

SOSIALIASI “WATER AWARENESS” USAHA LAUNDRY BOY DI BEJI TIMUR, DEPOK

Edalmen^{1*} dan Kartika Nuringsih¹

¹Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta

*Email: kartikan@fe.untar.ac.id

ABSTRACT

Along with the development of the entrepreneurial sector, including the laundry business and environmental changes, it demands awareness of environmental sustainability among business actors. Knowledge of this aspect is still relatively new so that the understanding of business actors is still limited. Based on this consideration, a socialization activity was initiated regarding awareness of water management with Laundry Boy's business partners in the Beji Timur Village, Depok. This business is still new so there are still many limitations including those related to this information. The laundry business has a lot to do with the use of clean water and disposal of used laundry water directly into ditches or rivers, so it needs to be supported by an awareness of keeping clean water. There are five indicators used for outreach including: trust in water supply, knowledge of water quality, quality of water obtained, knowledge of water pollution, and awareness of water sustainability. The approach is carried out by way of outreach, evaluation and reminding of the impact on business continuity. This activity is the pilot for a clean water-saving behavior campaign for micro and small businesses. Through this socialization, it is hoped that business actors can understand and disseminate it to consumers so that the responsibilities of business actors and consumers are formed in protecting the environment. The formation of this awareness as added value to consumers. It is possible to carry out further activities for other business groups that use a lot of clean water, for example car washing or motorbike washing. In addition, educational activities can be carried out for children through schools. With the formation of awareness of environmental sustainability among entrepreneurs as a form of contribution in carrying out sustainable development.

Keywords: Water awareness, Laundry Business, Socialization

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan sektor kewirausahaan diantaranya usaha laundry serta terjadi perubahan lingkungan menuntut adanya kesadaran terhadap kelestarian lingkungan di kalangan pelaku usaha. Pengetahuan tentang aspek ini masih relatif baru sehingga pemahaman pelaku usaha masih terbatas. Atas pertimbangan tersebut dirintis kegiatan sosialisasi tentang kesadaran tata kelola air dengan mitra usaha Laundry Boy di Kelurahan Beji Timur Depok. Usaha ini masih baru sehingga masih banyak keterbatasan diantaranya berkaitan dengan informasi tersebut. Usaha laundry banyak berhubungan dengan penggunaan air bersih serta pembuangan air bekas cucian secara langsung ke selokan atau sungai sehingga perlu didukung oleh kesadaran menjaga air bersih. Terdapat lima indikator digunakan untuk sosialisasi meliputi: kepercayaan pada pasokan air, pengetahuan kualitas air, kualitas air yang didapatkan, pengetahuan terhadap pencemaran air, dan kesadaran pada keberlanjutan air. Pendekatan dilakukan dengan cara sosialisasi, dilakukan evaluasi serta mengingatkan dampaknya pada keberlangsungan usaha. Kegiatan ini sebagai rintisan kampanye perilaku hemat air bersih pada usaha mikro dan kecil. Melalui sosialisasi ini diharapkan pelaku usaha dapat memahami serta menyebarluaskan kepada konsumen sehingga terbentuk tanggung jawab pelaku usaha dan konsumen dalam mempertahankan lingkungan hidup. Terbentuknya kesadaran ini sebagai nilai tambah kepada konsumen. Kegiatan selanjutnya memungkinkan dilakukan kepada kelompok usaha lain yang banyak menggunakan air bersih misalnya jasa cuci mobil atau cuci motor. Selain itu dapat dilakukan kegiatan edukasi kepada anak-anak melalui sekolah. Dengan terbentuknya kesadaran terhadap kelestarian lingkungan di kalangan wirausaha sebagai bentuk kontribusi dalam menjalankan pembangunan berkelanjutan.

