PaKMas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)
https://journal.yp3a.org/index.php/PaKMas
ISSN Media Elektronik 2808-0920
Vol. 6 No. 2 (November 2026) 473-482
DOI: 10.54259/pakmas.v6i2.8519

Ecosmart: Edukasi Perlindungan Konsumen dan Kesadaran Lingkungan Masyarakat

Joy Zaman Felix Saragih[1], Ricky Banke[2], Rolib Sitorus[3], Japansen Sinaga[4]
[1,2,3,4]Program Studi Hukum, Universitas Pelita Harapan, Medan, Indonesia
Email: [1]joy.saragih@uph.edu; [2]ricky.banke@uph.edu; [3]rolib.sitorus@uph.edu,
[4]japansen.sinaga@lecturer.uph.edu

Abstract

The community as consumers often faces various problems in selecting and using goods or services, particularly due to limited understanding of consumer rights and obligations as well as low awareness of the environmental impacts of consumption activities. This community service activity aims to educate the public on the importance of consumer protection and environmentally friendly consumption behavior. The activity provides an understanding of consumer rights, business actors' obligations, the importance of reading product labels, paying attention to the safety and quality of goods or services, and the steps that can be taken when consumers suffer losses. In addition, the community is also educated on the importance of reducing the use of single-use plastics, sorting waste, choosing environmentally friendly products, and adopting sustainable consumption patterns. The implementation method was carried out through public counseling using a communicative and interactive approach to ensure that the material was easily understood. The results of the activity show that the community gained an improved understanding of consumer protection and the importance of preserving the environment through smart, critical, caring, and responsible consumption behavior.

Keywords: *Consumer Protection, Sustainable Consumption, Environmental Awareness.*

Abstrak

Masyarakat sebagai konsumen sering menghadapi berbagai permasalahan dalam memilih dan menggunakan barang atau jasa, terutama akibat kurangnya pemahaman mengenai hak dan kewajiban konsumen serta rendahnya kesadaran terhadap dampak lingkungan dari aktivitas konsumsi. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai pentingnya perlindungan konsumen dan kebiasaan konsumsi yang ramah lingkungan. Kegiatan ini memberikan pemahaman tentang hak-hak konsumen, kewajiban pelaku usaha, pentingnya membaca label produk, memperhatikan keamanan dan kualitas barang atau jasa, serta langkah yang dapat dilakukan apabila konsumen mengalami kerugian. Selain itu, masyarakat juga diberikan edukasi mengenai pentingnya mengurangi penggunaan plastik sekali pakai, memilah sampah, memilih produk ramah lingkungan, dan menerapkan pola konsumsi berkelanjutan. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui penyuluhan kepada masyarakat dengan pendekatan komunikatif dan interaktif agar materi mudah dipahami. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa masyarakat memperoleh peningkatan pemahaman mengenai perlindungan konsumen serta pentingnya menjaga lingkungan melalui perilaku konsumsi yang cerdas, kritis, peduli, dan bertanggung jawab.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, Konsumsi Berkelanjutan, Kesadaran Lingkungan.

A. PENDAHULUAN

Permasalahan perlindungan konsumen dan kesadaran lingkungan merupakan isu penting yang semakin relevan dalam kehidupan masyarakat modern. Masyarakat sebagai konsumen setiap hari berhadapan dengan berbagai pilihan barang dan jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha, baik secara langsung maupun melalui media digital. Dalam praktiknya, tidak semua konsumen memiliki pemahaman yang memadai mengenai hak dan kewajibannya. Banyak konsumen yang belum memahami pentingnya membaca label produk, memperhatikan informasi komposisi, masa kedaluwarsa, standar keamanan, kualitas barang, serta kejelasan harga dan layanan. Kondisi ini dapat

Diterima Redaksi: 01-07-2026 | Selesai Revisi: 05-08-2026 | Diterbitkan Online: 15-11-2026

menyebabkan konsumen rentan mengalami kerugian akibat produk yang tidak sesuai, informasi yang menyesatkan, pelayanan yang tidak layak, maupun lemahnya posisi tawar dalam transaksi.

Selain persoalan perlindungan konsumen, masyarakat juga menghadapi tantangan serius terkait rendahnya kesadaran terhadap dampak lingkungan dari aktivitas konsumsi sehari-hari. Pola konsumsi yang tidak terkendali, penggunaan plastik sekali pakai, kebiasaan membuang sampah sembarangan, serta rendahnya kepedulian terhadap pemilahan sampah menjadi faktor yang turut memperburuk kualitas lingkungan. Aktivitas konsumsi yang hanya berorientasi pada kebutuhan sesaat tanpa memperhatikan keberlanjutan dapat menimbulkan persoalan lingkungan yang lebih luas, seperti pencemaran, peningkatan volume sampah, dan menurunnya kualitas kesehatan masyarakat.

Topik "ECOSMART: Edukasi Perlindungan Konsumen dan Kesadaran Lingkungan Masyarakat" hadir sebagai bentuk kegiatan.

Istilah ECOSMART menggambarkan konsep konsumsi yang tidak hanya berorientasi pada pemenuhan kebutuhan, tetapi juga mempertimbangkan aspek keamanan, keadilan, keberlanjutan, dan perlindungan lingkungan. Melalui kegiatan ini, masyarakat diberikan pemahaman bahwa perlindungan konsumen tidak hanya berkaitan dengan hak untuk memperoleh barang atau jasa yang aman dan layak, tetapi juga berhubungan dengan tanggung jawab sosial untuk memilih produk yang tidak merugikan lingkungan.

Dalam kehidupan sehari-hari, masih banyak masyarakat yang belum memahami hak-hak dasar konsumen. Konsumen sering kali menerima begitu saja barang atau jasa yang dibeli tanpa melakukan pemeriksaan terhadap kualitas, keamanan, dan informasi produk. Pada dasarnya, konsumen berhak mendapatkan informasi yang akurat, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang atau jasa. Konsumen juga berhak atas kenyamanan, keselamatan, dan keamanan saat menggunakan barang atau jasa. Apabila mengalami kerugian, konsumen berhak untuk menyampaikan keluhan, meminta pertanggungjawaban, serta memperoleh penyelesaian sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. Pemahaman mengenai hak-hak tersebut menjadi penting agar masyarakat tidak mudah dirugikan dalam setiap transaksi.

