

SURAT TUGAS

Nomor : 1475-Int-KLPPM/UNTAR/XI/2022

Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Tarumanagara menugaskan **Redaksi Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia (BMI)**, Volume 5, No. 3, November 2022:-

Redaksi

Ketua Editor : Endah Setyaningsih

Editor Pendamping : Jap Tji Beng

Samsu Hendra Siwi

Hetty Karunia Tunjungsari

Mitra Bestari

: Agustinus Purna Irawan (Universitas Tarumanagara)

Theresia Dwinita Laksmidewi (Universitas Katolik Atma Jaya)

Rizki Arnanto Mangkuto (Institut Teknologi Bandung)

Henry Candra (Universitas Trisakti)

Wahyu Raharjo (Universitas Gunadarma)

Ratna Devi (Universitas Sebelas Maret)

Ari Widyati Purwantiastining (Universitas Muhammadiyah Jakarta)

Rasji (Universitas Tarumanagara)

Fransisca Iriani Roesmala Dewi (Universitas Tarumanagara)

Hetty Karunia Tunjungsari (Universitas Tarumanagara)

Samsu Hendra Siwi (Universitas Tarumanagara)

Endah Setyaningsih (Universitas Tarumanagara)

Meilani Kumala (Universitas Tarumanagara)

Keni (Universitas Tarumanagara)

Amad Sudiro (Universitas Tarumanagara)

Arlends Chris (Universitas Tarumanagara)

Riris Loisa (Universitas Tarumanagara)

Titi Fatmuh (Universitas Tarumanagara)

Nur Intania Sofianita (UPN Veteran Jakarta)

Sekretariat:

Mega Cynthia Wishnu

Amalia Setyowulan

Sofyan Maulana

Jihan Novita Sari Putri

Demikian Surat Tugas ini dibuat kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan dengan penuh rasa tanggung jawab. Penugasan ini mulai berlaku pada tanggal **30 September 2022 s/d 30 Desember 2022**

Jakarta, 08 November 2022

Ketua LPPM



Ir. Jap Tji Beng, M.Psi., Ph.D.

Lembaga

- Penelitian
- Penelitian dan Pengabdian Masyarakat
- Penelitian & Pengabdian kepada Masyarakat
- Penelitian Mutu dan Sumber Daya
- Sistem Informasi dan Database

Teknik

- Sistem dan Sistem
- Sistem
- Sistem
- Sistem
- Sistem
- Sistem

- Teknologi Informasi
- Ilmu Rupa dan Desain
- Ilmu Komunikasi
- Program Pascasarjana

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

ABSTRACT

The basic considerations for environmentally friendly education were initiated through the introduction of water awareness with Laundry business partners in Beji Timur, Depok. This business is closely related to the use of clean water so it needs to be supported by socialization related to water awareness. This is a continuation of previous activities regarding sustainable entrepreneurship in the Laundry business sector with a focus on water awareness. It is known that this issue is related to climate change, so it requires wise behavior in using clean water and protecting water sources for the sake of living together. In addition to household interests, water use is distributed among various businesses/MSMEs, so an understanding of the use of clean water is needed. The approach is carried out through socialization and evaluation of water awareness and its impact on environmental and business sustainability. This socialization activity can be understood by business actors and will then be disseminated to consumers. This is a pioneering campaign for environmental sustainability, especially the efficient use of clean water in the micro and small business sector.

Keywords: Water awareness, Laundry Business, Sustainable Development Goals (SDGs)

ABSTRAK

Pertimbangan dasar edukasi ramah lingkungan dirintis melalui pengenalan water awareness dengan mitra usaha Laundry di Beji Timur Depok. Usaha ini sangat berkaitan dengan penggunaan air bersih sehingga perlu didukung dengan sosialisasi terkait water awareness. Ini sebagai lanjutan kegiatan sebelumnya tentang sustainable entrepreneurship di sektor usaha Laundry dengan fokus water awareness. Seperti diketahui bahwa isu ini berkaitan dengan perubahan iklim sehingga menuntut perilaku bijak penggunaan air bersih serta menjaga sumber air demi kehidupan bersama. Di samping kepentingan rumah tangga, penggunaan air terdistribusi pada berbagai bisnis/UMKM sehingga perlu pemahaman penggunaan air bersih. Pendekatan dilakukan melalui sosialisasi dan evaluasi tentang water awareness serta dampaknya pada keberlangsungan lingkungan dan usaha. Kegiatan Sosialisasi ini dapat dipahami oleh pelaku usaha dan kemudian akan disebarluaskan kepada konsumen. Ini sebagai rintisan mengkampanyekan keberlanjutan lingkungan khususnya efisiensi penggunaan air bersih pada sektor usaha mikro dan kecil.