Kata kunci: Kesadaran tata kelola air, Usaha Laundry, Sosialisasi

1. PENDAHULUAN

Pembangunan berkelanjutan memiliki sasaran untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat global. Persatuan Bangsa-Bangsa selama 30 tahun merintis kesepakatan bersama melalui *Millennium Development Goals* (MDGs) memiliki 8 sasaran penting dengan pencapaian 2000-2015. Program 15 tahun kedua dilanjutkan melalui *Sustainable Development Goals* (SDGs) meliputi 17 agenda dengan masa capaian 2030. Program melanjutkan MDGs dengan harapan mewujudkan kesejahteraan masyarakat berkelanjutan. Sasaran SDGs diklasifikasikan menjadi

tiga domain meliputi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup atau disebut *triple bottom line* oleh Elkington. Dalam menjalankan pembangunan ekonomi semestinya terjadi penyelarasan ketiga aspek agar terbentuk keseimbangan *people, profit, and planet* atau dikenal 3P.

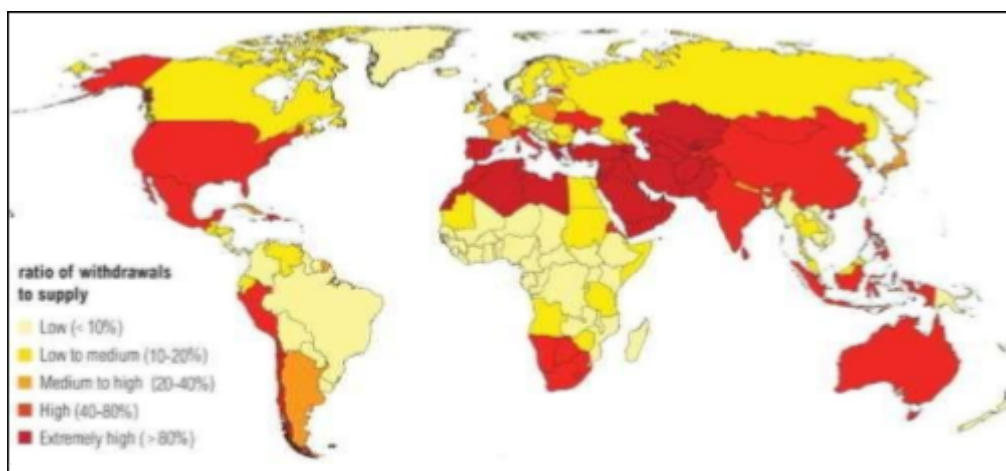
Seiring dengan pencapaian SDGs, terdapat satu aspek menarik diimplementasikan dalam aktivitas kewirausahaan yaitu kelestarian lingkungan. Masalah lingkungan sering diabaikan oleh pelaku usaha karena menambah biaya daur ulang atau pengolahan limbah. Keterbatasan pengetahuan sebagai salah satu faktor penyebab pelaku usaha mengabaikan efek keberlanjutan lingkungan. MDGs memetakan masalah kelestarian lingkungan melalui target ketujuh (*ensure environmental sustainability*), kemudian SDGs meneruskan dalam beberapa sasaran yaitu: SDGs-6 (*sanitation & clean water*), SDGs-12 (*responsible consumption & production*), SDGs-13 (*climate action*), SDGs-14 (*live below water*), dan SDGs-15 (*live on land*). Hampir 30% sasaran SDGs sebagai solusi lingkungan sehingga semua elemen masyarakat dan pelaku usaha harus mengapresiasi program tersebut demi menjaga kelestarian lingkungan.

Sesuai apresiasi tersebut kesadaran menjaga sumber air bersih harus dipahami masyarakat. Menurut laporan *World Resources Institute* pada tahun 2015, Indonesia akan mengalami water stress di tahun 2040 sehingga diperlukan kesadaran menjaga sumber air bersih. Peta di Gambar 1 terlihat Indonesia berwarna merah sehingga berbeda dengan Papua Nugini, Brunei Darussalam, Malaysia dan Thailand. Warna kuning mengindikasikan rasio penarikan air bersih dibandingkan dengan pasokan/sumber air bersih masih relatif rendah atau medium antara 10-20%. Indonesia pada kategori tinggi dengan rasio 40-80% dengan wilayah sangat luas sudah mencapai tingkat risiko tersebut. Ancaman kelangkaan air menjadi salah satu risiko lingkungan berdampak pada keberlanjutan usaha dan kehidupan manusia sehingga perlu pencegahan risiko melalui kampanye *water awareness* (Benedict & Hussein, 2019). Upaya sosialisasi konservasi sumber daya air menjadi penting sehingga memahami kualitas air minum dan akses terhadap air tersebut (Antwi et al., 2022). Sosialisasi menekankan pada membentuk kesadaran menjaga sumber air atau *water awareness* pada sektor kewirausahaan.

