

PERILAKU KONSUMEN ERA DIGITAL DALAM MENYIKAPI DAN MENGGUNAKAN PRODUK RAMAHLINGKUNGAN

Yennida Parmariza^{1*}, Septiani Juniarti¹

¹ Universitas Mercu Buana
Email: parmariza104@gmail.com*

ARTICLE INFO

Article history:

Received : 12 Juni 2024

Revised : 13 Juli 2024

Accepted : 14 Juli 2024

Key words:

Produk ramah lingkungan; go-green; lingkungan hidup; Usaha Mikro Kecil Menengah

DOI: 10.62335

ABSTRAK

Isu mengenai pemanasan global menjadi salah satu yang paling sering dibicarakan saat ini. Kerusakan alam ini paling banyak disebabkan oleh konsumerisme yang akan meningkatkan jumlah sampah, maka dari itu Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM) saat ini juga harus mulai menyesuaikan diri dengan isu pemanasan global dan penggunaan produk ramah lingkungan yang marak digaungkan saat ini. Saat ini masyarakat Indonesia pun semakin peduli pada isu lingkungan dan banyak yang mulai menggunakan produk berbasis eco-friendly atau ramah lingkungan. Salah satu contoh produk eco-friendly adalah kemasan produk ramah lingkungan. Sejumlah UMKM dan perusahaan besar sudah mulai menjadikan produk ramah lingkungan sebagai salah satu daya tarik produk mereka. Pasalnya, makin banyak orang memahami dan membeli produk dalam kemasan yang bisa didaur ulang dan membantu bumi menjadi hijau kembali. Produk ramah lingkungan berarti produk yang dibuat tanpa memberikan dampak buruk bagi lingkungan karena pilihan bahan yang tidak beresiko buruk bagi lingkungan. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan di Kelurahan Kota Bambu Selatan-Palmerah Jakarta Barat dengan target audiens adalah pelaku usaha UMKM di sekitar wilayah kelurahan Kota Bambu Selatan sebanyak 60 orang pelaku usaha. Dari kegiatan PkM ini diharapkan para pelaku usaha mempunyai perspektif baru tentang bagaimana bersaing di eradigital yang penuh dengan tantangan.

PENDAHULUAN

Sampah merupakan salah satu penyebab terjadinya kerusakan lingkungan di sekitar kita. Dikutip dari laman SIPSN (Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional), pada tahun 2022 Indonesia menghasilkan sebanyak 54,62% sampah organik, 38,7% sampah anorganik dan 6,68% lainnya sampah lainnya. Sampah organik terdiri dari sisa-sisa makanan, sedangkan sampah anorganik terdiri meliputi kertas/karton, plastik, logam, kain, karet/kulit dan kaca.

Saat ini banyak perusahaan di Indonesia mulai menyadari pentingnya menjaga kelestarian lingkungan. Perlahan, mereka mengeluarkan produk *go green* sebagai bentuk kepedulian terhadap alam. *Go green* merupakan istilah dalam bahasa Inggris yang berarti “menuju kehijauan”, juga merupakan gerakan yang memperhatikan kelestarian lingkungan. Sejatinya bumi membutuhkan tindakan-tindakan nyata dari manusia dalam menjaga lingkungan, misalnya tidak membuang sampah sembarangan, memakai produk *go green* dan tidak merusak alam. Produk *go green* adalah produk yang tidak membahayakan manusia dan lingkungan, serta dapat meminimalkan jumlah sampah yang dihasilkan kemudian hari.

Seiring dengan itu, jumlah konsumen yang lebih peduli terhadap produk ramah lingkungan di Indonesia telah meningkat sebesar 112% di tahun 2020, lalu survey di tahun 2021 menyebutkan jika 9000 orang dari Asia Pasifik termasuk Indonesia yang berusia di atas 18 tahun kini lebih memperhatikan isu lingkungan terkait pembeliannya. Rakuten Insight Center pernah melakukan survey di Indonesia terkait seberapa penting pembelian produk ramah lingkungan bagi orang Indonesia? serta seberapa banyak orang yang bersedia membayar lebih untuk produk ramah lingkungan? Berdasarkan survey dengan responden sebanyak 10.886 orang tersebut, tercatat bahwa 64% responden menganggap pembelian produk ramah lingkungan adalah hal yang sangat penting dan 29% dari responden menganggap hal tersebut agak penting, sementara itu 6% responden menganggap pembelian produk ramah lingkungan tidak terlalu penting dan 1% sisanya menganggap hal tersebut tidak penting sama sekali. Sementara itu tercatat 75% responden bersedia membayar lebih untuk produk ramah lingkungan dan berkelanjutan. Sisanya 21% tidak bersedia membayar lebih untuk produk ramah lingkungan.

