sila Kelima: Sila ini menegaskan akan pentingnya keadilan sosial serta pemerataan keamanan, keselamatan, dan ketenteraman. Generasi milenial perlu diberikan pemahaman tentang isu-isu seperti kesenjangan ekonomi dan dampak lingkungan dari konsumsi. Mendorong mereka untuk berkontribusi pada kegiatan sosial dan program-program kemanusiaan akan membantu memperkuat nilai keadilan sosial. Strategi implementasi dari poin ini dengan menyediakan informasi dan pelatihan tentang kesenjangan ekonomi serta dampak lingkungan dari konsumsi. Kami juga mendorong partisipasi dalam kegiatan sosial seperti donasi dan program untuk mendukung masyarakat kurang mampu (Tirtoni, 2022).

## SIMPULAN

Integrasi nilai-nilai Pancasila untuk mengurangi perilaku konsumtif di kalangan generasi milenial merupakan langkah strategis yang penting dalam menghadapi tantangan globalisasi dan pesatnya perkembangan teknologi. Setiap sila dalam Pancasila menawarkan kerangka etika dan moral yang dapat menuntun generasi milenial menuju pola konsumsi yang lebih bijak, lebih bertanggung jawab, dan lebih berkelanjutan. Sila pertama menekankan pentingnya spiritualitas dan etika dalam setiap keputusan konsumsi, memastikan bahwa pilihan yang diambil sejalan

dengan nilai-nilai agama dan tidak merusak lingkungan. Sila kedua mengedepankan keadilan dan kemanusiaan dengan mendukung praktik bisnis yang etis dan adil, serta menghindari produk yang diproduksi melalui eksploitasi atau merugikan orang lain. Sila ketiga memperkuat identitas dan solidaritas nasional melalui dukungan terhadap produk lokal dan UMKM, yang juga berkontribusi dalam memperkuat ekonomi nasional. Sila keempat mengajak generasi milenial untuk berpartisipasi aktif dalam proses pengambilan keputusan yang demokratis terkait konsumsi, serta mendorong diskusi dan kolaborasi untuk mencapai kesejahteraan bersama. Prinsip kelima menekankan pentingnya keadilan sosial dengan mendorong kesadaran akan dampak sosial dan lingkungan dari perilaku konsumen, dan mengajak mereka berkontribusi dalam kegiatan sosial yang mendukung pemerataan kesejahteraan. Meskipun terdapat berbagai kendala dan tantangan dalam penerapan nilai-nilai Pancasila, seperti pengaruh budaya asing, kesenjangan pembangunan, dan kurangnya pemahaman mendalam terhadap nilai-nilai tersebut, namun strategi penerapan yang tepat dapat membantu mengatasi hambatan tersebut. Edukasi berkelanjutan, kampanye sosial, pemberdayaan masyarakat, serta pemanfaatan media sosial dan teknologi informasi merupakan beberapa pendekatan efektif yang dapat digunakan untuk mewujudkan kelima nilai pancasila dalam keseharian generasi milenial. Maka dari itu, mengintegrasikan nilai-nilai Pancasila secara keseluruhan ke dalam perilaku konsumen, generasi milenial dapat menjadi individu yang lebih dari sekedar cerdas dan kompetitif, melainkan bermoral, beretika, dan bertanggung jawab secara sosial. Hal ini akan membantu membangun

masyarakat Indonesia yang lebih baik, sejahtera, dan berkelanjutan, sejalan dengan cita-cita negara. Penerapan nilai-nilai Pancasila dalam perilaku konsumen akan menjadi contoh bagi bangsa lain dalam upayanya menyeimbangkan pembangunan ekonomi dan melestarikan nilai-nilai budaya dan tradisi.

Dari hasil analisis dan kesimpulan, peneliti memberikan beberapa rekomendasi/saran berikut:

- a. Perguruan tinggi hendaknya memperkuat pengetahuan tentang nilai-nilai Pancasila, khususnya tentang perilaku konsumen yang bertanggung jawab, melalui kurikulum dan kegiatan ekstrakurikuler yang terintegrasi.
- b. Pemerintah, organisasi sosial, dan media harus menggalakkan kampanye media sosial yang menunjukkan pentingnya perilaku konsumen berdasarkan nilai-nilai Pancasila melalui media digital yang dapat diakses oleh ribuan orang.
- c. Upaya untuk mempromosikan dan mendukung produk lokal dan UKM harus ditingkatkan melalui insentif, demonstrasi dan dukungan akses pasar untuk mendorong generasi milenial memilih produk lokal.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Agustina, A. (2020). *Pengaruh Onlineshop Pada Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas X Di SMK Negeri 2 Ponorogo*. IAIN Ponorogo.

Arfina, S. K., Meidi, S. N. H., Sari, W., Wahyuni, Y., & Nugraha, R. G. (2022). *Pengaruh*

Masuknya Budaya Asing Terhadap Nilai-Nilai Pancasila Pada Era Milenial. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(1), 2150–2152.

Aulia, L. R., & Dewi, D. A. (2022). Penerapan Nilai Pancasila Dalam Kehidupan Generasi Milenial. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(1), 1448–1452.

Azlina, N., Maharani, A., & Baedowi, M. S. (2021). Implementasi Nilai-Nilai Pancasila Dalam Bidang Pendidikan Sebagai Upaya Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0. *Indonesian Journal of Instructional Technology*, 2(2), 39–52.

Hanum, F. F. (2019). Pendidikan Pancasila Bagi Generasi Milenial. *Prosiding Seminar Nasional "Reaktualisasi Konsep Kewarganegaraan Indonesia."*

Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.

Kuswandoro, W. E. (2023). Penetrasi Tanpa Label: Pendekatan Baru Internalisasi Ideologi Pancasila Pada Generasi Milenial. *Waskita: Jurnal Pendidikan Nilai Dan Pembangunan Karakter*, 7(1), 17–30.

Mendrofa, A. G., Nurlita, A., Hudi, I., Putra, D. D., Putri, D. J. S., Wibowo, S., & Hayati, S. (2024). Dampak Negatif Globalisasi Pada Perilaku Generasi Milenial yang Bertentangan Dengan Nilai-Nilai Pancasila. *Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 2(2), 130–141.

Pramudita, M. (2024). Pola Konsumtif di Kalangan Milenial dan Implikasinya Terhadap Kesejahteraan Sosial. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 47(1), 98–110.

Ratri, E. P., & Najicha, F. U. (2022). Urgensi Pancasila dalam Menanamkan Jiwa Nasionalisme Pada Generasi Muda di Era Globalisasi. *Global Citizen: Jurnal Ilmiah Kajian Pendidikan Kewarganegaraan*, 11(1), 25–33.

Savitri, A. S., & Dewi, D. A. (2021). Implementasi Nilai-Nilai Pancasila Dalam Kehidupan di Era Globalisasi. *INVENTA: Jurnal Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 5(2), 165–176.

Srinanda, E. (2019). Peningkatan Membangun Generasi Milenial Melalui PPK Sesuai Dengan Nilai-Nilai Pancasila. *Jurnal Pendidikan: Riset Dan Konseptual*, 3(4), 315–322.

Tirtoni, F. (2022). Implementasi Nilai-

Nilai Pancasila Sebagai Karakter Dasar Generasi Muda: Di Era Society 5.0. *INVENTA: Jurnal Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 6(2), 210–224.

Yani, D. F., Salam, M., & Candra, A. A. (2024). Pengaruh Intensitas Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Perspektif Pancasila. *Academy of Education Journal*, 15(1), 1014–1027.