Gambar 1

Skenario Water Stress Pada Tahun 2040

Sumber: World Resources Institute (2015); (Dwianika et al., 2020)



Menurut Dwianika (2020) dan Jawad (2012) *water awareness* merupakan kesadaran terhadap

tata kelola air diidentifikasi berdasarkan lima aspek yaitu: (1) Kepercayaan pada pasokan air, (2) Pengetahuan kualitas air, (3) Kualitas air yang didapatkan, (4) Pengetahuan terhadap pencemaran air, dan (5) Kesadaran pada keberlanjutan air. Dalam konteks sosial budaya banyak masyarakat kurang memiliki kesadaran menjaga sumber air sehingga perlu pemahaman pada aspek tersebut. Target kegiatan memberikan kesadaran pada efisiensi air bersih bagi pelaku usaha supaya ketika menjalankan usaha menjadi lebih peduli pada kelestarian sumber air.

Kegiatan juga relevan dengan *green entrepreneurship* sebagai rintisan mengkampanyekan keberlanjutan lingkungan pada pelaku usaha. Mathur dan Tandon, (2016) mendefinisikan “*green entrepreneurship is a worldwide phenomenon to realize the knowledge and measures as a solution to environmental issues, global warming, and the crisis of resources*”. Solusi tersebut diantaranya tata kelola air. Harapan selanjutnya mendapatkan gambaran persepsi pelaku usaha terhadap lima indikator tersebut. Sebagai rintisan dilakukan pengenalan *water awareness* kepada mitra usaha Laundry. Usaha ini berkaitan dengan penggunaan air sehingga perlu dilandasi pemahaman tentang *water awareness*. Kegiatan ini sebagai lanjutan *sustainable entrepreneurship* pada usaha laundry (Nuringsih & Edalmen, 2021) sebagai refleksi terhadap SDG-6. Isu-isu ini juga berkaitan dengan perubahan iklim sehingga menuntut perilaku bijak dalam penggunaan air serta menjaga sumber air untuk kehidupan bersama. Di samping kepentingan rumah tangga, penggunaan air terdistribusi pada berbagai sektor bisnis atau UMKM (Jawad, 2012) sehingga perlu pemahaman dalam penggunaannya. Untuk menjaga keberlanjutan ketersediaan air bersih, edukasi *water awareness* menjadi penting diperkenalkan pada berbagai segmen masyarakat.

Sebagai masyarakat Kota Depok memiliki kawasan resapan berupa situ atau danau dengan sumber daya air relatif besar. Namun sebagian besar situ terhubung dengan aliran air selokan atau sungai yang digunakan untuk membuang sampah atau limbah. Perilaku tersebut mencemari atau mengganggu ketersediaan air. Sebagai salah satu usaha bergerak pada usaha laundry dipastikan aktivitas usahanya berkaitan dengan air bersih sehingga perlu pengetahuan *wáter awareness*. Selama ini masyarakat masih kurang menyadari menjaga ketersediaan air bersih atau sebagai pengguna kurang memahami aspek tersebut. Pertimbangan melakukan kegiatan untuk mempertemukan gap antara aspek pengetahuan yang relatif baru dengan implementasi di tingkat masyarakat. Sebagai upaya mengatasi gap tersebut dirintis sosialisasi pada mitra Laundry Boy di Beji Timur Depok.

2. METODE PELAKSANAAN PKM

Tahapan Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat dirancang selama empat bulan dengan tahapan meliputi: persiapan, pelaksanaan, implementasi dan pelaporan hasil kegiatan. Partisipasi mitra dalam kegiatan ini diwujudkan melalui: (1) penerimaan observasi awal meskipun secara daring. (2) Diskusi menentukan tema terkait *water awareness* dan bentuk penerapannya. (3) Evaluasi hasil sosialisasi melalui kuesioner. Melalui kegiatan ini diharapkan dapat mengatasi masalah mitra sehingga pendekatan untuk mengatasi solusi tersebut dilakukan melalui sosialisasi efek *wáter awareness* dalam keberlanjutan lingkungan hidup dan keberlanjutan usaha.