Di sisi lain, pelaku usaha juga memiliki kewajiban untuk menjalankan usahanya secara jujur, bertanggung jawab, dan tanpa merugikan konsumen. Mereka harus memberikan informasi yang akurat mengenai produk mereka, menjaga kualitas barang atau jasa, serta memberikan pelayanan yang layak kepada konsumen. Dalam konteks ini, perlindungan konsumen bukan hanya tanggung jawab pemerintah, tetapi juga memerlukan keterlibatan aktif dari masyarakat dan pelaku usaha. Masyarakat perlu memiliki keberanian untuk bersikap kritis terhadap produk yang dikonsumsi, sedangkan pelaku usaha harus membangun budaya usaha yang beretika dan memperhatikan kepentingan konsumen.

Permasalahan lain yang sering dihadapi masyarakat adalah kurangnya pemahaman mengenai langkah-langkah yang dapat dilakukan apabila mengalami kerugian sebagai konsumen. Banyak konsumen yang tidak mengetahui cara menyampaikan pengaduan, menyimpan bukti transaksi, atau meminta penyelesaian kepada pelaku usaha. Bukti transaksi seperti nota pembelian, kuitansi, tangkapan layar transaksi digital, kemasan produk, serta komunikasi dengan pelaku usaha memiliki peranan penting apabila terjadi sengketa.

Selain aspek hukum perlindungan konsumen, kegiatan ECOSMART juga menekankan pentingnya kesadaran lingkungan dalam aktivitas konsumsi. Konsumen memiliki peran besar dalam membentuk pola produksi dan distribusi barang. Pilihan konsumen terhadap produk ramah lingkungan dapat mendorong pelaku usaha untuk memproduksi barang yang lebih aman, lebih berkelanjutan, dan bertanggung jawab terhadap lingkungan. Masyarakat perlu didorong untuk mulai mengurangi penggunaan plastik sekali pakai, membawa wadah atau tas belanja sendiri, memilih produk dengan kemasan ramah lingkungan, serta mengutamakan barang yang dapat digunakan kembali. Langkah-langkah sederhana ini dapat memberikan dampak positif jika diterapkan secara konsisten oleh masyarakat.

Kesadaran lingkungan juga dapat dibangun melalui kebiasaan memilah sampah dari rumah tangga. Memilah sampah organik dan anorganik merupakan langkah awal dalam pengelolaan sampah yang lebih baik. Sampah organik dapat diolah menjadi kompos, sedangkan sampah anorganik seperti plastik, kertas, dan botol dapat dikumpulkan untuk didaur ulang. Namun, dalam praktiknya, masih banyak masyarakat yang belum terbiasa melakukan pemilahan sampah karena kurangnya informasi dan fasilitas pendukung.

Kegiatan edukasi perlindungan konsumen dan kesadaran lingkungan ini juga memiliki peran strategis dalam meningkatkan literasi hukum dan literasi ekologis masyarakat. Literasi hukum diperlukan agar masyarakat memahami hak dan kewajiban dalam transaksi barang dan jasa, sedangkan literasi ekologis diperlukan agar masyarakat memahami hubungan antara perilaku konsumsi dan keberlanjutan lingkungan. Kedua aspek tersebut saling berkaitan karena konsumen

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

yang cerdas tidak hanya mampu melindungi dirinya dari kerugian, tetapi juga mampu membuat pilihan konsumsi yang tidak merusak lingkungan.

Dalam praktiknya, terdapat berbagai permasalahan yang sering terjadi dalam aktivitas konsumsi masyarakat dan berdampak terhadap perlindungan konsumen maupun lingkungan. Beberapa permasalahan utama yang sering dihadapi masyarakat antara lain:

1. Rendahnya pemahaman masyarakat mengenai hak dan kewajiban sebagai konsumen.
2. Kurangnya kebiasaan membaca label, informasi produk, tanggal kedaluwarsa, dan standar keamanan barang.
3. Tingginya penggunaan plastik sekali pakai dalam aktivitas konsumsi sehari-hari.
4. Kurangnya kebiasaan memilah sampah rumah tangga dan mengelola sampah secara bertanggung jawab.
5. Rendahnya kesadaran dalam memilih produk ramah lingkungan.
6. Terbatasnya edukasi masyarakat mengenai hubungan antara perlindungan konsumen dan tanggung jawab terhadap lingkungan.

Pelaksanaan kegiatan ECOSMART dilakukan melalui metode edukasi dan penyuluhan kepada masyarakat dengan pendekatan komunikatif, partisipatif, dan interaktif. Pendekatan ini dipilih agar materi yang disampaikan lebih mudah dipahami dan dapat dikaitkan langsung dengan pengalaman masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Melalui penyuluhan ini, masyarakat tidak hanya menerima informasi secara teoritis, tetapi juga memperoleh contoh-contoh praktis mengenai cara memilih produk yang aman, membaca label barang, menyampaikan keluhan sebagai konsumen, mengurangi penggunaan plastik, serta mengelola sampah secara sederhana. Dengan metode tersebut, masyarakat diharapkan lebih mudah menerapkan pengetahuan yang diperoleh dalam kehidupan sehari-hari.

