

EDUKASI PEMASARAN PRODUK RAMAH LINGKUNGAN KEPADA REMAJA WIRAUSAHA DI SEKOLAH SMK AL KHAERIYAH PENGAMPELAN

Agam Fauzan Ramadhan ^{1*}, Moch Eki Alkafi ², Dandi Saputra ³

^{1,2,3} Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Pamulang Kota Serang

*E-mail: agamfauzanramadan@gmail.com

ABSTRAK

Program Edukasi Pemasaran Produk Ramah Lingkungan kepada Remaja Wirausaha di Sekolah SMK Al Khaeriyah Pengampelan dilaksanakan sebagai upaya untuk meningkatkan kesadaran dan kemampuan siswa dalam memasarkan produk yang berorientasi pada kelestarian lingkungan. Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh rendahnya pengetahuan remaja terhadap konsep pemasaran hijau serta pentingnya peran generasi muda dalam mendukung pembangunan berkelanjutan melalui kegiatan kewirausahaan. Tujuan dari kegiatan ini adalah memberikan pemahaman tentang strategi pemasaran produk ramah lingkungan serta mendorong penerapan nilai-nilai ekologis dalam kegiatan bisnis siswa. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi penyuluhan, diskusi interaktif, dan praktik langsung pembuatan serta promosi produk ramah lingkungan. Peserta kegiatan adalah siswa jurusan bisnis daring dan pemasaran di SMK Al Khaeriyah Pengampelan yang memiliki minat dalam bidang kewirausahaan. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pengetahuan peserta sebesar 85% berdasarkan hasil pre-test dan post-test, serta meningkatnya motivasi siswa untuk mengembangkan produk yang memperhatikan aspek lingkungan. Dengan demikian, kegiatan edukasi ini berkontribusi positif terhadap peningkatan kompetensi kewirausahaan berwawasan lingkungan dan diharapkan dapat menjadi model pembelajaran kontekstual bagi sekolah kejuruan lainnya dalam membentuk wirausahawan muda yang peduli terhadap kelestarian lingkungan.

Kata Kunci : Edukasi, pemasaran, produk ramah lingkungan, wirausaha remaja

ABSTRACT

The program entitled "Education on Eco-Friendly Product Marketing for Young Entrepreneurs at SMK Al Khaeriyah Pengampelan" was conducted to enhance students' awareness and skills in marketing environmentally friendly products. This activity was motivated by the lack of knowledge among young people regarding green marketing concepts and the important role of youth in supporting sustainable development through entrepreneurship. The objective of this program was to provide understanding of eco-friendly product marketing strategies and to encourage the integration of ecological values in students' business practices. The implementation methods included lectures, interactive discussions, and hands-on practice in creating and promoting eco-friendly products. The participants were students from the online business and marketing department who showed interest in entrepreneurship. The results indicated an 85% increase in participants' knowledge based on pre-test and post-test outcomes, as well as higher motivation among students to develop environmentally conscious products. Therefore, this educational activity contributed positively to improving environmentally oriented entrepreneurial competence and is expected to serve as a contextual learning model for other vocational schools in fostering young entrepreneurs who care about environmental sustainability.

Keywords : education, marketing, eco-friendly products, young entrepreneurs

PENDAHULUAN

Isu lingkungan saat ini telah menjadi fokus utama di banyak bidang kehidupan, termasuk ekonomi dan kewirausahaan. Meningkatnya jumlah limbah, penggunaan zat kimia berbahaya, dan eksploitasi sumber daya alam yang tidak terkendali memerlukan perubahan menuju pola konsumsi dan produksi yang lebih berkelanjutan. Salah satu langkah strategis untuk mengatasi masalah ini adalah dengan menciptakan produk-produk yang ramah lingkungan yang memiliki nilai ekonomi serta membantu menjaga alam. Dalam konteks pendidikan kejuruan, siswa sebagai generasi penerus memiliki peluang besar untuk menjadi agen perubahan lewat kegiatan kewirausahaan yang berfokus pada keberlanjutan lingkungan.