Teknik Pelaksanaan

Melalui kegiatan ini diharapkan dapat memberikan solusi kepada mitra terkait untuk menambah pengetahuan tentang efek *wáter awareness* dalam keberlanjutan lingkungan hidup dan keberlangsungan usaha. Solusi dilakukan dengan cara memberikan sosialisasi dan evaluasi dengan tahapan sebagai berikut: (1) Memberikan informasi manfaat *water awareness* bagi

keberlangsungan lingkungan hidup dan keberlanjutan usaha laundry. (2) Menyiapkan indikator untuk mengukur *water awareness* serta evaluasi pengetahuan wirausaha laundry terhadap *water awareness*. (3) Sejumlah praktek menjaga penggunaan air secara efisien.

Evaluasi Kegiatan

Kegiatan evaluasi dilakukan untuk mengetahui persepsi atau pemahaman pemilik usaha terhadap *water awareness* serta memahami kemungkinan dampak terhadap keberlanjutan lingkungan hidup dan keberlanjutan usaha. Evaluasi menggunakan instrumen dengan pendekatan sesuai opini pelaku usaha. Berdasarkan Dwianika (2020) serta Jawad (2012) *water awareness* terdiri 5 indikator: (1) Kepercayaan pada pasokan air, (2) Pengetahuan kualitas air, (3) Kualitas air yang didapatkan, (4) Pengetahuan terhadap pencemaran air, dan (5) Kesadaran pada keberlanjutan air. Kelimanya sebagai materi dalam mensosialisasikan tentang *water awareness* tersebut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan dilaksanakan 26 April dan 12 Mei 2022 menekankan pengetahuan pentingnya *water awareness* bagi pelaku usaha terutama yang memiliki bidang usaha terkait penggunaan air bersih diantaranya usaha jasa laundry, cuci mobil atau salon kecantikan. Pada kegiatan ini berkaitan dengan jasa laundry dengan mitra Laundry Boy berada di Beji Timur Depok. Berjalan sejak Mei 2020 hingga saat ini berjalan 2 tahun di bulan Mei 2022. Pada awal pendirian banyak menghadapi kendala karena pandemik yang diperkirakan hanya sementara namun ternyata hampir dua tahun sehingga pasar yang sebelumnya dianggap potensial ternyata berubah di luar kendali pelaku usaha. Seiring dengan perubahan kondisi dan kemampuan belajar memahami konsumen, usaha laundry mulai menunjukkan hasil. Perkembangan usaha laundry makin marak saat ini sehingga kegiatan pengabdian ditujukan pada kegiatan sosialisasi "*water awareness*" kepada pelaku usaha Laundry Boy. Hal ini melengkapi pengetahuan seperti yang dilakukan sebelumnya (Nuringsih & Edalmen, 2021) agar terbentuk perilaku wirausaha yang memiliki kesadaran pada lingkungan.

Gambar 2

Aktivitas Usaha Laundry

Sumber: Dokumentasi Penulis





Terlihat dua mesin bekerja dengan beban masing-masing 4 kg pakaian kotor sehingga total keseluruhan 8 kg pakaian kotor setiap prosesnya. Bagian bawah sebagai mesin pencuci sedangkan atasnya sebagai pengering. Sehari beroperasi 4-5 kali dengan penggunaan air 50 liter per proses pencucian. Satu pelanggan satu mesin dipastikan hasil cucian menjadi higienis dibandingkan dengan laundry lain yang melakukan pencampuran dalam pencucian pakaian. Bagi rumah tangga melakukan pencucian ini justru hemat air, tenaga dan hemat penggunaan listrik. Terkait manfaat bagi lingkungan, usaha laundry berpotensi dikembangkan sehingga pelaku usaha diingatkan pentingnya *water awareness* sebagai *sharing value* kepada pelanggan.