Dengan demikian, kegiatan *"ECOSMART: Edukasi Perlindungan Konsumen dan Kesadaran Lingkungan Masyarakat*" menjadi salah satu langkah penting dalam membangun masyarakat yang cerdas secara hukum dan peduli terhadap lingkungan. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya perlindungan konsumen sekaligus mendorong perubahan perilaku konsumsi menuju pola hidup yang lebih berkelanjutan. Melalui pemahaman yang baik, masyarakat dapat lebih kritis dalam memilih barang atau jasa, lebih berani memperjuangkan haknya sebagai konsumen, serta lebih bertanggung jawab dalam menjaga kelestarian lingkungan. Pada akhirnya, kegiatan ini diharapkan mampu mendukung terciptanya masyarakat yang cerdas, sehat, berdaya, dan berwawasan lingkungan

B. PELAKSAAAN DAN METODE

Kegiatan pelaksanaan pengabdian ini, memiliki tahap – tahap untuk dapat dipersiapkan dengan Tim Dosen yaitu:

Tahap Persiapan

1. Menyiapkan materi yang akan disampaikan dalam kegiatan sosialisasi melalui siaran radio secara langsung kepada masyarakat luas, terutama masyarakat yang berada di wilayah Sumatera Utara. Materi disusun dengan menyesuaikan tema kegiatan, yaitu "*ECOSMART: Edukasi Perlindungan Konsumen dan Kesadaran Lingkungan Masyarakat*.
2. Menyiapkan bahan edukasi yang akan digunakan dalam penyampaian materi, baik berupa bahan tertulis, catatan pokok pembahasan, maupun media pendukung lainnya yang dapat membantu narasumber dalam memberikan penjelasan secara jelas, sederhana, dan mudah dipahami oleh para pendengar selama siaran langsung di Radio Maria Indonesia berlangsung.
3. Menyiapkan berbagai dokumen pendukung seperti peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan konsumen, lingkungan hidup, pengelolaan sampah, serta sumber referensi lainnya yang relevan sebagai dasar dalam penyampaian materi kepada masyarakat luas atau para pendengar radio selama kegiatan sosialisasi berlangsun.

Tahap Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dalam bentuk sosialisasi dan edukasi publik yang disiarkan secara langsung melalui Radio Maria Indonesia. Kegiatan ini dikemas dalam bentuk dialog interaktif antara narasumber dengan para pendengar radio. Acara diawali dengan pengantar singkat dari operator atau reporter radio yang bertugas sebagai pemandu acara, sekaligus memfasilitasi jalannya diskusi antara narasumber dan pendengar.

Pada tahap awal penyampaian materi, narasumber memaparkan secara naratif mengenai pentingnya perlindungan konsumen dalam kehidupan sehari-hari. Materi yang disampaikan meliputi pengertian konsumen, hak dan kewajiban konsumen, kewajiban pelaku usaha, serta pentingnya masyarakat memahami informasi produk sebelum membeli atau menggunakan barang dan jasa. Narasumber juga menjelaskan bahwa konsumen perlu bersikap cerdas, kritis, dan berhati-hati dalam setiap transaksi agar tidak mengalami kerugian akibat barang atau jasa yang tidak sesuai, tidak aman, atau tidak memenuhi standar kualitas.

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Selanjutnya, narasumber menjelaskan pentingnya membaca label produk sebelum membeli barang, seperti memperhatikan komposisi, tanggal kedaluwarsa, izin edar, petunjuk penggunaan, informasi harga, dan keterangan keamanan produk. Dalam konteks ini, masyarakat diberikan pemahaman bahwa label produk merupakan sumber informasi penting yang dapat membantu konsumen mengambil keputusan secara tepat. Kebiasaan membaca label menjadi salah satu bentuk perlindungan diri bagi konsumen agar terhindar dari produk yang berpotensi merugikan kesehatan, keselamatan, maupun kepentingan ekonomi.

Selain aspek perlindungan konsumen, kegiatan ini juga menekankan pentingnya kesadaran lingkungan dalam aktivitas konsumsi masyarakat. Narasumber menjelaskan bahwa perilaku konsumsi sehari-hari memiliki hubungan erat dengan kondisi lingkungan. Penggunaan plastik sekali pakai, kebiasaan membuang sampah sembarangan, pembelian barang secara berlebihan, serta rendahnya kebiasaan memilah sampah dapat menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan. Oleh karena itu, masyarakat perlu diedukasi agar mampu menerapkan pola konsumsi yang lebih ramah lingkungan dan berkelanjutan.

Dalam penyampaian materi, narasumber juga menguraikan beberapa langkah sederhana yang dapat dilakukan masyarakat untuk mendukung perilaku konsumsi ramah lingkungan. Langkah-langkah tersebut meliputi mengurangi penggunaan plastik sekali pakai, membawa tas belanja sendiri, menggunakan botol minum atau wadah yang dapat dipakai ulang, memilih produk dengan kemasan ramah lingkungan, serta memisahkan sampah organik dan anorganik, serta mengutamakan pembelian barang yang benar-benar dibutuhkan. Langkah-langkah sederhana tersebut diharapkan dapat membentuk kebiasaan baru yang lebih bertanggung jawab terhadap lingkungan.

Kegiatan edukasi ini dilaksanakan dengan metode ceramah edukatif yang disiarkan secara langsung melalui radio, kemudian dilanjutkan dengan sesi diskusi dan tanya jawab. Para pendengar radio dapat berpartisipasi secara aktif dengan mengajukan pertanyaan melalui sambungan telepon langsung kepada pemandu acara atau melalui pesan WhatsApp. Dengan demikian, masyarakat dapat berinteraksi secara langsung dengan narasumber, memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai perlindungan konsumen, serta mendapatkan penjelasan mengenai perilaku konsumsi yang ramah lingkungan.

Melalui kegiatan ini diharapkan masyarakat memperoleh peningkatan pemahaman mengenai pentingnya perlindungan konsumen dan kesadaran lingkungan. Masyarakat diharapkan mampu menjadi konsumen yang lebih cerdas dalam memilih barang dan jasa, memahami hak-haknya apabila mengalami kerugian, serta memiliki kepedulian terhadap lingkungan melalui pola konsumsi yang bertanggung jawab. Kegiatan ini juga diharapkan dapat mendorong perubahan perilaku masyarakat agar lebih kritis, peduli, dan berorientasi pada keberlanjutan.

Metode Pendekatan

Metode pendekatan yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pendekatan edukatif atau soft skill education yang dilakukan melalui siaran radio secara interaktif dan komunikatif. Pendekatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai perlindungan konsumen dan kesadaran lingkungan dengan cara yang sederhana, praktis, mudah dipahami, dan dekat dengan pengalaman sehari-hari masyarakat.

