

Sinergi Green Marketing dan Pendidikan Lingkungan bagi Warga Desa Jambudipa

Nia Rohayati¹⁾, Ahmad Kamaludin²⁾, Alfred O M Dima³⁾, Abd Rukman Burhan⁴⁾

¹Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Galuh, Ciamis, Indonesia

²Program Studi Manajemen, Institut Budi Utomo Nasional, Majalengka, Indonesia

³Program Studi Magister Ilmu Lingkungan, Pascasarjana, Universitas Nusa Cendana, Kupang, Indonesia

⁴Program Studi Agroekoteknologi, Fakultas Pertanian dan Kehutanan, Universitas Sulawesi Barat, Majene, Indonesia

e-mail: 1niarohayati.unigal68@gmail.com, 2ahmad.akaok67@gmail.com, 3dimaonny@gmail.com,

4abdrukman08@gmail.com

ABSTRACT

This community service activity was conducted in Jambudipa Village, Cisarua District, West Bandung Regency, from August 18 to September 12, 2025, aiming to strengthen the synergy between green marketing and environmental education. The urgency of this program lies in the need to equip rural communities with knowledge of sustainable marketing while fostering environmental awareness. The method began with permission from village authorities, followed by presentations from the Forum Komunikasi Dosen (FKD) team through socialization, workshops, and integration with the Independence Day celebration, which included a mothers' group dance competition using recycled household items. The results showed increased community knowledge of green marketing concepts, a shift in attitudes toward viewing waste as a resource, and local initiatives to implement environmentally friendly practices in daily life and small businesses. The discussion highlights that combining formal education with cultural and entertainment activities effectively fosters collective awareness. In conclusion, this program successfully promoted environmental awareness while strengthening the village's economic potential. Suggestions include continuous mentoring, multi-stakeholder collaboration, and product innovation based on eco-friendly principles to sustain and expand the program's benefits.

Keywords: Community service, Green marketing, Environmental education, Jambudipa Village

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Jambudipa, Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bandung Barat, pada tanggal 18 Agustus hingga 12 September 2025, dengan tujuan menguatkan sinergi green marketing dan pendidikan lingkungan. Urgensi kegiatan ini berasal dari kesadaran bahwa masyarakat desa perlu dibekali wawasan mengenai pemasaran berkelanjutan sekaligus praktik menjaga kelestarian lingkungan. Metode pelaksanaan dimulai dengan perizinan dari aparatur desa, kemudian penyampaian materi oleh tim Forum Komunikasi Dosen (FKD) melalui sosialisasi, lokakarya, serta integrasi kegiatan dengan perayaan HUT RI berupa perlombaan tari kelompok ibu-ibu menggunakan benda bekas. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan warga mengenai konsep green marketing, perubahan sikap dalam memandang sampah sebagai sumber daya, serta munculnya inisiatif warga untuk menerapkan praktik ramah lingkungan dalam kehidupan sehari-hari maupun usaha lokal. Pembahasan menjelaskan bahwa pendekatan yang menggabungkan edukasi formal dengan kegiatan budaya dan hiburan terbukti efektif dalam membangun kesadaran kolektif. Kesimpulannya kegiatan ini mampu menumbuhkan kesadaran lingkungan sekaligus memperkuat potensi ekonomi desa. Saran yang diberikan adalah perlunya pendampingan berkelanjutan, kolaborasi multi-pihak, serta inovasi produk ramah lingkungan agar manfaat kegiatan dapat terus berkembang.

Kata Kunci: Desa Jambudipa, Green marketing, Pengabdian masyarakat, Pendidikan lingkungan,

PENDAHULUAN

Desa Jambudipa yang terletak di Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bandung Barat, merupakan salah satu wilayah yang dikenal memiliki potensi sumber daya alam dan sosial yang cukup besar. Keindahan alam pegunungan yang mengelilinginya, kesuburan lahan pertanian, serta kekayaan tradisi budaya lokal menjadikan desa ini memiliki peluang besar untuk berkembang, baik dari aspek ekonomi, sosial, maupun lingkungan (Nursjanti et al, 2023). Namun di balik potensi tersebut, desa ini juga menghadapi tantangan serius dalam hal pengelolaan lingkungan dan pemasaran hasil produksi lokal agar berdaya saing di tengah persaingan global yang semakin ketat (Dewi et al, 2021; Sumanti et al, 2019).