Kata kunci: Water awareness, Usaha Laundry, Sustainable Development Goals (SDGs)

Commented [U1]: Bila PKM hanya dilakukan di 1 tempat usaha laundry, maka sebaiknya ditulis (bila pihak mitra tidak mau ditulis, maka cukup diberi inisial. Sosialisasi tidak bisa hanya 1 tempat. Namun bisa dilakukan evaluasi terhadap pelaksanaan program water awareness.

Commented [U2]: Hanya 137 kata, sebaiknya 250 kata. Abstrak perlu lebih spesifik tentang penggunaan air bersih pada usaha laundry dengan berbagai prosesnya terhadap kebutuhan air bersih, bahkan volume penggunaan airnya disetiap kilogram cucian.

1. PENDAHULUAN

Pembangunan berkelanjutan memiliki sasaran mewujudkan kesejahteraan masyarakat global. Persatuan Bangsa-Bangsa membangun kesepakatan bersama dalam 30 tahun dirintis melalui *Millennium Development Goals* (MDGs) dengan capaian 2000-2015 dilanjutkan *Sustainable Development Goals* (SDGs) meliputi 17 agenda dengan masa capaian 2030. Sasaran SDGs terklasifikasi menjadi tiga aspek dikenal sebagai *triple bottom line* oleh Elkington pada masa 2000-an. Kedua program tersebut bersifat melanjutkan MDGs sehingga dengan masa pencapaiannya selama 30 tahun dapat mewujudkan kesejahteraan masyarakat berkelanjutan. Untuk itu dalam menjalankan pembangunan ekonomi meski harus menyelaskan dengan dua aspek lainnya sehingga terbentuk keselarasan dalam 3Ps yaitu: *people, profit and planet*.

Satu aspek sangat menarik dihayati dan diimplementasikan dalam aktivitas entrepreneurial adalah aspek lingkungan. Masalah lingkungan menjadi aspek yang sering diabaikan karena tidak berkaitan secara langsung dengan manusia atau tidak bersentuhan langsung dengan aspek budayamasyarakat sehingga cenderung diabaikan atau justru cenderung menambah beban sampah terhadap kelestarian alam. Oleh karena itu masalah lingkungan pada MDGs diatasi melalui target ke-7 (*ensure environmental sustainability*) yang dikembangkan menjadi 5 sasaran melalui SDGs-6 (*sanitation & clean water*), SDGs-12 (*responsible consumption & production*),

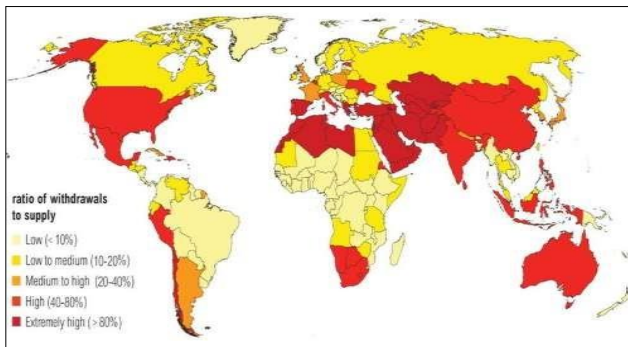
SDGs-13 (*climate action*), SDGs-14 (*live below water*) dan SDGs-15 (*live on land*) atau 30% sasaran SDGs terfokus pada solusi lingkungan sehingga semua elemen masyarakat dan wirausaha harus mengapresiasi program tersebut demi menjaga keberlanjutan lingkungan khususnya air bersih.

Dalam konteks sosial budaya masyarakat masih belum memahami *water awareness*. Kegiatan ini dilakukan untuk membantu memahami aspek lingkungan kepada pelaku usaha. Target kegiatan memberikan pemahaman kesadaran pada efisiensi air bersih bagi pelaku usaha supaya dalam menjalankan usahanya nanti memiliki kepedulian dengan kelestarian sumber daya air. Kegiatan ini memiliki relevansi dengan upaya memperkenalkan model *green entrepreneurship* sehingga sebagai rintisan mengkampanyekan keberlanjutan lingkungan dimulai dari tingkat usahakecil dengan tujuan mendapatkan gambaran bagaimana persepsi pada isu-isu tersebut kemudian bagaimana bentuk implementasi yang dilakukan dalam menjalankan usahanya.