Partisipasi yang diharapkan dalam kegiatan ini adalah keterlibatan aktif masyarakat, khususnya para pendengar Radio Maria Indonesia yang berada di wilayah Sumatera Utara. Melalui kegiatan edukasi ini, masyarakat diharapkan dapat mengikuti proses penyampaian materi, memahami pesan yang disampaikan, serta berpartisipasi dalam sesi diskusi atau tanya jawab selama siaran berlangsung. Partisipasi masyarakat menjadi penting karena kegiatan ini tidak hanya bertujuan menyampaikan informasi, tetapi juga mendorong perubahan pola pikir dan perilaku dalam kehidupan sehari-hari.

Materi yang dibahas dalam kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai hak dan tanggung jawab mereka sebagai konsumen, tugas yang harus dilakukan oleh pelaku usaha, pentingnya membaca informasi pada label produk, memastikan keamanan dan kualitas barang atau layanan, serta cara yang bisa dilakukan jika konsumen mengalami kerugian. Selain itu, materi juga berfokus pada peningkatan kesadaran masyarakat tentang lingkungan, terutama dalam hal mengurangi penggunaan plastik sekali pakai, memilah sampah, memilih produk ramah lingkungan, dan menerapkan kebiasaan konsumsi yang berkelanjutan.

Siaran radio secara langsung melalui Radio Maria Indonesia menjadi media yang strategis untuk memberikan edukasi mengenai perlindungan konsumen dan kesadaran lingkungan, sekaligus membuka ruang diskusi interaktif antara narasumber dan pendengar. Dengan demikian, tujuan kegiatan "ECOSMART: Edukasi Perlindungan Konsumen dan Kesadaran Lingkungan Masyarakat" dapat tercapai secara optimal.

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Dengan demikian, kegiatan ini menjadi salah satu bentuk upaya pemberdayaan masyarakat agar lebih memahami pentingnya perlindungan konsumen sekaligus memiliki kesadaran terhadap lingkungan. Melalui edukasi yang komunikatif dan interaktif, masyarakat diharapkan dapat menerapkan perilaku konsumsi yang cerdas, kritis, aman, peduli, dan bertanggung jawab

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan secara berkelanjutan sebagai bentuk pelaksanaan Perjanjian Kerja Sama yang telah disepakati dan ditandatangani oleh kedua belah pihak. Kegiatan ini dilakukan melalui siaran radio di Studio Radio Maria Indonesia yang berlokasi di Gedung Catholic Center, Jalan Mataram No. 21, Medan.

Pelaksanaan kegiatan PkM diawali dengan koordinasi terkait waktu dan mekanisme pelaksanaan kegiatan dengan pihak Radio Maria Indonesia. Kegiatan ini dirancang untuk dilaksanakan secara berkala dan berkelanjutan selama jangka waktu tiga tahun, dengan memperhatikan aspek teknis pelaksanaan serta penentuan jadwal siaran yang akan disepakati bersama. Tim PkM yang terdiri dari dosen Program Studi Hukum kemudian melakukan berbagai persiapan, antara lain penyusunan proposal kegiatan, penyiapan materi yang akan disampaikan dalam siaran radio, serta melakukan diskusi internal terkait topik atau judul yang akan dibahas pada setiap pertemuan berikutnya. Persiapan tersebut dilakukan agar materi yang disampaikan dapat memberikan manfaat yang optimal bagi masyarakat yang mengikuti siaran tersebut.

Pelaksanaan kegiatan ini menggunakan metode siaran langsung (live) radio yang dilakukan melalui studio Radio Maria Indonesia dari Gedung Catholic Center, melalui ceramah edukasi secara langsung, pada hari Minggu, 24 Juni 2026.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan topik *"ECOSMART: Edukasi Perlindungan Konsumen dan Kesadaran Lingkungan Masyarakat*" bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya menjadi konsumen yang cerdas, kritis, peduli, dan bertanggung jawab. Kegiatan ini diarahkan untuk memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai hak dan kewajiban konsumen, kewajiban pelaku usaha, pentingnya membaca label produk, memperhatikan keamanan dan kualitas barang atau jasa, serta langkah-langkah yang dapat dilakukan apabila konsumen mengalami kerugian. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk menumbuhkan kesadaran lingkungan masyarakat melalui pemahaman mengenai pentingnya mengurangi penggunaan plastik sekali pakai, memilah sampah, memilih produk ramah lingkungan, dan menerapkan pola konsumsi berkelanjutan dalam kehidupan sehari-hari.

Dengan adanya kegiatan edukasi ini, diharapkan masyarakat memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya perlindungan konsumen dan kesadaran lingkungan dalam kehidupan sehari-hari. Masyarakat diharapkan mampu menjadi konsumen yang cerdas, kritis, dan bertanggung jawab dalam memilih serta menggunakan barang atau jasa. Selain itu, kegiatan ini juga diarahkan untuk menumbuhkan kepedulian masyarakat terhadap lingkungan melalui perilaku konsumsi yang ramah lingkungan, seperti mengurangi penggunaan plastik sekali pakai, memilah sampah, memilih produk yang aman dan berkualitas, serta menerapkan pola konsumsi berkelanjutan. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini meliputi beberapa tahapan sebagai berikut.

1. Persiapan Materi dan Sumber Daya

    a. Mempelajari peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen, hak dan kewajiban konsumen, kewajiban pelaku usaha, keamanan produk, informasi label, serta ketentuan mengenai lingkungan hidup dan pengelolaan sampah.
    b. Mempersiapkan materi edukasi mengenai perlindungan konsumen dan kesadaran lingkungan yang disusun secara sederhana, praktis, dan mudah dipahami oleh masyarakat.
    c. Menyusun contoh-contoh kasus sederhana yang sering terjadi dalam kehidupan masyarakat, seperti produk kedaluwarsa, barang tidak sesuai informasi, penggunaan plastik sekali pakai, rendahnya kebiasaan memilah sampah, dan kurangnya pemahaman mengenai mekanisme pengaduan konsumen.