Dalam beberapa tahun terakhir, isu lingkungan telah menjadi perhatian global. Perubahan iklim, penurunan kualitas tanah, kurangnya ketersediaan air bersih, dan meningkatnya volume sampah merupakan tantangan nyata yang tidak hanya dihadapi kota-kota besar, tetapi juga dirasakan langsung oleh masyarakat pedesaan (Humaida, 2024). Desa Jambudipa yang sebagian besar penduduknya menggantungkan hidup dari sektor pertanian dan usaha kecil menengah tentu sangat rentan terhadap dampak kerusakan lingkungan. Praktik pertanian yang belum sepenuhnya ramah lingkungan, penggunaan bahan kimia berlebih, serta pola konsumsi masyarakat yang masih minim kesadaran terhadap kelestarian lingkungan berpotensi menurunkan kualitas hidup jangka panjang.

Di sisi lain, keterbatasan akses pemasaran produk lokal menjadi permasalahan klasik yang dialami masyarakat desa. Produk hasil bumi maupun olahan warga sering kali hanya dipasarkan di lingkup lokal dengan harga yang kurang menguntungkan. Hal ini diperparah dengan minimnya pemahaman masyarakat mengenai strategi pemasaran modern, terutama yang memanfaatkan nilai tambah dari pendekatan ramah lingkungan atau *green marketing*. Padahal, tren konsumen saat ini menunjukkan peningkatan minat terhadap produk-produk yang mengusung konsep hijau, sehat, dan berkelanjutan. Sejalan dengan itu, Raharjo dan Rinawati (2019) menekankan pentingnya penguatan strategi pemasaran dan daya saing UMKM berbasis kemitraan desa wisata, sebagai upaya untuk memperluas akses pasar. Lebih lanjut, Sembiring, Fattah, dan Wahyudi (2019) menyoroti pentingnya kapabilitas manajemen hubungan pelanggan berbasis *offline to online* yang dapat menjadi pondasi pemberdayaan pengrajin dalam memperluas jangkauan pemasaran produk. Dari perspektif keberlanjutan, Yandi et al. (2023) menegaskan bahwa penerapan konsep *green marketing* bukan hanya mampu meningkatkan daya saing produk, tetapi juga berperan dalam menghasilkan produk yang ramah lingkungan. Dengan demikian, integrasi antara strategi pemasaran modern dan nilai keberlanjutan menjadi kebutuhan mendesak bagi masyarakat desa agar produk lokal mampu bersaing di pasar yang lebih luas sekaligus menjawab tuntutan konsumen yang semakin peduli pada isu lingkungan. *Green marketing* pada dasarnya bukan hanya soal menjual produk, tetapi juga bagaimana produk tersebut diproduksi, dikemas, dipasarkan, hingga digunakan secara bertanggung jawab terhadap lingkungan. Konsep ini mengajarkan bahwa keberhasilan usaha tidak hanya diukur dari keuntungan finansial, tetapi juga dari kontribusinya dalam menjaga kelestarian alam dan kesejahteraan sosial. Dengan mengadopsi prinsip *green marketing*, masyarakat Desa Jambudipa dapat memberikan nilai tambah pada produk-produk lokalnya, seperti hasil pertanian organik, kerajinan ramah lingkungan, maupun produk olahan tradisional yang dihasilkan secara alami.

Namun, keberhasilan implementasi *green marketing* tidak dapat dilepaskan dari kesadaran dan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya menjaga lingkungan. Di sinilah urgensi pendidikan lingkungan mengambil peran strategis. Pendidikan lingkungan bukan hanya sekadar transfer pengetahuan mengenai cara membuang sampah atau menanam pohon, tetapi juga membangun kesadaran kritis dan sikap bertanggung jawab terhadap bumi sebagai rumah bersama. Melalui pendidikan lingkungan yang terintegrasi dalam kehidupan sehari-hari, masyarakat desa dapat memahami keterkaitan antara perilaku individu dengan keberlanjutan ekosistem.