SMK Al Khaeriyah Pengampelan sebagai lembaga pendidikan vokasi memiliki peran signifikan dalam memberikan siswa pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan yang sesuai dengan kebutuhan zaman. Namun, pengamatan awal menunjukkan bahwa banyak siswa masih memiliki pemahaman yang kurang tentang konsep pemasaran hijau serta pentingnya penerapan prinsip-prinsip lingkungan dalam kegiatan usaha. Rendahnya kesadaran terhadap isu keberlanjutan lingkungan juga menjadi tantangan dalam membentuk karakter wirausahawan muda yang bertanggung jawab secara sosial dan ekologis. Oleh karena itu, diperlukan metode edukatif yang dapat mengintegrasikan teori dan praktik untuk meningkatkan kesadaran siswa tentang pentingnya pemasaran produk yang berwawasan lingkungan.

Kegiatan “Edukasi Pemasaran Produk Ramah Lingkungan kepada Remaja Wirausaha di Sekolah SMK Al Khaeriyah Pengampelan” diselenggarakan sebagai bentuk kontribusi kepada masyarakat di sektor pendidikan. Melalui aktivitas ini, diharapkan siswa tidak hanya memahami dasar-dasar pemasaran berkelanjutan tetapi juga dapat menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Materi yang diajarkan mencakup pengenalan prinsip pemasaran hijau, strategi promosi untuk produk ramah lingkungan, serta pengembangan ide kreatif dalam mendaur ulang bahan menjadi produk yang memiliki nilai jual. Selain itu, kegiatan ini bertujuan untuk menciptakan pola pikir baru di kalangan siswa, sehingga mereka menyadari bahwa kesuksesan bisnis di masa depan tidak hanya diukur dari pendapatan finansial, tetapi juga dari kontribusi terhadap kelestarian lingkungan dan kesejahteraan komunitas. Dalam dunia usaha modern, kesadaran tentang lingkungan merupakan komponen penting yang memengaruhi citra dan daya saing produk. Oleh karena itu, pelatihan dan edukasi semacam ini relevan dalam mempersiapkan generasi muda yang peka terhadap isu lingkungan dan memiliki orientasi bisnis yang etis. Pelaksanaan edukasi ini menggunakan metode interaktif seperti presentasi, diskusi kelompok, praktik langsung, dan simulasi pemasaran produk. Dengan pendekatan ini, siswa dapat berpartisipasi aktif dan memahami konsep pemasaran hijau dengan lebih baik. Target yang diharapkan adalah meningkatnya kemampuan siswa untuk merancang, memproduksi, dan memasarkan produk ramah lingkungan dengan cara yang kreatif dan inovatif. Kegiatan ini juga memberikan manfaat positif bagi sekolah karena mendukung pengembangan kurikulum kewirausahaan yang berfokus pada lingkungan dan memperkuat reputasi sekolah sebagai institusi yang peduli terhadap pembangunan

berkelanjutan. Lebih jauh, melalui kegiatan ini diharapkan terjalin jaringan kewirausahaan hijau di antara siswa yang mampu menciptakan produk unggulan yang ramah lingkungan di masa depan. Dengan demikian, kegiatan edukasi ini tidak hanya sekedar pembelajaran, tetapi merupakan sebuah upaya nyata dalam membangun kesadaran ekologis, tanggung jawab sosial, serta karakter wirausahawan muda yang memiliki daya saing tinggi dan mengedepankan keberlanjutan.

METODE

Kegiatan “Edukasi Pemasaran Produk Ramah Lingkungan untuk Remaja Wirausaha di SMK Al Khaeriyah Pengampelan” dilaksanakan dengan metode yang melibatkan siswa secara aktif di setiap fase. Proses pelaksanaan terbagi menjadi tiga tahap utama: persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Setiap tahap memainkan peranan penting agar kegiatan dapat berjalan dengan baik dan mencapai tujuan pembelajaran yang diharapkan.