2. Pelaksanaan Edukasi dan Sosialisasi

    a. Memberikan penjelasan mengenai kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen.
    b. Memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai pentingnya membaca label produk, memperhatikan tanggal kedaluwarsa, komposisi, izin edar, petunjuk penggunaan, keamanan, kualitas, dan kesesuaian harga sebelum membeli suatu produk.
    c. Menyampaikan edukasi mengenai langkah-langkah yang dapat dilakukan apabila konsumen mengalami kerugian, seperti menyimpan bukti transaksi, menyampaikan

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

keluhan kepada pelaku usaha, dan menggunakan saluran pengaduan konsumen yang tersedia

d. Memberikan pemahaman mengenai pentingnya perilaku konsumsi ramah lingkungan, seperti membawa tas belanja sendiri, mengurangi penggunaan plastik sekali pakai, memilih produk dengan kemasan ramah lingkungan, dan menghindari konsumsi berlebihan.

3. Pendampingan dan Penguatan Pemahaman Masyarakat

a. Memberikan ruang konsultasi dan diskusi kepada masyarakat mengenai permasalahan yang sering dihadapi sebagai konsumen, baik dalam transaksi langsung maupun transaksi digital.
b. Memberikan arahan kepada masyarakat mengenai cara sederhana menerapkan pola hidup ramah lingkungan, termasuk memilah sampah organik dan anorganik, mengurangi sampah plastik, serta menggunakan kembali barang yang masih layak pakai.

4. Evaluasi dan Tindak Lanjut

a. Menyusun laporan kegiatan sebagai bentuk pertanggungjawaban pelaksanaan PkM dan sebagai dasar untuk pengembangan program edukasi berikutnya.
b. Merumuskan rekomendasi tindak lanjut agar kegiatan edukasi perlindungan konsumen dan kesadaran lingkungan dapat dilakukan secara berkelanjutan melalui media sosial, komunitas masyarakat, lembaga pendidikan, maupun kegiatan penyuluhan berikutnya.

5. Publikasi dan Penyebaran Informasi.

a. Mempublikasikan hasil kegiatan melalui media sosial, media elektronik, dan kanal informasi lainnya agar pesan edukasi dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas.
b. Mengembangkan informasi edukatif yang mudah dipahami masyarakat mengenai hak konsumen, kewajiban pelaku usaha, pentingnya memilih produk yang aman, serta pentingnya menerapkan perilaku konsumsi yang ramah lingkungan.
c. Mendorong masyarakat untuk membagikan kembali informasi yang diperoleh kepada keluarga, lingkungan sekitar, dan komunitas agar pesan ECOSMART dapat memberikan dampak yang lebih luas

Hasil kegiatan ECOSMART memperlihatkan bahwa edukasi perlindungan konsumen dan kesadaran lingkungan mampu menjadi pintu masuk untuk membangun perilaku konsumsi yang lebih cerdas. Masyarakat yang mengikuti penyuluhan menunjukkan perhatian terhadap isu keamanan produk, kejelasan informasi, dan tanggung jawab pelaku usaha.

Sebelum penyampaian materi, masyarakat pendengar radio memiliki pandangan bahwa transaksi konsumsi sebagai urusan jual beli biasa yang selesai setelah barang diterima, namun sebagai konsumen memiliki hak atas keamanan, kenyamanan, informasi yang benar, dan kompensasi apabila dirugikan. Pemahaman ini sejalan dengan gagasan bahwa perlindungan konsumen diperlukan karena posisi konsumen sering lebih lemah daripada pelaku usaha dalam penguasaan informasi dan akses pembuktian (Kusumadewi & Sharon, 2022).

Materi hak dan kewajiban konsumen juga membantu pendengar untuk dapat mengenali bahwa perlindungan hukum tidak hanya muncul ketika sengketa terjadi, tetapi dimulai sejak konsumen mengambil keputusan membeli. Peserta mampu mengidentifikasi contoh sederhana seperti memperhatikan tanggal kedaluwarsa, kondisi kemasan, nomor izin edar, dan kesesuaian harga. Kegiatan ini memperlihatkan bahwa penyuluhan berbasis pengalaman sehari-hari lebih mudah diterima karena masyarakat langsung menghubungkan materi dengan praktik belanja rumah tangga.

Edukasi seperti ini sangat relevan dengan masyarkat, bahwa hukum perlindungan konsumen memuat hak, kewajiban, prinsip perlindungan, sengketa konsumen, dan kelembagaan yang perlu dipahami publik (Atmoko dan Saputri, 2022). Peningkatan pemahaman awal ini menjadi dasar penting bagi pembentukan konsumen yang kritis terhadap kualitas barang dan jasa.

Pembahasan mengenai label produk menjadi salah satu bagian yang paling dekat dengan kebutuhan masyarakat. Para pendengar radio tersebut menyadari bahwa label tidak sekadar tulisan pada kemasan, melainkan sarana informasi yang menentukan keamanan konsumsi. Label membantu konsumen mengetahui komposisi, masa kedaluwarsa, petunjuk penggunaan, sertifikasi, peringatan risiko, dan identitas pelaku usaha. Dalam diskusi, peserta mengakui bahwa kebiasaan membaca label masih belum dilakukan secara konsisten karena faktor terburu-buru, kepercayaan pada merek, dan kebiasaan membeli produk yang sama.

Materi ECOSMART menempatkan membaca label sebagai keterampilan dasar konsumen cerdas, dikarenakan setiap pelabelan atas sebuah produk pangan sebagai bagian penting dalam perlindungan konsumen (Handayani, Dhianty, dan Wahyuni,2023). Kegiatan juga menghasilkan peningkatan pemahaman masyarakat mengenai

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

kewajiban pelaku usaha. Para pendengar radio tersebut telah memperoleh penjelasan bahwa pelaku usaha wajib beritikad baik, memberikan informasi yang benar, menjamin mutu produk, dan memberikan ganti rugi apabila konsumen mengalami kerugian.