Sinergi antara *green marketing* dan pendidikan lingkungan menjadi sangat penting bagi Desa Jambudipa. Dengan adanya pendidikan lingkungan, masyarakat akan memiliki dasar pengetahuan dan sikap yang ramah lingkungan, sementara *green marketing* menjadi saluran strategis untuk menerjemahkan



nilai-nilai tersebut ke dalam produk dan jasa yang bernilai ekonomis. Artinya, masyarakat tidak hanya diajak untuk peduli lingkungan, tetapi juga diberi jalan untuk menjadikan kepedulian itu sebagai sumber peningkatan kesejahteraan. Urgensi kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan fokus pada sinergi ini juga diperkuat oleh kondisi geografis Desa Jambudipa yang berada di kawasan penyanga wisata alam. Kecamatan Cisarua dikenal sebagai daerah wisata dengan udara sejuk, panorama indah, dan aliran sungai yang menjadi daya tarik wisatawan. Potensi pariwisata ini akan semakin bernilai jika didukung oleh pola usaha masyarakat yang berwawasan lingkungan. Produk-produk yang ditawarkan kepada wisatawan akan lebih menarik jika dikemas dengan label ramah lingkungan, misalnya makanan olahan tanpa bahan pengawet, suvenir dari bahan daur ulang, atau paket wisata edukasi lingkungan yang melibatkan masyarakat lokal.

Selain itu, pembangunan berkelanjutan di pedesaan tidak dapat dilepaskan dari partisipasi aktif masyarakat. Masyarakat harus dilibatkan sejak tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi program. Dengan adanya pengabdian ini, warga Desa Jambudipa diharapkan tidak hanya menjadi objek penerima manfaat, tetapi juga subjek yang mampu mengelola potensi desanya secara mandiri. Melalui pendampingan, pelatihan, dan kegiatan edukatif, masyarakat akan mendapatkan pengalaman langsung bagaimana menerapkan konsep *green marketing* sekaligus mempraktikkan pendidikan lingkungan dalam kehidupan sehari-hari.

Selain itu, pemerintah pusat maupun daerah telah menekankan pentingnya pembangunan berwawasan lingkungan melalui berbagai kebijakan, mulai dari agenda Sustainable Development Goals (SDGs) hingga program *Desa Mandiri* (Iskandar, 2020). Program ini sejalan dengan tujuan-tujuan tersebut, khususnya pada poin SDGs nomor 12 (*Responsible Consumption and Production*) dan nomor 13 (*Climate Action*). Dengan kata lain, kegiatan pengabdian masyarakat ini bukan hanya bermanfaat bagi warga Desa Jambudipa, tetapi juga mendukung agenda pembangunan nasional dan global.

Urgensi kegiatan ini juga menyentuh dimensi kultural. Desa Jambudipa memiliki kearifan lokal yang jika digali dan dikaitkan dengan nilai-nilai ramah lingkungan akan menjadi kekuatan besar. Misalnya, tradisi gotong royong yang masih kental dapat menjadi basis gerakan kolektif menjaga kebersihan lingkungan. Demikian juga dengan tradisi bercocok tanam yang diwariskan turun-temurun bisa diarahkan menuju pertanian organik yang lebih lestari. Mengaitkan kearifan lokal dengan *green marketing* dan pendidikan lingkungan akan memberikan identitas unik bagi produk-produk desa sehingga memiliki nilai diferensiasi di pasar yang lebih luas. Program ini tidak hanya menjawab kebutuhan lokal masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi, tetapi juga menjadi upaya strategis menjaga kelestarian lingkungan dan membangun kesadaran kolektif yang berkelanjutan. Lebih dari itu, kegiatan ini merupakan investasi jangka panjang bagi desa, generasi muda, serta lingkungan sekitar agar tetap harmonis dan produktif.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Jambudipa, Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bandung Barat, dilaksanakan pada tanggal 18 Agustus hingga 12 September 2025. Pelaksanaan program diawali dengan perizinan dan koordinasi bersama aparatur desa untuk memastikan kegiatan berjalan lancar sekaligus memperoleh dukungan penuh dari pihak desa. Koordinasi ini penting karena aparatur desa tidak hanya memberikan izin formal, tetapi juga membantu memfasilitasi masyarakat agar terlibat aktif dalam setiap rangkaian kegiatan. Setelah tahap awal ini, tim pengabdi yang berasal dari Forum Komunikasi Dosen (FKD) langsung menyusun agenda kegiatan secara terstruktur.