Di tahap persiapan, koordinasi dilakukan dengan pihak sekolah untuk menentukan waktu pelaksanaan, mengidentifikasi peserta yang akan terlibat, serta menyusun rencana kegiatan secara rinci. Tim pelaksana juga menyiapkan materi pelatihan yang relevan dengan kebutuhan siswa, termasuk konsep dasar pemasaran ramah lingkungan, strategi promosi yang berkelanjutan, serta cara mengolah limbah menjadi produk dengan nilai ekonomi. Selain itu, juga disiapkan instrumen evaluasi berupa pre-test dan post-test untuk menilai kemajuan pengetahuan siswa sebelum dan setelah kegiatan. Persiapan ini juga meliputi pengadaan logistik seperti alat peraga, media untuk presentasi, dan bahan pendukung untuk praktik pembuatan produk ramah lingkungan.

Tahap pelaksanaan mencakup seminar, penyuluhan, diskusi interaktif, dan praktik langsung. Seminar dan penyuluhan memberikan fokus pada penyampaian materi mengenai betapa pentingnya pemasaran berkelanjutan dalam dunia bisnis saat ini serta kontribusi generasi muda dalam menciptakan inovasi yang ramah lingkungan. Materi disampaikan dengan cara yang komunikatif agar mudah dipahami oleh siswa dari berbagai jurusan, terutama dari jurusan akuntansi yang ikut serta. Dengan menggunakan metode diskusi dan studi kasus, peserta diajak untuk mengenali isu-isu lingkungan di sekitar mereka dan menemukan solusi kreatif yang dapat dijadikan peluang usaha.

Dalam sesi praktik, siswa dibimbing untuk merancang dan membuat prototipe produk ramah lingkungan dengan menggunakan bahan daur ulang atau bahan alami yang mudah didapat. Setelah itu, mereka diminta untuk menyusun strategi pemasaran yang efektif, termasuk dalam aspek harga, promosi, dan distribusi dengan pendekatan green marketing. Kegiatan diakhiri dengan sesi presentasi hasil karya, di mana setiap kelompok memaparkan konsep produk, keunggulan ramah lingkungan, serta strategi pemasaran yang telah mereka buat. Tahapan ini tidak hanya melatih kemampuan berpikir kritis dan kreatif siswa, tetapi juga meningkatkan kepercayaan diri serta kemampuan komunikasi mereka dalam menyampaikan ide bisnis.

Tahap evaluasi dilakukan secara menyeluruh untuk menilai efektivitas program. Evaluasi kuantitatif dilakukan dengan membandingkan hasil pre-test dan post-test untuk

mengetahui peningkatan pengetahuan dan pemahaman siswa tentang konsep pemasaran ramah lingkungan. Sementara evaluasi kualitatif dilakukan melalui observasi langsung, wawancara singkat, dan penilaian terhadap hasil proyek siswa. Aspek yang dinilai meliputi kreativitas, inovasi produk, keunikan ide, serta kemampuan dalam menerapkan strategi pemasaran yang etis dan berkelanjutan.

Berdasarkan hasil evaluasi, kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman siswa mengenai pentingnya menjaga keseimbangan antara aspek ekonomi dan lingkungan dalam berwirausaha. Siswa juga menjadi lebih termotivasi untuk menciptakan produk inovatif yang tidak merusak alam serta memahami bagaimana nilai keberlanjutan dapat menarik perhatian konsumen di pasar. Selain manfaat bagi masing-masing siswa, kegiatan ini juga memberikan dampak positif bagi sekolah dengan memperkuat budaya kewirausahaan yang ramah lingkungan serta mendorong pembentukan komunitas siswa yang peduli terhadap lingkungan.