Sebelum edukasi, sebagian pendengar radio menganggap kerugian kecil dalam transaksi tidak perlu dipersoalkan karena nilainya dianggap tidak sebanding dengan waktu pengaduan. Setelah diskusi, pendengar radio memahami bahwa keluhan konsumen memiliki nilai edukatif dan dapat mendorong pelaku usaha memperbaiki kualitas layanan, bahwa menurut pandangan ini sejalan dengan pembahasan (Amal, 2022) tentang pentingnya perlindungan konsumen dalam menjaga keseimbangan hubungan antara konsumen dan pelaku usaha. Konsumen tidak hanya dilindungi, tetapi perlu memiliki kemampuan untuk melindungi diri melalui pengetahuan dan sikap kritis (Fibrianti,2023).

Dalam sesi tanya jawab, penyiar radio tersebut menunjukkan minat terhadap cara menyampaikan komplain yang benar dan tidak menimbulkan konflik. Narasumber menjelaskan bahwa komplain dapat diawali dengan komunikasi baik kepada pelaku usaha, penyimpanan bukti transaksi, dan penggunaan saluran pengaduan yang tersedia. Pendengar radio juga memahami bahwa media sosial bukan satu-satunya jalan untuk menyampaikan keluhan karena jalur pengaduan resmi lebih tertib dan dapat dipertanggungjawabkan. Pembahasan ini memperkuat kesadaran bahwa perlindungan konsumen membutuhkan keberanian, ketelitian, dan kedewasaan dalam menyelesaikan persoalan transaksi.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendengar radio mulai memahami pentingnya bukti transaksi dalam perlindungan konsumen. Bukti transaksi seperti nota, kuitansi, faktur elektronik, bukti transfer, pesan pembelian, dan tangkapan layar menjadi dasar apabila konsumen hendak menyampaikan keluhan. Dalam praktik konsumsi harian, bukti semacam ini sering dibuang atau tidak disimpan karena dianggap tidak penting. Edukasi ECOSMART menekankan bahwa bukti transaksi merupakan alat bantu utama untuk menunjukkan hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha, perkembangan perlindungan konsumen yang menuntut konsumen lebih siap menghadapi perubahan bentuk transaksi (Emirzon, Annalisa Y, dan Samawati, 2022). Pada transaksi digital, pendengar radio memahami bahwa rekam jejak elektronik memiliki fungsi penting untuk membuktikan pesanan, pembayaran, pengiriman, dan komunikasi dengan penjual. Transaksi jual beli online harus dipahami dalam kerangka perlindungan konsumen dan pengaturan transaksi elektronik (Aji,2022).

Selain menekankan perlindungan konsumen, ECOSMART juga memberikan perhatian pada peningkatan kesadaran lingkungan masyarakat. Aktivitas konsumsi masyarakat memiliki hubungan erat dengan persoalan lingkungan, terutama dalam penggunaan plastik sekali pakai, peningkatan sampah rumah tangga, dan pola konsumsi yang berlebihan. Banyak kebiasaan sederhana yang berdampak besar terhadap lingkungan, seperti penggunaan kantong plastik secara terus-menerus, pembelian produk dengan kemasan berlebih, serta kebiasaan membuang sampah tanpa pemilahan. Melalui edukasi ini, masyarakat diarahkan untuk memahami bahwa setiap keputusan konsumsi memiliki akibat terhadap lingkungan. Kesadaran tersebut mendorong masyarakat untuk mulai menerapkan perilaku ramah lingkungan, seperti membawa tas belanja sendiri, menggunakan botol minum ulang, memilih produk dengan kemasan yang dapat didaur ulang, dan mengurangi pembelian barang yang tidak diperlukan.

Dalam konteks hukum, kesadaran lingkungan yang dibangun melalui ECOSMART juga sejalan dengan berbagai peraturan perundang-undangan yang mengatur perlindungan lingkungan hidup. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup menegaskan pentingnya peran masyarakat dalam menjaga kelestarian lingkungan. Selain itu, Undang- Undang Nomor 18 Tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah mengatur kewajiban pengurangan dan penanganan sampah secara berkelanjutan. Peraturan Pemerintah Nomor 81 Tahun 2012 tentang Pengelolaan Sampah Rumah Tangga juga menekankan pentingnya pemilahan dan pengurangan sampah dari sumbernya. Sementara itu, Peraturan Presiden Nomor 97 Tahun 2017 tentang Kebijakan dan Strategi Nasional Pengelolaan Sampah Rumah Tangga memberikan arah kebijakan nasional dalam mengurangi timbulan sampah. Keempat regulasi tersebut menunjukkan bahwa perilaku konsumsi masyarakat memiliki keterkaitan langsung dengan upaya perlindungan lingkungan yang diatur secara hukum. Hukum Lingkungan memiliki manfaat sebagai pengatur interaksi manusia dengan lingkungan dengan tujuan supaya tercapai keteraturan dan ketertiban dalam masyarakat. (Syahrin, Alvi, dkk, 2018)

Kegiatan ECOSMART juga menempatkan masyarakat sebagai pihak yang memiliki peran aktif dalam menciptakan perubahan perilaku konsumsi. Konsumen tidak hanya menjadi pengguna barang atau jasa, tetapi juga dapat menjadi penggerak perubahan melalui pilihan konsumsi yang lebih bertanggung jawab. Ketika masyarakat lebih

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

memilih produk yang aman, berkualitas, dan ramah lingkungan, pelaku usaha akan terdorong untuk meningkatkan mutu produk serta memperhatikan aspek keberlanjutan

Pendengar radio mulai menyadari bahwa pilihan membeli barang tertentu dapat berdampak pada volume sampah, penggunaan energi, dan keberlanjutan sumber daya. Kesadaran ini muncul terutama saat narasumber menjelaskan dampak penggunaan plastik sekali pakai dalam kegiatan belanja harian. Pendengar radio mengidentifikasi beberapa kebiasaan yang masih dominan, seperti menerima kantong plastik untuk pembelian kecil, membeli air minum kemasan setiap hari, dan membuang sampah campur. Materi kemudian diarahkan pada langkah sederhana seperti membawa tas belanja, menggunakan botol minum ulang, memilih kemasan isi ulang, dan mengurangi pembelian barang yang tidak perlu. Kepedulian lingkungan sebagai salah satu faktor penting dalam perilaku konsumsi berkelanjutan. (Amaliah et al.2023).