Metode yang digunakan menekankan pendekatan partisipatif, di mana masyarakat diposisikan bukan hanya sebagai penerima materi, melainkan juga sebagai subjek aktif yang berperan langsung dalam setiap proses. Dalam sesi edukasi, materi *green marketing* diberikan melalui paparan interaktif mengenai strategi pemasaran produk lokal berbasis ramah lingkungan. Peserta diajak memahami cara sederhana meningkatkan nilai jual produk, misalnya dengan pengemasan dari bahan alami, penggunaan narasi

pemasaran yang menekankan keberlanjutan, serta pemanfaatan media digital untuk memperluas pasar. Sementara itu, materi pendidikan lingkungan diberikan dengan pendekatan praktis. Masyarakat diperkenalkan pada langkah-langkah kecil yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, seperti memilah sampah rumah tangga, mengolah limbah organik menjadi kompos, dan mengurangi ketergantungan pada plastik sekali pakai. Pendekatan ini dilakukan melalui lokakarya dengan praktik langsung, sehingga warga tidak hanya mendengar, tetapi juga mengalami sendiri proses pembelajaran.

Keunikan dari kegiatan pengabdian ini adalah penyatuannya dengan peringatan Hari Ulang Tahun Kemerdekaan Republik Indonesia tahun 2025. Momentum ini dimanfaatkan untuk menghadirkan suasana kebersamaan, hiburan, sekaligus penanaman nilai ramah lingkungan. Salah satu agenda yang paling menarik perhatian adalah perlomba tarian kelompok ibu-ibu dengan properti dari benda-benda bekas yang mereka temukan di rumah masing-masing. Misalnya, botol plastik, kardus, kain perca, hingga peralatan dapur sederhana bisa diubah menjadi atribut tari yang penuh kreativitas. Perlomba ini tidak hanya menjadi hiburan, tetapi juga simbol kuat tentang bagaimana sesuatu yang dianggap sampah atau tidak berguna bisa memiliki nilai kembali jika diolah dengan imajinasi. Ibu-ibu sebagai motor penggerak keluarga menunjukkan bahwa kepedulian lingkungan bisa dimulai dari rumah, dengan memanfaatkan benda-benda sederhana yang ada di sekitar. Kegiatan ini menumbuhkan semangat gotong royong, memperkuat solidaritas antarwarga, serta menghadirkan kegembiraan bersama dalam suasana kemerdekaan.

Suasana lomba tarian semakin mempererat ikatan sosial masyarakat, sekaligus menjadi cara kreatif untuk menyampaikan pesan pendidikan lingkungan. Di balik tawa dan semangat kompetisi, terselip kesadaran baru bahwa benda bekas bukanlah akhir dari siklus pemakaian, melainkan bisa menjadi sarana ekspresi seni, media edukasi, bahkan pengingat pentingnya mengurangi limbah. Dengan demikian, peringatan HUT RI tidak hanya menjadi acara seremonial, tetapi juga ruang refleksi sosial yang dikaitkan langsung dengan tema besar kegiatan. Setelah rangkaian edukasi, workshop, dan perlomba selesai, tim pengabdi tetap melanjutkan kegiatan dengan pendampingan langsung. Pendampingan ini dilakukan pada kelompok tani, UMKM, dan karang taruna agar konsep yang dipelajari benar-benar diterapkan dalam kegiatan ekonomi maupun kehidupan sehari-hari. Misalnya, UMKM dibimbing untuk memanfaatkan kemasan dari bahan ramah lingkungan, kelompok tani diarahkan pada praktik pertanian yang lebih sehat dan organik, sementara karang taruna diajak berperan sebagai agen perubahan dalam menjaga kebersihan dan kerapian lingkungan desa.