Dengan cara ini, aktivitas pendidikan ini tidak hanya berfungsi sebagai media untuk belajar teori, tetapi juga sebagai tempat untuk membentuk karakter pengusaha muda yang inovatif, bertanggung jawab, dan peduli terhadap lingkungan. Dalam waktu yang lebih lama, diharapkan para siswa bisa mengaplikasikan prinsip-prinsip keberlanjutan tersebut di lingkungan pekerjaan atau dalam usaha mereka sendiri, sehingga dapat memberikan sumbangsih nyata terhadap terciptanya ekonomi ramah lingkungan dan pembangunan yang terus berkelanjutan di tahun-tahun mendatang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini membahas penemuan yang diperoleh selama pelaksanaan kegiatan serta menilai sejauh mana kegiatan tersebut mencapai tujuannya. Dalam acara "Pendidikan Pemasaran Produk Ramah Lingkungan untuk Wirausaha Muda di Sekolah SMK Al Khaeriyah Pengampelan", fokus utama adalah meningkatkan pengetahuan siswa mengenai konsep pemasaran yang berkelanjutan, pentingnya tanggung jawab sosial dalam bisnis, serta integrasi nilai-nilai lingkungan dalam kewirausahaan. Kegiatan ini melibatkan 80 siswa jurusan Akuntansi, yang memiliki potensi besar untuk mengelola aspek keuangan bisnis berbasis lingkungan sekaligus menerapkan prinsip efisiensi sumber daya dalam praktik kewirausahaan.

1. Hasil Kegiatan

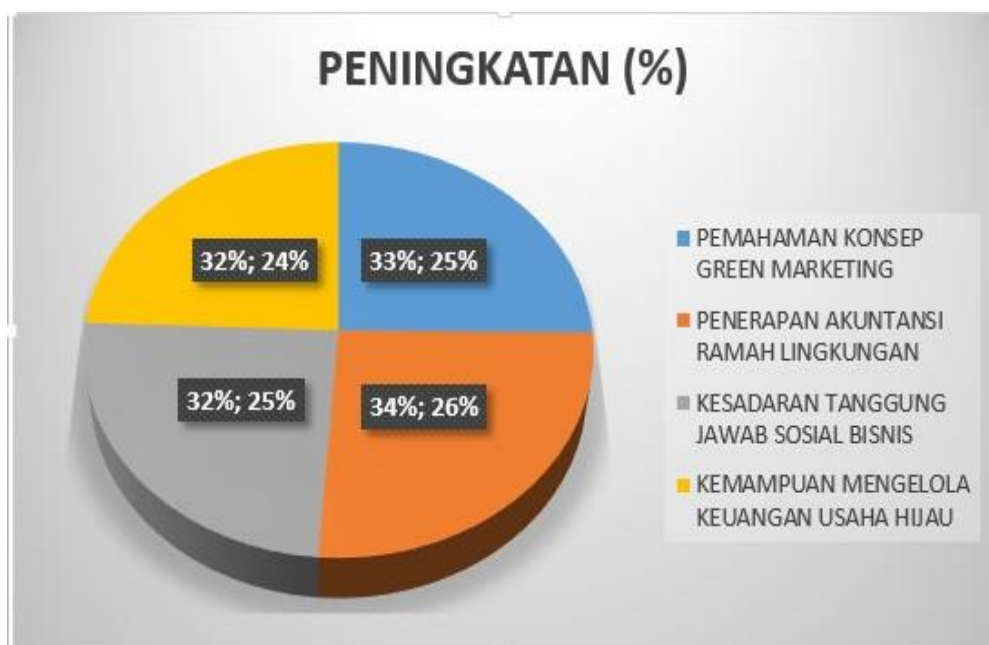
Edukasi dilakukan dengan metode interaktif melalui penyampaian materi, diskusi kelompok, dan praktik sederhana. Dari hasil evaluasi, terdapat peningkatan pengetahuan yang signifikan, di mana nilai rata-rata pre-test yang awalnya 58% meningkat menjadi 90% pada post-test. Ini menunjukkan bahwa siswa dari jurusan Akuntansi mampu memahami hubungan antara pengelolaan keuangan dan keberlanjutan lingkungan, seperti pencatatan biaya untuk produk ramah lingkungan dan perhitungan efisiensi penggunaan bahan baku. Siswa juga berpartisipasi dalam simulasi penyusunan laporan keuangan sederhana untuk produk ramah lingkungan, yang membantu mereka memahami bagaimana aspek keberlanjutan dapat dimasukkan dalam rencana bisnis.