Dalam kegiatan PkM ini permasalahan yang diangkat adalah bagaimana “Strategi Peningkatan Daya Saing Bisnis Usaha Kecil di Era 4.0” dengan sub tema pada judul ini yaitu “Perilaku Konsumen Era Digital dalam Menyikapi dan Menggunakan Produk Ramah Lingkungan” dimana saat ini masyarakat, baik itu pelaku UMKM maupun konsumen masih banyak yang belum memiliki kesadaran yang baik untuk menggunakan produk ramah lingkungan, baik itu karena memang mereka murni belum mengetahui banyak tentang adanya produk yang ramah lingkungan dan juga karena keengganan menggunakan produk ramah lingkungan, baik karena harganya yang dianggap lebih mahal atau karena alasan- alasan lainnya.

Fakta yang terjadi menunjukkan bahwa tidak sedikit juga konsumen yang memilih produk bukan karena produk tersebut ramah lingkungan dari segi isi atau *packaging*nya, namun konsumen memilih suatu produk berdasarkan kualitas produk, terlepas apakah produk itu ramah lingkungan atau tidak. Banyak konsumen yang masih cenderung kepada hal-hal yang praktis sehingga produk yang berkemasan plastik masih menjadi pilihan konsumen. Di sisi lain sebenarnya sudah banyak juga perusahaan-perusahaan saat ini yang mulai mengubah strategi pemasaran mereka dengan melakukan inovasi perubahan pada kemasan produknya dengan menggunakan kaca, kertas karbon, atau bahan kemasan lainnya yang dapat didaur ulang atau menjadi syarat akan kemasan yang ramah lingkungan.

Hasil survey persepsi Consumer Insight Nielsen pada tahun 2017 menunjukkan pada dasarnya pemahaman dan kesadaran konsumen Indonesia yang membaik mengenai konsumsi produk ramah lingkungan. Namun hal ini belum terakomodir oleh ritel sebagai penyedia produk di pasar yang belum memprioritaskan penjualan produk ramah lingkungan di tokonya. Hal ini mungkin disebabkan oleh masih rendahnya pemahaman ritel tentang praktik bisnis berkelanjutan serta persepsi ritel mengenai resiko penjualan produk ramah lingkungan.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di kelurahan Kota Bambu Selatan, Kecamatan Palmerah, Jakarta Barat pada minggu keempat bulan Januari 2024. Khalayak sasaran untuk kegiatan ini adalah para pelaku usaha UMKM dari berbagai bidang dan masyarakat umum yang bertempat tinggal dalam lingkup kelurahan Kota Bambu Selatan serta ibu-ibu dari PKK di bawah binaan kelurahan Kota Bambu Selatan serta beberapa pelaku usaha *home industry* di wilayah tersebut.

Mitra kami yang berasal dari Universitas Nasional akan berperan sebagai narasumber dalam kegiatan PkM KDN ini dan kelompok teknis kami akan melakukan *follow-up* kembali terhadap para peserta kegiatan untuk menindaklanjuti hasil kegiatan PkM yang kami laksanakan tersebut serta item-item rencana peserta program yang dapat kami bantu dan lanjutkan.

Masing-masing anggota tim nantinya akan mendapatkan sesi sebagai pembicara sesuai dengan bidangnya masing-masing dan akan menjelaskan *point-point* penting dari paparan mereka terhadap para peserta program, dan bagi mahasiswa yang diikutsertakan dalam program PkM ini akan diberikan Sertifikat yang dapat dijadikan sebagai rekognisi SKPI bagi mereka

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM ini dilaksanakan pada Hari Rabu, 24 Januari 2024 di Aula Kelurahan Kota Bambu Selatan, Jakarta Barat. Kegiatan ini berjalan dengan lancar dan tanpa kendala. Pada kegiatan ini, materi yang disampaikan sesuai dengan materi pembelajaran pada Mata Kuliah Green Management, Mata Kuliah Semester 7 di program studi S1 Manajemen.

Pada awalnya Kegiatan ini dibuka oleh Lurah Kota Bambu Selatan, dihadiri peserta sebanyak 20-30 peserta UMKM kelurahan Kota Bambu Selatan, pemateri yang terdiri dari 10 orang dosen Universitas Mercu Buana dan 2 orang dosen Universitas Nasional. Seperti terlihat pada gambar berikut:

**PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
BIDANG MANAJEMEN**

"Strategi Peningkatan Daya Saing Bisnis UMKM pada Era 4.0"

SAVE THE DATE

Rabu, 24 Januari 2024

Aula Kelurahan Kota Bambu Selatan

09.00 s/d Selesai

Dr. Agus Herta Sumarto

Iwan Firdaus, MM

Dr. Rahayu Lestari, MM

Dr. Syafrizal Chan, SE, M.Si, DEA

Junaedi, SE., MM

Yennida Parmariza, S.Sos., MM

Dr. Subur Karyatun, SE, MM

Dr. Lisnatiawati Saragih, S.E, M.M

Ivan Hermala, S.E., M.Sc

Dr. Andyan Pradipta Utama, SE, MM

Riska Rosdiana, SE, M, Si

Dr. Nico Alexander Vizano S.E, M.M

Gambar 1. Flyer Kegiatan Pengabdian pada Masyarakat

Aktivitas yang dilakukan dalam penyuluhan dan pelatihan ini termasuk presentasi slide power point dari masing-masing presenter, pengarahan dari Ibu Lurah dan Bapak Sekretaris Kelurahan, perekaman video untuk disiapkan di Youtube PPM UMB, diskusi dan tanya jawab, serta ramah tamah beserta seluruh audien dan foto-foto dokumentasi.