Pendengar radio juga memahami bahwa tindakan individu yang sederhana dapat menjadi gerakan kolektif apabila dilakukan secara konsisten dalam keluarga dan komunitas. Kegiatan radio interaktif membantu memperluas pesan ini karena pendengar tidak hanya menerima materi, tetapi dapat mengaitkannya dengan kebiasaan rumah tangga masing-masing. Edukasi lingkungan dalam kegiatan ini tidak disampaikan sebagai larangan, tetapi sebagai ajakan untuk memilih alternatif konsumsi yang lebih bijak. Hasilnya memperlihatkan bahwa kesadaran lingkungan lebih mudah terbentuk ketika masyarakat melihat manfaat langsung bagi kesehatan, kebersihan, dan penghematan.

Pembahasan mengenai pemilahan sampah menunjukkan bahwa masyarakat memerlukan panduan sederhana yang dapat diterapkan di rumah. Pendengar radio umumnya telah mengetahui istilah sampah organik dan anorganik, tetapi belum semua memahami cara memilah secara konsisten.

Narasumber menjelaskan bahwa sampah organik dapat berasal dari sisa makanan, daun, dan bahan alami yang mudah terurai. Sampah anorganik seperti plastik, kaleng, botol, dan kertas perlu dipisahkan agar lebih mudah digunakan kembali atau didaur ulang. Edukasi ini dikaitkan dengan pola konsumsi karena semakin banyak produk sekali pakai yang dibeli, semakin besar pula beban sampah rumah tangga, sebab pengetahuan lingkungan dan kesadaran lingkungan berpengaruh terhadap perilaku konsumsi berkelanjutan (Fadia, Iranto, dan Zahra, 2025).

Pendengar radio juga diberi pemahaman bahwa memilah sampah bukan hanya urusan kebersihan, tetapi bagian dari tanggung jawab konsumen terhadap lingkungan. Pembahasan ini menumbuhkan kesadaran bahwa keputusan membeli perlu mempertimbangkan akhir siklus produk setelah digunakan. Dalam sesi interaktif, pendengar radio mengusulkan perlunya edukasi lanjutan mengenai bank sampah, kompos rumah tangga, dan pengurangan sampah plastik di lingkungan gereja atau komunitas. Respon tersebut memperlihatkan bahwa edukasi lingkungan mampu memicu gagasan partisipatif yang lahir dari pengalaman masyarakat sendiri.

Kegiatan PkM yang berjudul ECOSMART juga memperlihatkan keterkaitan antara perlindungan konsumen dan konsumsi berkelanjutan. Konsumen yang cerdas tidak hanya menilai produk dari harga murah, tetapi juga dari keamanan, mutu, kejujuran informasi, dan dampak lingkungan. Pendengar radio memahami bahwa produk ramah lingkungan dapat dipilih dengan memperhatikan bahan, kemasan, daya tahan, dan kemungkinan penggunaan ulang. Narasumber menjelaskan bahwa konsumen memiliki daya dorong terhadap perilaku pelaku usaha melalui pilihan membeli. Ketika masyarakat lebih memilih produk yang aman dan ramah lingkungan, pelaku usaha terdorong untuk memperhatikan kualitas, transparansi, dan tanggung jawab ekologis.

Dengan demikian, hasil kegiatan ECOSMART menunjukkan adanya peningkatan pemahaman masyarakat mengenai perlindungan konsumen dan kesadaran lingkungan. Masyarakat memperoleh pengetahuan mengenai hak konsumen, kewajiban pelaku usaha, pentingnya membaca label, dan langkah awal penyampaian keluhan. Masyarakat juga memahami pentingnya mengurangi plastik sekali pakai, memilah sampah, memilih produk ramah lingkungan, dan menerapkan pola konsumsi berkelanjutan.

Kegiatan ini membuktikan bahwa pendidikan konsumen dapat dipadukan dengan pendidikan lingkungan karena keduanya berangkat dari perilaku sehari-hari. Pembahasan hukum tidak hanya diarahkan pada penyelesaian sengketa, tetapi juga pada pencegahan kerugian melalui sikap kritis sebelum membeli.

Pembahasan lingkungan tidak hanya diarahkan pada larangan membuang sampah, tetapi juga pada perubahan pilihan konsumsi sejak awal. Integrasi kedua aspek tersebut menjadikan ECOSMART sebagai model edukasi yang relevan bagi masyarakat, keluarga, pelaku usaha kecil, dan komunitas pendengar radio. Hasil kegiatan ini memperkuat pandangan bahwa literasi hukum konsumen dan literasi ekologis perlu dikembangkan secara bersamaan agar masyarakat mampu melindungi diri dan menjaga lingkungan. Program serupa dapat dilanjutkan melalui siaran berkala, penyuluhan komunitas, materi cetak sederhana, dan

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

kampanye rumah tangga ramah lingkungan. Dengan demikian, ECOSMART dapat menjadi strategi pemberdayaan masyarakat menuju perilaku konsumsi yang cerdas, kritis, peduli, bertanggung jawab, dan berkelanjutan.

D. PENUTUP

Simpulan

Edukasi melalui media seperti Radio Maria Indonesia memiliki peran strategis dalam meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai perlindungan konsumen dan kesadaran lingkungan. Masyarakat sebagai konsumen perlu memperoleh informasi yang mudah dipahami mengenai hak dan kewajibannya dalam memilih serta menggunakan barang atau jasa.

Pemahaman ini mencakup pentingnya membaca label produk, memperhatikan keamanan dan kualitas barang, menyimpan bukti transaksi, serta mengetahui langkah-langkah yang harus diambil jika mengalami kerugian. Selain itu, masyarakat juga perlu didorong untuk menyadari dampak lingkungan dari kegiatan konsumsi sehari-hari, seperti penggunaan plastik sekali pakai, kebiasaan membuang sampah, dan pola belanja yang berlebihan. Melalui edukasi yang berkelanjutan dan mudah diakses, diharapkan masyarakat dapat menjadi konsumen yang cerdas, kritis, peduli, dan bertanggung jawab.