2. Analisis dan Pembahasan

Metode pendidikan yang berbasis praktik dan partisipasi terbukti efektif dalam meningkatkan kesadaran lingkungan serta kemampuan berpikir kritis di antara siswa. Dengan mengaitkan konsep akuntansi dengan pemasaran yang berorientasi pada keberlanjutan, siswa dapat melihat keterkaitan nyata antara efisiensi biaya, keberlanjutan, dan keuntungan jangka panjang. Diskusi kelompok juga memicu siswa untuk mengembangkan ide-ide bisnis yang menggunakan bahan-bahan daur ulang dan pengelolaan keuangan yang transparan. Penerapan pendekatan kontekstual ini sejalan dengan prinsip belajar melalui pengalaman, yang memungkinkan siswa untuk memahami konsep bisnis berkelanjutan secara lebih mendalam.

3. Dampak dan Implikasi Kegiatan

Kegiatan ini memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan sikap siswa. Mereka semakin menyadari bahwa keberhasilan suatu bisnis tidak hanya diukur dari keuntungan finansial, tetapi juga dari kontribusi terhadap lingkungan. Selain itu, kegiatan ini memotivasi siswa untuk menciptakan ide bisnis yang berorientasi pada akuntansi ramah lingkungan, seperti pencatatan biaya dari aspek lingkungan, efisiensi energi, dan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya memperkuat kemampuan akuntansi siswa, tetapi juga membentuk karakter wirausaha muda yang peduli terhadap lingkungan serta siap menghadapi tantangan dalam ekonomi hijau di masa yang akan datang.



Gambar 1 Pengaruh perubahan tekan terhadap waktu

NO	ASPEK PENILAIAN	SEBELUM KEGIATAN (PRE-TEST)	SESUDAH KEGIATAN (POST-TEST)	PENINGKATAN (%)
1	PEMAHAMAN KONSEP GREEN MARKETING PENERAPAN	55%	88%	33%
2	AKUNTANSI RAMAH LINGKUNGAN KESADARAN	52%	86%	34%
3	TANGGUNG JAWAB SOSIAL BISNIS KEMAMPUAN	58%	90%	32%
4	MENGELOLA KEUANGAN USAHA HIJAU	60%	92%	32%

KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari kegiatan dan penelitian yang dilakukan tentang Edukasi Pemasaran Produk Ramah Lingkungan bagi Remaja Wirausaha di SMK Al-Khaeriyah Pengampelan, dapat ditarik kesimpulan bahwa edukasi ini memberikan efek positif terhadap peningkatan pengetahuan, pemahaman, serta kesadaran siswa mengenai pentingnya menjaga keberlangsungan lingkungan melalui kegiatan kewirausahaan. Siswa dapat menyadari bahwa aktivitas pemasaran tidak hanya terfokus pada keuntungan finansial, tetapi juga menyangkut tanggung jawab sosial terhadap lingkungan.

Melalui kegiatan ini, siswa menunjukkan kemajuan dalam berpikir kreatif dan inovatif, terutama dalam menciptakan produk yang berwawasan lingkungan, seperti penggunaan bahan daur ulang dan kemasan yang ramah lingkungan. Edukasi ini juga membangkitkan sikap tanggung jawab, kepedulian, dan semangat kewirausahaan yang beretika, yang menjadi landasan dalam pembentukan karakter eco-preneur di kalangan pelajar. Dengan demikian, program ini terbukti efektif dalam meningkatkan kesadaran tentang pentingnya pemasaran berkelanjutan dan menjadi langkah awal dalam membangun generasi muda yang peduli terhadap lingkungan serta mampu berkontribusi pada pembangunan ekonomi berkelanjutan di masa depan.