Evaluasi kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan melalui pengisian kuesioner oleh para peserta. Evaluasi kegiatan terkait dengan manfaat dan kepuasan para peserta terhadap kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan. Pengelompokan penilaian responden dikategorikan ke dalam tiga kelompok, yaitu tinggi, sedang dan rendah (Ferdinand, 2014) yang dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 1. Pedoman Kategorisasi Rata-rata Skor Penilaian Responden

Rata-Rata Skor	Kriteria
1,00 – 2,00	Rendah
2,01 – 3,00	Sedang
3,01 – 4,00	Tinggi

Berdasarkan Tabel 1 di atas, pengelompokan penilaian para peserta dikategorikan ke dalam tiga kelompok. Pengelompokan penilaian dimaksudkan untuk mengetahui masing-masing kuesioner tersebut dengan melihat rata-ratanya dinilai oleh para peserta dengan kriteria tinggi, sedang dan rendah. Berikut hasil evaluasi kegiatan oleh para peserta yang dapat dilihat pada Tabel 3.

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat bahwa rata-rata penilaian peserta terhadap kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah tinggi yaitu dengan nilai rata-rata mean sebesar 3,681. Hal ini menunjukkan bahwa para peserta puas dan merasakan adanya manfaat dari kegiatan pengabdian masyarakat ini. Para peserta dapat menerima dan memahami dengan baik setiap sesi yang dilaksanakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

Tabel 2. Hasil Evaluasi Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

No.	Uraian	Sangat Setuju (4)	Setuju (3)	Kurang Setuju (2)	Tidak Setuju (1)	Mean	Kriteria
1	Menyelesaikan masalah yang dihadapi masyarakat dengan memanfaatkan keahlian sivitas akademik yang relevan.	21	11	0	0	3,421	Tinggi
2	Memanfaatkan teknologi tepat guna.	21	9	2	0	3,657	Tinggi
3	Berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.	21	11	0	0	3,710	Tinggi
4	Berguna sebagai bahan ajar atau modul pelatihan untuk pengayaan sumber belajar.	21	11	0	0	3,710	Tinggi
5	Meningkatkan pendapatan	21	11	0	0	3,710	Tinggi
6	Meningkatkan pengetahuan	22	10	0	0	3,736	Tinggi
7	Meningkatkan produksi	20	11	1	0	3,657	Tinggi
8	Merubah perilaku kearah yang positif	22	10	0	0	3,736	Tinggi
9	Meningkatkan mutu lingkungan	21	11	0	0	3,710	Tinggi

10	Kerjasama yang dilaksanakan bersama UMB melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat bermanfaat bagi masyarakat.	23	9	0	0	3,763	Tinggi
11	Kerjasama yang dilaksanakan bersama UMB melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat memenuhi target kerjasama.	20	12	0	0	3,684	Tinggi
Rata-Rata						3,681	Tinggi

Di samping itu, peserta pun memberikan saran-saran di dalam kuesioner evaluasi kegiatan. Saran-saran yang diberikan oleh para peserta antara lain diharapkan kegiatan ini meningkatkan wawasan pengembangan usaha serta meningkatkan kreatifitas usaha baik *online* maupun *offline*. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat seperti ini juga diharapkan untuk dapat diadakan secara rutin berkesinambungan demi membantu pelaku UMKM terus berkembang. Hal ini menunjukkan bahwa para peserta puas dan merasakan adanya manfaat dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

Kegiatan lanjutan berupa *one-to-one follow up coaching clinic* kami sediakan bagi UMKM yang kelak berminat dan ingin mendalami lagi permasalahan dan solusi bagi bisnis yang dijalaninya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil angket dapat disimpulkan bahwa kegiatan Pengabdian Masyarakat berjalan dengan baik, dimana peserta merasa peserta puas dan merasakan adanya manfaat dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Para peserta juga mengharapkan kegiatan ini dapat meningkatkan wawasan pengembangan usaha serta meningkatkan kreatifitas usaha baik *online* maupun *offline*. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat seperti ini juga diharapkan untuk dapat diadakan secara rutin berkesinambungan demi membantu pelaku UMKM terus berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

<https://repository.penerbitdwina.com>
<https://www.nestle.co.id/mengenal-kemasan-produk-ramah-lingkungan>
<https://lindungihutan.com/blog/pengertian-produk-go-green>
<https://goodstats.id/nasional>
<https://lifestyle.kompas.com/read>
<https://www.tribunnews.com/bisnis/mikro>

LAMPIRAN

1. Pemberitaan pada media online INDOPOS

https://www.indopos.co.id/nasional/2024/02/02/umb-dan-unas-dorong-peningkatan-daya-saing-bisnis-umkm-di-kelurahan-kota-bambu-selatan-jakarta-barat/#google_vignette



2. YOUTUBE PPM UMB, dengan link sebagai berikut:

<https://www.youtube.com/watch?v=mx34Yokj4mo&t=2919s>