Kegiatan ditutup dengan forum refleksi bersama aparatur desa dan masyarakat. Forum ini menjadi sarana evaluasi untuk menilai sejauh mana masyarakat memahami materi, menginternalisasi kebiasaan ramah lingkungan, serta mulai mengintegrasikan *green marketing* dalam produk-produk lokal mereka. Suasana evaluasi dibuat terbuka, sehingga setiap pihak dapat memberikan masukan sekaligus menyampaikan harapan untuk keberlanjutan program di masa mendatang. Dengan metode seperti ini, kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Jambudipa bukan hanya memberikan pengetahuan akademik, tetapi juga membangun pengalaman kolektif yang menyenangkan, humanis, dan bermakna. Sinergi antara *green marketing*, pendidikan lingkungan, dan hiburan rakyat dalam perayaan kemerdekaan menjadikan program ini lebih dekat dengan kehidupan warga. Masyarakat bukan hanya diajak belajar, tetapi juga merasakan langsung bahwa kepedulian terhadap lingkungan dapat berjalan seiring dengan kegembiraan, kebersamaan, dan kreativitas lokal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada 18 Agustus hingga 12 September 2025 telah memberikan sejumlah capaian penting, baik pada aspek pengetahuan, sikap, maupun praktik nyata di lapangan. Hasil kegiatan ini dapat ditinjau dari beberapa dimensi. Pertama, dari sisi peningkatan pengetahuan, masyarakat Desa Jambudipa menunjukkan antusiasme yang tinggi terhadap materi *green marketing* dan pendidikan lingkungan. Melalui sosialisasi dan lokakarya, warga mulai memahami bahwa

produk lokal tidak hanya dapat dipasarkan sebagai komoditas biasa, tetapi juga bisa memiliki nilai lebih apabila diposisikan sebagai produk ramah lingkungan. Misalnya, beberapa pelaku UMKM menyadari bahwa kemasan sederhana berbahan kertas atau daun pisang bisa menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen yang peduli lingkungan. Pengetahuan ini membuka cakrawala baru, bahwa pasar tidak hanya menilai kualitas produk, tetapi juga proses serta nilai keberlanjutan yang melekat di dalamnya. Temuan ini sejalan dengan penelitian Cahyani et al. (2024) yang menegaskan bahwa penerapan konsep *green marketing* melalui inovasi ramah lingkungan, seperti batik *eco-print*, terbukti mampu meningkatkan penjualan sekaligus memperkuat identitas produk lokal. Di sisi lain, upaya serupa juga dilakukan oleh Abdillah et al. (2024) melalui pendampingan masyarakat dalam mengolah limbah pelepasan pisang menjadi keripik, yang tidak hanya memberi nilai tambah ekonomi tetapi juga mengurangi limbah organik.

Kedua, pada aspek sikap, terlihat adanya perubahan kesadaran di kalangan masyarakat tentang pentingnya menjaga lingkungan. Sebelum kegiatan berlangsung, banyak warga yang masih menganggap sampah rumah tangga sebagai beban semata. Namun setelah mendapatkan edukasi, muncul kesadaran bahwa sampah bisa diolah menjadi sesuatu yang berguna, baik sebagai kompos, bahan kerajinan, maupun media kreatif. Hal ini tampak jelas pada perlombaan tarian kelompok ibu-ibu yang menggunakan properti dari benda-benda bekas rumah tangga. Dengan penuh kreativitas, botol plastik, kardus, kain sisa, bahkan peralatan dapur sederhana disulap menjadi atribut tari yang menawan. Perlombaan tersebut tidak hanya menjadi hiburan dalam peringatan HUT RI, tetapi juga momentum perubahan cara pandang: bahwa kepedulian lingkungan bisa diwujudkan dengan cara yang menyenangkan, menghibur, sekaligus sarat makna.