Tahapan aktivitas, pertama memberikan pemahaman manfaat *water awareness* untuk menjaga kelestarian lingkungan hidup dan kinerja usaha. Kesadaran kualitas air sangat penting untuk memastikan keberlangsungan air. Pertimbangan *water awareness* berkaitan dengan perubahan iklim sehingga menuntut perilaku bijak menggunakan air bersih dan menjaga sumber air. Jawad (2012), ketika kesadaran masyarakat terhadap situasi dan kondisi air cenderung rendah sehingga perlu program yang tepat untuk meningkatkan kesadaran terhadap tata kelola air. Di samping untuk kepentingan rumah tangga, penggunaan air terdistribusi pada berbagai sektor bisnis dengan distribusi terbesar untuk sektor pertanian, pariwisata, industri dan sektor hiburan. Sumber air bersih harus dijaga agar tidak mengganggu keberlanjutan usaha.

Indonesia sebagai negara agraris perlu waspada dengan ancaman tersebut. Hasil pemeringkatan *World Resources Institute* tahun 2015, Indonesia sebagai salah satu negara yang akan menghadapi *water stress* tahun 2040. Berada pada peringkat 51 sehingga kelangkaan air bersih berdampak pada sektor pangan, kesehatan, ekonomi dan kehidupan lainnya. Ancaman kelangkaan air sebagai *environmental risk* akan mengancam keberlanjutan usaha pertanian serta sektor lainnya yang bergantung pada penggunaan air bersih. Sosialisasi konservasi sumber daya air bertujuan memahami kualitas air minum dan akses air (Antwi et al., 2022). Penelitian Dwianika et al., (2020) menunjukkan *water awareness* berpengaruh pada keberlanjutan kinerja keuangan sehingga perlu mempertahankan kelestarian lingkungan. Usaha laundry tergantung pada kecukupan air bersih sehingga diperlukan kesadaran menggunakan air secara efisien.

Tahapan kedua adalah penyiapan indikator untuk mengukur *water awareness* sebagai pendekatan dalam evaluasi pengetahuan wirausaha terhadap *water awareness*. Berdasarkan Dwianika (2020) serta Jawad (2012) diidentifikasi indikator kesadaran air (*water awareness*) terdiri 5 dimensi yaitu: (1) Kepercayaan pada pasokan air, (2) Pengetahuan kualitas air, (3) Kualitas air yang didapatkan, (4) Pengetahuan terhadap pencemaran air dan (5) Kesadaran pada keberlanjutan air. Indikator tersebut untuk mengetahui persepsi mitra terhadap *water awareness* dapat dilihat pada

Tabel 1, menunjukkan sudah lebih memahami tentang *water awareness* sehingga dengan memiliki kesadaran tersebut menjadi lebih bijak dalam penggunaan air bersih.

Tabel 1.

Pendapat Mitra Pada Indikator Water Awareness

Indikator	Jawaban Mitra
Kepercayaan pasokan air	Sampai saat ini sekitar tempat usaha ini belum mengalami kekurangan air bersih di musim kemarau
Pengetahuan kualitas air	Air bersih tidak berbau, tidak berwarna (jernih) dan tidak berasa sebagai kriteria air bersih
Kualitas air didapatkan	Sampai saat ini air bersih masih mudah didapatkan dari air tanah
Pengetahuan pencemaran air	Pencemaran air disebabkan limbah rumah tangga dan industri rumah tangga hingga besar serta pasar yang dibuang melalui aliran sungai
Kesadaran pada keberlanjutan air	Air bersih dihemat penggunaannya terlebih di musim kemarau. Pemda menyediakan PDAM tetapi masih lokasi terbatas

Tahapan ketiga menunjukkan praktek menjaga dan penggunaan air bersih oleh rumah tangga dan industri. Untuk rumah tangga menghemat air bersih untuk kepentingan mandi, cuci dan lainnya. Sedangkan sektor usaha dilakukan dengan tidak membuang limbah ke aliran sungai. Kegiatan ini relevan dengan *green entrepreneurship* dimana pelaku usaha mengedepankan nilai-nilai ramah lingkungan. Selaras dengan harapan SDGs seperti pada Gambar 3, khususnya SDGs-6 tentang sanitasi melalui pemahaman *water awareness* akan berdampak pada ketersediaan air bersih. Sejalan dengan SDGs-13 (*climate action*), SDGs-14 (*live below water*) dan SDGs-15 (*live on land*). Dengan *water awareness* menjaga ekosistem sungai dan laut kelestarian keanekaragaman hayati serta kesejahteraan bagi makhluk hidup.