Pertimbangan dasar edukasi ramah lingkungan dirintis melalui pengenalan *water awareness* dengan mitra usaha Laundry. Usaha ini sangat berkaitan dengan penggunaan air bersih sehingga perlu didukung dengan sosialisasi terkait *water awareness*. Kegiatan ini sebagai lanjutan kegiatan sebelumnya tentang sustainable entrepreneurship di sektor usaha Laundry (Nuringsih & Edalmen, 2021) sehingga fokus pada *water awareness* sebagai refleksi SDG-6. Diketahui bahwa isu ini berkaitan dengan perubahan iklim sehingga menuntut perilaku bijak dalam penggunaan air bersih serta menjaga sumber air demi kehidupan bersama. Di samping kepentingan rumah tangga, penggunaan air terdistribusi pada berbagai sektor bisnis/UMKM (Jawad, 2012) sehingga diperlukan pemahaman penggunaan air bersih. Untuk menjaga keberlanjutan ketersediaan air bersih, edukasi *water awareness* menjadi penting pada berbagai segmen masyarakat.

Gambar 1

Skenario Water Stress Pada Tahun 2040



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

Commented [U3]: Italik kalau kata asing

Commented [U4]: Harus dijelaskan apa itu water awareness.

Commented [U5]: Agar dijelaskan apa itu green entrepreneurship dan sumber bacaan

Nampak Indonesia pada kelompok merah sementara Papua Nugini, Brunei Darusalam, Malaysia, ataupun Thailand dan negara sekitarnya berwarna kuning. Ini mengindikasikan rasio penarikan air bersih dibandingkan dengan pasokan atau sumber air bersih masih relatif rendah atau medium antara 10-20%. Sementara itu Indonesia masuk pada katagori tinggi dengan rasio sebesar 40-80% sedangkan dengan luas wilayah sangat luas sudah mencapai pada tingkatan risiko tersebut. Ancaman kelangkaan air (*water shortage*) menjadi salah satu *environmental risk* yang akan berdampak pada keberlanjutan usaha dan kehidupan manusia sehingga perlu pencegahan risiko melalui *water awareness campaign* (Benedict & Hussein, 2019). Upaya sosialisasi kepada masyarakat tentang konservasi sumberdaya air menjadi penting sehingga memahami kualitas air minum dan akses terhadap air tersebut (Antwi et al., 2022). Oleh karena itu sudah saatnya menggencarkan sosialisasi perilaku peduli lingkungan dengan menekankan pada pro-air bersih atau berbentuk *water awareness* pada lingkup sektor kewirausahaan.

Sebagai masyarakat Kota Depok, keberadaan kota ini memiliki kawasan resapan dibuktikan dengan memiliki banyak situ yang masih aktif dengan sumber daya air relatif besar. Namun dari sebagai besar situ terhubung dengan aliran air selokan kotor dan sampah. Hal ini mengindikasikan adanya kebiasaan yang mengganggu ketersediaan air. Oleh karena itu sebagai salah satu usaha yang bergerak pada usaha laundry dipastikan aktivitas usahanya berkaitan dengan penggunaan airbersih sehingga dalam menjalankan usaha tersebut diperkukan pengetahuan tentang *wáter awareness*. Selama ini masyarakat kurang menyadari pentingnya menjaga ketersediaan air bersih, mereka hanya sebagai pengguna yang kurang pemahaman terhadap *water awareness*. Dengan demikian alasan melakukan kegiatan ini adalah untuk mempertemukan gap yang terjadi antara aspek pengetahuan yang relatif baru dengan aspek implementasi di tingkat masyarakat. Sebagai upaya mengatasi gap tersebut dirintis melalui sosialisasi skala kecil pada mitra Laundry Boy di Beji Timur Depok.

2. METODE PELAKSANAAN

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:

- Memberikan informasi tentang manfaat *water awareness* bagi keberlangsungan lingkungan hidup dan keberlanjutan usaha laundry
- Menyiapkan indikator untuk mengukur *water awareness* serta evaluasi pengetahuan wirausaha laundry terhadap *water awareness*
- Sejumlah praktek dalam menjaga penggunaan air secara efisien dalam menjalankan usaha laundry.