Ketiga, dari sisi praktik masyarakat mulai berani mencoba menerapkan konsep yang diperoleh dalam kehidupan sehari-hari. Kelompok tani misalnya, menunjukkan minat untuk mengurangi ketergantungan pada pupuk kimia dan mencoba membuat kompos dari limbah organik rumah tangga. Beberapa pelaku UMKM mulai berinovasi dengan desain kemasan yang lebih ramah lingkungan, sementara karang taruna berinisiatif merencanakan kegiatan rutin kebersihan lingkungan desa. Meskipun langkah-langkah tersebut masih bersifat awal, namun sudah mencerminkan bahwa hasil kegiatan tidak berhenti pada tataran wacana, melainkan mulai bergerak ke arah tindakan nyata.



Gambar 1. Kegiatan lomba tarian kelompok ibu-ibu dengan menggunakan properti dari barang bekas rumah tangga dalam rangka peringatan HUT RI di Desa Jambudipa, Cisarua, Kabupaten Bandung Barat.

Perlombaan tarian kelompok ibu-ibu seperti pada Gambar 1, dengan properti dari benda bekas, menjadi bagian unik dari kegiatan pengabdian masyarakat sekaligus perayaan HUT RI 2025. Selain sebagai hiburan kegiatan ini juga berfungsi sebagai sarana edukasi lingkungan karena mengajarkan pentingnya prinsip *less, reuse, recycle*. Kreativitas warga dalam mengolah sampah menjadi atribut tari yang selaras dengan temuan Khodijatul Qubro (2023) dan Hermawan yang menekankan bahwa seni dapat menjadi media efektif dalam meningkatkan kreativitas dan kesadaran pengelolaan sampah. Sejalan dengan itu, Tani et al. (2024) menunjukkan bagaimana pelatihan kostum tari dari limbah plastik memperkuat kepedulian lingkungan sebagaimana juga tercermin dalam karya tari berbasis daur ulang lain seperti Tari Wayang Kaleng (Hediatiningrum & Haerudin, 2021) dan Drumblek dari Salatiga (Rohman, 2019).

Hasil ini menunjukkan bahwa keberhasilan kegiatan pengabdian bukan hanya karena materi yang disampaikan, melainkan juga karena metode pelaksanaan yang menyatu dengan kehidupan masyarakat. Mengintegrasikan program dengan perayaan HUT RI terbukti efektif membuat masyarakat merasa memiliki dan terlibat penuh. Perlombaan tarian ibu-ibu dengan properti benda bekas, misalnya, menciptakan suasana akrab yang menyatukan warga lintas generasi. Melalui jalur kebudayaan dan hiburan, pesan-pesan lingkungan dapat disampaikan dengan lebih halus, mudah diterima, dan meninggalkan kesan mendalam.

Selain itu keterlibatan aparatur desa sejak tahap awal turut memperkuat legitimasi kegiatan. Dukungan kepala desa dan perangkatnya membuat masyarakat lebih percaya diri untuk berpartisipasi, karena kegiatan dipandang bukan hanya inisiatif eksternal, melainkan bagian dari agenda pembangunan desa itu sendiri (Nurachma et al, 2025; Hasan et al, 2025). Peran Forum Komunikasi Dosen (FKD) sebagai tim pengabdi juga sangat krusial, karena kehadiran mereka tidak sekadar mentransfer pengetahuan, melainkan juga mendampingi warga dalam menemukan solusi yang sesuai dengan konteks lokal.