Gambar 3.

Keterkaitan dengan SDGs

Sumber: Sustainable Development Goals – UNDP



Dengan terbentuknya kesadaran terhadap tata kelola air ini berdampak pada perilaku pro lingkungan sehingga menjadi berhati-hati dalam penggunaan air bersih serta menghindari pembuangan limbah di saluran air.

4. KESIMPULAN

Dilakukan sosialisasi *water awareness* dengan mitra usaha laundry. Pertimbangan dasar edukasi ramah lingkungan dirintis melalui pengenalan *water awareness* dengan mitra usaha Laundry Boy di Beji Timur Depok. Usaha ini berkaitan dengan penggunaan air bersih sehingga perlu didukung

dengan sosialisasi *water awareness*. Berkaitan dengan perubahan iklim menuntut perilaku bijak dalam penggunaan air bersih serta menjaga sumber air demi kehidupan di masa mendatang. Di samping kepentingan rumah tangga, air digunakan di berbagai aktivitas usaha dan UMKM sehingga perlu diimbangi pemahaman menjaga air bersih. Pendekatan dilakukan melalui sosialisasi, evaluasi serta dampaknya pada keberlangsungan lingkungan dan usaha.

Terdapat 5 indikator untuk mengevaluasi kegiatan ini yaitu: (1) Kepercayaan pada pasokan air, (2) Pengetahuan kualitas air, (3) Kualitas air yang didapatkan, (4) Pengetahuan terhadap pencemaran air, dan (5) Kesadaran pada keberlanjutan air. Hasil menunjukkan sudah terbentuk pemahaman mitra terhadap indikator tersebut, khususnya pada indikator 1-4.

Kegiatan ini sebagai rintisan mengkampanyekan efisiensi penggunaan air bersih pada usaha mikro dan kecil. Melalui sosialisasi ini diharapkan dipahami oleh pelaku usaha kemudian disebarluaskan kepada konsumen sehingga kedepannya membentuk tanggung jawab antara pelaku usaha dan konsumen. Kegiatan selanjutnya memungkinkan dilakukan pada kelompok usaha lain yang banyak menggunakan air misalnya jasa cuci mobil atau cuci motor. Selain itu dapat dilakukan dalam bentuk edukasi kepada anak-anak melalui sekolah.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Tarumanagara atas dukungan melalui SPK Nomor 0389-Int-KLPPM/UNTAR/III/2022. Tidak lupa mengucapkan terima kasih tim reviewer serta mitra atas bekerja sama dalam kegiatan ini.

REFERENSI

- Antwi A.H., Rolston, A, Linnane, S., and Getty, D. (2022). Communicating water availability to improve awareness and implementation of water conservation: A study of the 2018 and 2020 drought events in the Republic of Ireland. *Science of the Total Environment*. 807, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2021.150865> 0048-9697
- Benedict, and Hussein., H. An analysis of water awareness campaign messaging in the case of Jordan: Water conservation for state security skylar. *Water*. 11(1156), 1-16. doi:10.3390/w11061156
- Dwianika, A. (2020). Pengaruh Water Awareness Terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Wahana Akuntansi*, 15(1), 15-24 <https://doi.org/10.21009/wahanaakuntansi/15.1.02>
- Dwianika A, Murwaningsari E, Suparta W. (2020). Analysis of water awareness, accountability, and governance to improve sustainability of firm’s performance in urban areas. *Geographia Technica*, 15(1), 35-42. Doi: 10.21163/GT_2020.151.04
- Jawad A.D. (2012). Water issues and accounting awareness. *American Journal of Scientific Research*. 60:46-53. <http://www.eurojournals.com/ajsr.html>
- Mathur, S., and Tandon, N. (2016). Green Entrepreneurship: The Emerging Paradigm for Sustainable Growth and Development in India- A Study of the Millennials. *Indian Journal of Science and Technology*, 9(45), 1–11. Doi: 10.17485/ijst/2015/v8i1/106753.
- Nuringsih, K. & Edalmen. (2021). Pengenalan model kewirausahaan berkelanjutan pada Usaha Laundry di Beji Timur Depok. *SENADA*. Vol.2 No.1, 57-66. <https://doi.org/10.56881/senada.v2i1.85>