Evaluasi Kegiatan

Kegiatan evaluasi dilakukan untuk mengetahui persepsi atau pemahaman pemilik usaha terhadap water awareness serta memahami kemungkinan dampak jika mengabaikan water awareness terhadap keberlanjutan lingkungan hidup dan keberlanjutan usaha. Evaluasi menggunakan instrumen dengan pendekatan secara diskriptif atau sesuai opini dari pelaku usaha. Dalam proses ini water awareness dibreakdown menjadi 5 indikator yaitu: 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.

3. HASIL DAN DISKUSI

Kegiatan dilaksanakan pada 26 April dan 12 Mei 2022 dengan menekankan pada pemberian pengetahuan tentang pentingnya water awareness bagi pelaku usaha terutama yang memiliki bidang usaha terkait dengan penggunaan air bersih diantaranya usaha jasa laundry, cuci mobil atau salon kecantikan. Pada kegiatan ini berkaitan dengan jasa laundry dengan mitra Laundry Boy dengan yang berada di Beji Timur Depok. Usaha ini mulai operasional sejak Mei 2020 sehingga hingga saat ini sudah berjalan 2 tahun pada bulan Mei 2022. Pada masa persiapan sebelum pandemi Covid-19 sehingga dengan asumsi tidak ada kendala besar terkait dengan bencana global Covid-19. Pada bulan Mei 2020 mulai dibuka dimana pada saat awal pendirian usaha sangat banyak menghadapi kendala karena faktor pandemik yang diperkirakan hanya dalam hitungan bulan namun ternyata sampai tahunan dan dilakukan banyak pembatasan atau PSBB pada kala itu sehingga pelanggan yang sebelumnya dianggap potensial ternyata berubah diluar kendali pelaku usaha. Namun seiring dengan kondisi dan terus belajar dari pengalaman memahami konsumen dipandemi maka usaha laundry mulai menunjukkan hasil meskipun belum terlalu besar.

Bila dikaji melalui tahapan maka daur hidup suatu usaha baru (*new venture*) maka usaha jasa Laundry Boy masih dalam katagori “*development stage*” dimana fokus wirausaha masih pada aktivitas produksi prototype, trial proses produksi, delivery dan implementasi hasil trial. Untuk itu perlu mencari gagasan baru yang sesuai dengan kondisi target pasar. Keuntungan juga belum dapat diandalkan sehingga aktivitas yang dilakukan berusaha mendorong permintaan pasar. Oleh karena itu kegiatan pengabdian pertama difokuskan pada pendampingan dengan tujuan menarik pasar dan menyempurnakan strategi pemasaran. Sejalan dengan perkembangan usaha laundry yang makin marak saat ini maka kegiatan pengabdian dilanjutkan pada kegiatan sosialisasi “*water awareness*” kepada pelaku usaha Laundry Boy. Hal ini untuk melengkapi pengetahuan yang sudah dilakukan sebelumnya (Nuringsih & Edalmen, 2021) agar terbentuk perilaku wirausaha yang memiliki kesadaran pada lingkungan hidup termasuk di antaranya sektor Laundry serta dapat menjelaskan tentang manfaat bagi lingkungan kepada pelanggan.

Seperti terlihat pada gambar berikut, dua mesin sedang bekerja dengan masing-masing 4 kg pakaian kotor sehingga total keseluruhan 8 kg pakaian kotor dalam setiap prosesnya. Bagian bawah sebagai mesin pencuci sedangkan atasnya sebagai mesin pengering. Sampai saat ini dalam satu hari operasional rata-rata berjalan tiga kali proses pencucian dengan penggunaan air bersih yang relatif hemat. Namun demikian kerja optimal mesin 4-5 kali. Dengan satu pelanggan satu mesin maka dipastikan hasil cucian menjadi higienis dibandingkan dengan laundry lain yang melakukan pencampuran dalam pencucian pakaian pelanggan. Dengan demikian bagi rumah tangga sebenarnya dengan melakukan pencucian sendiri justru hemat air bersih, tenaga dan hemat penggunaan listrik. Terkait dengan adanya manfaat bagi lingkungan maka usaha laundry memiliki

Commented [U6]: Hasil bahasan ditambah bahasan tentang data volume pemakaian volume air pada laundry dan sosialisasi dilakukan di bagian mana.

potensi dikembangkan sehingga pelaku usaha perlu diingatkan pentingnya *water awareness* sehingga informasi ini digunakan sebagai *sharing value* yang diperkenalkan kepada pelanggan.