Namun ada beberapa tantangan yang muncul. Tidak semua warga langsung bisa mengubah kebiasaan lama, misalnya dalam penggunaan plastik sekali pakai atau pola bertani konvensional. Beberapa pelaku usaha kecil juga masih merasa ragu apakah pasar akan benar-benar menerima produk dengan konsep *green marketing*. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan membutuhkan waktu dan pendampingan berkelanjutan, bukan hanya intervensi singkat. Meskipun kegiatan ini sudah menjadi langkah awal penting untuk menumbuhkan kesadaran kolektif. Masyarakat mulai memahami bahwa ekonomi desa dan kelestarian lingkungan bukan dua hal yang bertentangan, melainkan bisa berjalan beriringan. *Green marketing* memberikan peluang peningkatan ekonomi, sementara pendidikan lingkungan memastikan keberlanjutan ekosistem yang menjadi penopang kehidupan. Keduanya, jika dijalankan secara sinergis, akan membentuk dasar pembangunan desa yang lebih berdaya, mandiri, dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema *Sinergi Green Marketing dan Pendidikan Lingkungan bagi Warga Desa Jambudipa* berhasil memberikan dampak positif baik dari aspek pengetahuan, sikap, maupun tindakan nyata warga. Melalui rangkaian kegiatan yang dilaksanakan, masyarakat tidak hanya memperoleh wawasan baru mengenai bagaimana produk lokal dapat dipasarkan dengan mengedepankan nilai ramah lingkungan, tetapi juga menumbuhkan kesadaran bahwa kelestarian alam adalah bagian penting dari keberlanjutan ekonomi desa. Perlombaan tarian ibu-ibu dengan menggunakan benda bekas dalam perayaan HUT RI semakin memperkuat pesan bahwa kepedulian terhadap lingkungan dapat diwujudkan secara kreatif dan menyenangkan, sehingga mendorong munculnya kebersamaan sekaligus inovasi di tingkat lokal. Walaupun masih terdapat tantangan dalam hal mengubah kebiasaan lama dan keterbatasan sumber daya, kegiatan ini telah menjadi titik awal penting dalam mendorong pola hidup dan praktik ekonomi yang lebih berkelanjutan di Desa Jambudipa.

SARAN

Agar dampak kegiatan ini dapat berlanjut dan memberikan manfaat yang lebih luas, diperlukan adanya pendampingan secara konsisten dan berkelanjutan kepada masyarakat. Sinergi antara perguruan tinggi, aparatur desa, pelaku UMKM, dan komunitas lokal perlu terus dipererat agar program tidak berhenti pada kegiatan sesaat, tetapi berkembang menjadi gerakan bersama yang berkesinambungan. Edukasi lingkungan sebaiknya tetap dikaitkan dengan tradisi, budaya, maupun perayaan desa, karena cara tersebut terbukti efektif dalam meningkatkan keterlibatan warga. Selain itu, inovasi produk ramah lingkungan perlu terus dikembangkan agar Desa Jambudipa tidak hanya menjadi desa yang peduli lingkungan, tetapi juga mampu meningkatkan daya saing ekonominya di tengah masyarakat yang semakin sadar terhadap pentingnya keberlanjutan. Dengan langkah-langkah tersebut, upaya sinergi *green marketing* dan pendidikan lingkungan diharapkan dapat benar-benar menjadi bagian dari identitas desa sekaligus pondasi menuju pembangunan yang lebih mandiri, berdaya, dan berwawasan lingkungan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim PKM mengucapkan terima kasih kepada Pemerintah Desa Jambudipa, Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bandung Barat, yang telah memberikan izin serta dukungan penuh dalam pelaksanaan kegiatan ini. Apresiasi juga disampaikan kepada warga Desa Jambudipa yang dengan antusias dan penuh semangat terlibat dalam setiap rangkaian kegiatan, mulai dari sosialisasi, lokakarya, hingga perlombaan dalam perayaan HUT RI. Tidak lupa, penghargaan diberikan kepada Forum Komunikasi Dosen (FKD) yang menjadi penggerak utama kegiatan ini, serta seluruh pihak secara langsung maupun tidak langsung telah membantu kelancaran dan keberhasilan pengabdian. Semoga kerja sama dan sinergi ini dapat terus terjalin untuk mendukung pembangunan masyarakat yang lebih berdaya dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Z., Ilham, M., Masyiroh, I. F., Arbianto, A. D., Putri, A., Saputro, D., ... & Febrianti, A. (2024). Upaya Pendampingan Masyarakat Melalui Sosialisasi Pembuatan Kripik Dari Limbah Pelepas Pisang Di Desa Sedati. *ABDIMASKU: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 7(2), 924-934.
- Cahyani, A. N., Wijayadi, P., Pagi, N. E., Hamidah, L., Hesnitasari, V. W., Handayani, W. T., ... & Ardiana, W. (2024). Subproposal Program Penguatan Kapasitas Organisasi Kemahasiswaan (Ppk Ormawa) Desa Wirausaha: Pengaplikasian Konsep Green Marketing Melalui Proses Produksi Yang Menunjang Peningkatan Penjualan Pada Batik Eco-Print Di Desa Jarum.
- Dewi, E., Firdaus, E., Arisena, A., & Sumaryana, F. D. (2021). ANALISIS BAURAN PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN Unit Susu Sapi Perah Koperasi Unit Desa (KUD), Jl. Kolonel Matsuri Desa Jambudipa Kec. Cisarua, Bandung 40551. *Jurnal Co Management*, 4(2).
- Hasan, F. N., Satar, M., Kusmiyati, M., Dima, A. O., Khumaeroh, I. N., Rustanti, N., ... & Nurfitriani, A. F. (2025). Kepemimpinan Lembaga Kemasyarakatan Tingkat Desa Dalam Pembangunan Desa Mandiri. PT Penerbit Qriset Indonesia.
- Hediatiningrum, A., & Haerudin, D. (2021). Tari Wayang Kaleng di Sanggar Etnika Daya Sora Kota Bogor dalam Bentuk Penyajian Tari. *Jurnal of Dance and Dance Education Studies*, 1(2), 1-8.
- Hermawan, C. PEMBUATAN AKSESORIS TARI BAHAN SAMPAH PLASTIK GUNA MENINGKATKAN KREATIVITAS SISWA. Ringkang: Kajian Seni Tari dan Pendidikan Seni Tari, 1(3), 14-24.
- Humaida, N. (2024). Dasar-dasar pengetahuan lingkungan berbasis perubahan iklim global. UrbanGreen Central Media.