Saran

Kegiatan edukasi pemasaran produk ramah lingkungan sebaiknya dilaksanakan secara terus-menerus agar manfaatnya dapat dirasakan dalam waktu yang lama. Pihak sekolah diharapkan dapat mengintegrasikan materi kewirausahaan berbasis lingkungan

ke dalam kurikulum maupun kegiatan ekstrakurikuler, serta menjalin kerja sama dengan industri dan lembaga lingkungan untuk memperluas pengetahuan siswa. Untuk siswa, diharapkan dapat terus mengembangkan kreativitas dalam merancang produk yang ramah lingkungan serta menerapkan strategi pemasaran yang etis dan inovatif. Selain itu, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk melakukan kajian lebih mendalam tentang efektivitas program edukasi ini dalam jangka panjang serta meneliti faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keberhasilan penerapan pemasaran berkelanjutan dalam konteks pendidikan kejuruan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Saya ucapkan terima kasih kepada SMK Al-Khaeriyah Pengampelan yang telah memberikan izin dan dukungan untuk melaksanakan kegiatan Edukasi Pemasaran Produk Ramah Lingkungan bagi Remaja Wirausaha. Selain itu, penulis juga menghaturkan terima kasih kepada para guru dan siswa-siswi yang telah menunjukkan partisipasi dan antusiasme yang tinggi selama acara berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Analisis Strategi Pemasaran Hijau (Green Marketing). (2025). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*.
- Ariestania, A. R., & Adriyanto, A. T. (2024). Green Marketing dalam Membentuk Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 25(2), 159–176.
- Chen, Y. S. (2010). The Drivers of Green Brand Equity: Green Brand Image, Green Satisfaction, and Green Trust. *Journal of Business Ethics*, 93(2), 307–319.
- Consumer Perception of Green Marketing. (2025). *Datu: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*.
- Dangelico, R. M., & Vocalelli, D. (2017). Green Marketing: An Analysis of Definitions, Dimensions, and Relationships with Stakeholders. *Business Strategy and the Environment*, 26(4), 457–475.
- Gandajaya, L. (2022). Pengaruh Green Marketing Mix terhadap Minat Beli Produk. *Jurnal JABS, Institut Teknologi Bandung*.
- Green Marketing di Indonesia. (2025). *Fakultas Manajemen, Universitas Muhammadiyah Metro*.
- Green Marketing: Penerapan dan Implikasinya pada Konsumen Indonesia. (2024). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Berkelanjutan*.

- Islam, D. (2018). Tinjauan Penerapan Konsep Green Marketing dalam Pelestarian Lingkungan. *Jurnal Pamator*, 11(1), 10–18.
- Islam, D. (2018). Tinjauan Penerapan Konsep Green Marketing dalam Pelestarian Lingkungan. *Jurnal Pamator*, Universitas Trunojoyo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Leonidou, C. N., Katsikeas, C. S., & Morgan, N. A. (2013). Greening the Marketing Mix: Do Greeners Lead to Greener? *International Journal of Business and Social Science*, 4(7), 84–92.
- Mahmoud, T. O., Ahmad, S., & Pius, A. (2020). Green Marketing Orientation and Performance of SMEs: The Mediating Role of Green Innovation. *Journal of Business & Retail Management Research*, 14(3), 151–162.
- Noviyanti, D. (2021). Green Marketing: Upaya Pemasaran dalam Melestarikan Lingkungan. *Jurnal Al-Hadharah*.
- Peattie, K., & Crane, A. (2005). Green Marketing: Legend, Myth, Farce or Prophecy? *Qualitative Market Research*, 8(4), 357–370.
- Rahman, I., & Reynolds, D. (2016). Predicting Green Hotel Behavioral Intentions Using a Theory of Environmental Values. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 40(3), 1–24.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Utami, K. S., Lestari, D., & Maulana, I. (2023). Green Awareness, Eco Label, dan Eco Brand pada Perilaku Konsumen. *J-MAE (Jurnal Manajemen dan Akuntansi E-Bisnis)*.
- Wijaya, B. S. (2018). Green Product Strategy and Its Impact on Consumer Buying Behavior. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 11(2), 345–360.