Gambar 2

Aktivitas Usaha Laundry



Sumber : Dokumentasi Penulis

Oleh karena itu, solusi yang diberikan untuk mengatasi masalah mitra terkait dengan keterbatasan pengetahuan tentang efek *water awareness* dalam keberlanjutan lingkungan hidup dan kelangsungan usaha. Solusi dilakukan dengan cara memberikan sosialisasi terkait dengan berbagai aspek tentang *water awareness*. Tahapan aktivitas dalam memahami *water awareness* dan indikatornya dijelaskan sebagai berikut:

Pertama: Memberikan pemahaman mengenai manfaat positif *water awareness* terhadap keberlangsungan lingkungan hidup dan kinerja usaha

Kesadaran perusahaan pada kualitas air sangat penting untuk memastikan keberlangsungan sumber air. Pertimbangan *water awareness* berkaitan dengan isu perubahan iklim sehingga menuntut perilaku bijak menggunakan air bersih dan menjaga sumber air hingga sejalan dengan SDGs-6. Berdasarkan pada suatu studi dilakukan oleh Jawad (2012) membahas tentang kesadaran masalah air di Yordania dimana ditemukan bahwa kesadaran masyarakat terhadap situasi dan kondisi air cenderung rendah sehingga direkomendasikan perlunya pelaksanaan program yang tepat untuk meningkatkan kesadaran air. Di samping kepentingan rumah tangga, penggunaan air terdistribusi pada berbagai sektor bisnis dengan distribusi terbesar sektor pertanian, kemudian pariwisata, industri dan sektor hiburan. Sumber air bersih harus dijaga agar tidak mengganggu keberlanjutan sektor tersebut.

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. Ditunjukan berada pada peringkat 51 sehingga kelangkaan air bersih akan berdampak pada sektor pangan, kesehatan, ekonomi dan kehidupan lainnya. Ancaman kelangkaan air sebagai *environmental risk* yang mengancam keberlanjutan usaha pertanian serta mengganggu sektor lainnya yang banyak menggunakan air bersih sehingga upaya pencegahan dilakukan *water awareness campaign* (Benedict & Hussein, 2019). Sosialisasi konservasi sumberdaya air bertujuan memahami kualitas air minum dan akses air tersebut (Antwiet al., 2022). Hasil penelitian Dwianika et al., (2020) menunjukan *water awaness* berpengaruh pada keberlanjutan kinerja keuangan sehingga dalam mempertahankan kelestarian lingkungan perlu ditindaklanjuti melalui tanggung jawab bersama. Dengan demikian sektor usaha laundry tergantung pada kecukupan air bersih sehingga kesadaran menggunakan air secara efisien penting dipahami pelaku usaha serta masyarakat.

Kedua: 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* dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 1

Pendapat Mitra Pada Indikator *Water Awareness*

Indikator	Jawaban Mitra
Kepercayaan pada pasokan air	Sampai saat ini masyarakat di sekitar tempat usaha ini belum mengalami kekurangan air bersih, meskipun di beberapa tempat lain di Beji Timur ada yang menghadapi keterbatasan air sumurnya di musim kemarau.
Pengetahuan pada kualitas air	Air bersih tidak berbau, tidak berwarna / jernih dan tidak berasa sebagai kriteria air bersih.
Kualitas air yang didapatkan	Sampai saat ini air bersih masih mudah didapatkan dari sumber air tanah di Beji Timur
Pengetahuan terhadap pencemaran air	Pencemaran air disebabkan limbah rumah tangga dan industry rumah tangga s/d besar serta rumah sakit/klinik yang dibuang melalui aliran sungai
Kesadaran terhadap keberlanjutan air.	Air bersih harus dijaga dan dihemat penggunaannya agar tidak kekurangan air di musim kemarau. Pemerintah Daerah menyediakan jaringan PDAM tetapi masih dalam lokasi terbatas sehingga belum semua warga Beji Timur menikmati air yang difasilitasi PDAM.

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

Ketiga: Menunjukkan sejumlah praktek menjaga sumber air dan penggunaan air bersih secara efisien oleh rumah tangga dan industri

Untuk tingkatan rumah tangga dilakukan dengan menghemat air bersih untuk kepentingan mandi, cuci dan lainnya. Masyarakat tidak membiasakan membuang saluran **seпти tank** langsung ke sungai. Sedangkan bagi sektor usaha dilakukan dengan tidak membuang limbah secara langsung ke aliran sungai namun diolah (didaur ulang) terlebih dahulu agar tidak mencemari sungai.