- Iskandar, A. H. (2020). SDGs desa: percepatan pencapaian tujuan pembangunan nasional berkelanjutan. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Khodijatul Qubro, N. A. (2023). Mengembangkan Kreativitas Siswa dalam Pengelolaan Sampah melalui Program Adiwiyata di MIN 4 Madiun (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Nurachma, E., Saptoto, R., Mahmud, L., Ulfha, S. M., Berliana, N. U., Wardhani, R. S., ... & Martaseli, E. (2025). Digitalisasi Peran Lembaga Kemasyarakatan Tingkat Desa untuk Desa Sehat dan Sejahtera. PT Penerbit Qriiset Indonesia.
- Nursjanti, F., Utami, E. M., Komariah, S., Gusni, G., Amaliawati, L., Yuliani, R., & Nugrahani, W. P. (2023). Edukasi Financial Technology Bagi Kader PKK Kampung Panyandaan, Desa Jambudipa, Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bandung Barat. Madaniya, 4(2), 582-593.
- Raharjo, T. W., & Ir Herrukmi Septa Rinawati, M. M. (2019). Penguatan strategi pemasaran dan daya saing UMKM berbasis kemitraan desa wisata. Jakad Media Publishing.
- Rohman, F. A. (2019). Drumblek, Kesenian Barang Bekas Dari Salatiga Untuk Dunia. Walasuji, 10(1), 11-22.
- Sembiring, M. J., Fattah, A., & Wahyudi, S. (2019). Kapabilitas Manajemen Hubungan Pelanggan Offline to Online Sebagai Pondasi Pemberdayaan Pengrajin Hasil Olahan Ikan Laut Masyarakat Pesisir Jawa Timur.
- Sumanti, D. M., Hanidah, I. I., & Wira, D. W. (2019). Optimalisasi Pemasaran Yoghurt Myoo Di Desa Jambudipa Kecamatan Cisarua Kabupaten Bandung Barat Melalui Media Sosial. Dharmakarya: Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat, 8(1), 42-45.
- Tani, U., Malarsih, M., & Febrianti, S. I. (2024). Penguatan Kesadaran Konservasi Lingkungan Melalui Pelatihan Pemanfaatan Limbah Plastik Menjadi Kostum Tari Tematik Bagi Guru PAUD Kecamatan Gunungpati Kota Semarang. Jurnal Pengabdian Pendidikan Seni Pertunjukan, 3(1).
- Yandi, A., Mukhlis, I., & Zagladi, A. N. (2023). Penerapan konsep green marketing dalam menghasilkan produk yang ramah lingkungan: sebuah kajian konseptual sebagai panduan bagi peneliti. J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains), 8(2), 1941-1954.