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan Narasumber dengan Penyiar Radio Maria Indonesia.

Kolaborasi antara masyarakat, media, pelaku usaha, pemerintah, dan lembaga pendidikan menjadi kunci dalam membangun budaya konsumsi yang aman, sehat, dan ramah lingkungan. Pelaku usaha perlu menjalankan kegiatan usahanya secara jujur, transparan, dan bertanggung jawab dengan memberikan informasi produk yang benar serta memperhatikan aspek keberlanjutan lingkungan. Edukasi ECOSMART tidak hanya bertujuan mencegah kerugian konsumen, tetapi juga mendorong perubahan perilaku masyarakat menuju pola konsumsi yang lebih berkelanjutan. Penyebaran informasi melalui siaran radio, media sosial, leaflet, dan publikasi ilmiah dapat memperluas jangkauan edukasi kepada masyarakat. Dengan demikian, kegiatan ECOSMART diharapkan dapat meningkatkan literasi perlindungan konsumen dan kesadaran lingkungan masyarakat, sehingga tercipta perilaku konsumsi yang lebih bijak, bertanggung jawab, dan berorientasi pada kelestarian lingkungan.

Saran

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan tema "ECOSMART: Edukasi Perlindungan Konsumen dan Kesadaran Lingkungan Masyarakat" dapat dilaksanakan secara berkelanjutan sesuai dengan perjanjian kerja sama yang telah disepakati. Kegiatan ini diharapkan mampu memberikan edukasi yang bermanfaat kepada masyarakat mengenai pentingnya memahami hak dan kewajiban sebagai konsumen, kewajiban pelaku usaha, serta pentingnya memilih barang dan jasa secara cerdas, kritis, aman, dan bertanggung jawab. Melalui peran media seperti Radio Maria Indonesia, perguruan tinggi diharapkan dapat terus menyosialisasikan berbagai informasi mengenai perlindungan konsumen dan kesadaran lingkungan kepada para pendengar radio sebagai bagian dari masyarakat luas di Sumatera Utara. Edukasi ini menjadi penting agar masyarakat mampu memahami pentingnya membaca label produk, memperhatikan kualitas dan keamanan barang atau jasa, menyimpan bukti transaksi, serta mengetahui langkah yang dapat dilakukan apabila mengalami kerugian sebagai konsumen.

Kegiatan ini juga diharapkan dapat menumbuhkan kesadaran masyarakat untuk menerapkan perilaku konsumsi yang ramah lingkungan dalam kehidupan sehari-hari. Masyarakat perlu didorong untuk mengurangi penggunaan plastik sekali pakai, memilah sampah, memilih produk ramah lingkungan, menggunakan kembali barang yang masih layak pakai, serta membiasakan pola konsumsi yang tidak berlebihan.

Dengan keberlanjutan program ini, masyarakat di Sumatera Utara diharapkan mampu menjadi konsumen yang lebih cerdas, peduli, dan berwawasan lingkungan. Kegiatan ini juga diharapkan dapat memperkuat sinergi antara perguruan tinggi, media, masyarakat, pelaku usaha, dan pemerintah dalam membangun budaya konsumsi yang aman, sehat, jujur, transparan, dan berkelanjutan. Pada akhirnya, program

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

ECOSMART diharapkan dapat menjadi salah satu bentuk pemberdayaan masyarakat dalam meningkatkan literasi perlindungan konsumen sekaligus mendorong terciptanya lingkungan hidup yang lebih bersih, sehat, dan lestari.

E. DAFTAR PUSTAKA

Amal, R. H. (2022). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Medan: Pustaka Prima.

Atmoko, D., & Saputri, A. S. (2022). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Malang: Literasi Nusantara Abadi.

Syahrin, Alvi, dkk. (2018). *Hukum Lingkungan di Indonesia Suatu Pengantar.* Jakarta: Prenadamedia Group.

Emirzon, J., Annalisa Y., & Samawati, P. (Eds.). (2022). *Hukum Perlindungan Konsumen: Perkembangan Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia.* Palembang: Unsri Press.

Ihwanudin, N., Wiraguna, S. A., Huda, M., Ahyani, H., & Saripudin, U. (2025). *Hukum Perlindungan Konsumen.* Bandung:Widina Media Utama.

Kusumadewi, Y., & Sharon, G. (2022). *Hukum perlindungan konsumen*. Lembaga Fatimah Azzahrah.

Amaliah, A. N. S., Maisara, P., Waspada, S., & Armayani, A. (2023). Perilaku konsumsi berkelanjutan (sustainable consumption behavior) di Indonesia: Peran environmental concern, perceived consumer effectiveness dan altruism. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi, 13*(2), 157–170. https://doi.org/10.24036/011261450

Eleanora, F. N. (2023). *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*. Malang: Madza Media.

Daeng, Y. (2024). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Pekanbaru: Taman Karya.

Fadia, T., Iranto, D., & Zahra, S. F. (2025). Pengaruh pengetahuan lingkungan, kesadaran lingkungan, dan penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumsi berkelanjutan pada Generasi Z di DKI Jakarta. *Indonesia Economic Journal, 1*(2), 665–670. https://doi.org/10.63822/kbavxj35

Fibrianti, N. (2023). Konsumen Indonesia: Dilindungi dan melindungi. *Jurnal Hukum Progresif, 11*(1), 71–81. https://doi.org/10.14710/jhp.11.1.71-81

Republik Indonesia. (2009). *Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 140, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5059.

Republik Indonesia. (2008). *Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 69, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4851.

Republik Indonesia. (2012). *Peraturan Pemerintah Nomor 81 Tahun 2012 tentang Pengelolaan Sampah Rumah Tangga dan Sampah Sejenis Sampah Rumah Tangga*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 188, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5347.

Republik Indonesia. (2017). *Peraturan Presiden Nomor 97 Tahun 2017 tentang Kebijakan dan Strategi Nasional Pengelolaan Sampah Rumah Tangga dan Sampah Sejenis Sampah Rumah Tangga*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2017 Nomor 223.

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)