Secara spesifik, kegiatan ini memiliki relevansi dengan *green business* atau *green entrepreneurship* dimana pelaku usaha mengedepankan nilai-nilai ramah lingkungan atau green value serta social value. Hal selaras sejalan dengan harapan SDGs khususnya terkait dengan SDGs-6 tentang sanitasi dimana melalui pemahaman *water awareness* yang baik di kalangan wirasusaha maka akan berdampak pada kebersihan sanitasi dan air bersih. Sejalan dengan SDGs-13 (*climate action*), SDGs-14 (*live below water*) dan SDGs-15 (*live on land*). Dengan adanya ancaman perubahan iklim dapat merubah musim sehingga menyebabkan banjir atau kekeringan di Indonesia. Sementara itu dengan adanya *water awareness* akan menjaga ekosistem sungai dan laut sehingga turut menjaga kelestarian keanekaragaman hayati pada ekosistem tersebut. Demikian juga akan berdampak pada kelestarian dan kesejahteraan bagi makhluk hidup di darat termasuk kesejahteraan manusia dan hewan.

Gambar 3

Keterkaitan dengan SDGs



Sumber : Sustainable Development Goals – UNDP

Dengan terbentuk kesadaran terhadap air ini maka akan berdampak positif pada perilaku prolingkungan sehingga menjadi berhati-hati dengan penggunaan air bersih serta menangani atau menekan limbah sebelum dibuang di saluran air. Dengan demikian meskipun dengan pendekatan yang sederhana dan terbatas tetapi memberikan kontribusi pada upaya menghadapi krisis air pada 2040 seperti yang diprediksikan oleh World Resources Institute sejak tahun 2015.

4. KESIMPULAN

Telah dilakukan pengabdian masyarakat tentang pemahaman *water awareness* dengan mitra usaha laundry di Beji Timur. Pertimbangan dasar edukasi ramah lingkungan dirintis melalui pengenalan *water awareness* dengan mitra usaha Laundry di Beji Timur Depok. Usaha ini sangat berkaitan dengan penggunaan air bersih sehingga perlu didukung dengan sosialisasi terkait **water awareness**. Seperti diketahui bahwa isu ini berkaitan dengan perubahan iklim sehingga menuntut perilaku bijak penggunaan air bersih serta menjaga sumber air demi kehidupan bersama. Di samping kepentingan rumah tangga, penggunaan air terdistribusi pada berbagai bisnis/UMKM sehingga perlu pemahaman penggunaan air bersih. Pendekatan dilakukan melalui sosialisasi dan evaluasi tentang *water awareness* serta dampaknya pada keberlangsungan lingkungan dan usaha.

Commented [U7]: Perlu dijelaskan indikator keberhasilan sosialisasi program serta kendala yang dihadapi serta peluang pengembangan program *water awareness*

Terdapat 5 indikator kesadaran air (water awareness) yang digunakan 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 adanya pemahaman mitra terhadap indikator tersebut. Kegiatan ini sebagai rintisan mengkampanyekan keberlanjutan lingkungan khususnya efisiensi penggunaan air bersih pada usaha mikro dan kecil. Melalui sosialisasi diharapkan dapat dipahami oleh pelaku usaha kemudian disebarluaskan kepada konsumen sehingga kedepannya akan membentuk tanggung jawab bersama antara entrepreneurship dan customer dalam menyikapi masalah keberlanjutan air bersih. Untuk kegiatan selanjutnya sangat memungkinkan dilakukan pada kelompok wirausaha lain yang relatif boros dalam penggunaan air misalnya jasa cuci mobil atau cuci motor.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Tarumanagara atas dukungan pendanaan kegiatan pengabdian Masyarakat dengan SPK Nomor 0389-Int-KLPPM/UNTAR/III/2022. Tidak lupa kami mengucapkan terima kasih kepada tim reviewer yang telah menilai kelayakan proposal PKM sehingga dapat terlaksana kegiatan pengabdian ini, serta terima kasih kepada mitra yang bekerjasama dalam kegiatan ini.

REFERENSI

- Antwi AH, Rolston A, Linnane S, Getty D. 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*. 2022; 807:1-12. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2021.150865> 0048-9697
- Benedict, 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 AD. Water issues and accounting awareness. *American Journal of Scientific Research*. 2012; 60:46-53. <http://www.eurojournals.com/ajsr.html>
- Nuringsih, K. & Edalmen. (2021). Pengenalan model kewirausahaan berkelanjutan pada Usaha Laundry di Beji Timur Depok. *SENADA*. Vol.2 No.1. Hal: 57-66. <https://doi.org/10.56881/senada.v2i1.85>

