

Pendidikan Kewarganegaraan Global Untuk Konsumsi Bertanggung Jawab di Era Digital

¹⁾Primadiana Yunita

¹⁾Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Brawijaya, Malang, Indonesia
Email Corresponding: primadiana@ub.ac.id

INFORMASI ARTIKEL

ABSTRAK

Kata Kunci:

Konsumsi Bertanggung Jawab
Pendidikan Kewarganegaraan Global
Literasi Konsumsi
Pelajar SMA
Era Digital

Perubahan pola konsumsi masyarakat di era digital telah menimbulkan tantangan baru, seperti meningkatnya konsumsi berlebihan, kurangnya kesadaran terhadap dampak lingkungan, serta rendahnya pemahaman tentang hak dan kewajiban konsumen. Kondisi ini semakin penting diperhatikan dalam konteks generasi muda yang sangat terpapar budaya konsumsi melalui media sosial dan e-commerce. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman siswa SMA Negeri 10 Malang mengenai konsumsi bertanggung jawab melalui pendekatan Pendidikan Kewarganegaraan Global (Global Citizenship Education/GCED). Metode yang digunakan meliputi pendidikan masyarakat melalui penyuluhan interaktif, pelatihan berbasis diskusi dan studi kasus, serta difusi ipteks dalam bentuk modul, booklet, dan poster digital. Evaluasi efektivitas kegiatan dilakukan melalui pre-test dan post-test yang terdiri atas 10 butir soal pilihan ganda terkait konsumsi bertanggung jawab. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan rata-rata skor siswa dari 92,9 pada pre-test menjadi 97,2 pada post-test. Median nilai meningkat dari 95 menjadi 100, dengan mayoritas siswa memperoleh nilai sempurna pada post-test. Temuan ini menunjukkan bahwa kegiatan edukasi mampu meningkatkan kesadaran dan pemahaman siswa terhadap konsumsi yang bijak, etis, dan berkelanjutan. Dengan demikian, program ini berperan penting dalam membentuk generasi muda sebagai konsumen kritis sekaligus agen perubahan yang mendukung tercapainya tujuan pembangunan berkelanjutan.

ABSTRACT

Keywords:

Responsible Consumption
Global Citizenship
Education
Consumption Literacy
High School Students
Digital Era.

Changes in consumption patterns in the digital era have created new challenges, such as the rise of overconsumption, low awareness of environmental impacts, and limited understanding of consumer rights and obligations. This issue is increasingly important in the context of young generations who are highly exposed to consumer culture through social media and e-commerce. Therefore, this community service program was carried out with the aim of enhancing students' understanding at SMA Negeri 10 Malang regarding responsible consumption through the Global Citizenship Education (GCED) approach. The methods used included community education through interactive lectures, training based on group discussions and case studies, as well as the diffusion of science and technology in the form of modules, booklets, and digital posters. The effectiveness of the program was evaluated using pre-test and post-test instruments consisting of 10 multiple-choice questions related to responsible consumption. The results showed an increase in the students' average scores from 92.9 in the pre-test to 97.2 in the post-test. The median also increased from 95 to 100, with the majority of students achieving perfect scores in the post-test. These findings indicate that the educational activities successfully improved students' awareness and understanding of wise, ethical, and sustainable consumption. Thus, this program plays an important role in shaping young people as critical consumers and agents of change who support the achievement of sustainable development goals.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat. Digitalisasi membuka akses yang semakin luas terhadap berbagai produk dan layanan, tetapi pada

saat yang sama juga menghadirkan tantangan baru berupa perilaku konsumsi yang tidak bertanggung jawab, seperti meningkatnya konsumsi berlebihan, peredaran produk yang tidak ramah lingkungan, serta reproduksi praktik eksploitasi tenaga kerja dalam rantai pasok global (World Economic Forum, 2022). Dalam konteks ini, keberlanjutan menjadi isu penting yang menuntut perubahan paradigma konsumsi di era digital agar masyarakat tidak terjebak dalam pola konsumsi instan yang menimbulkan dampak negatif jangka panjang. Agenda global melalui *Sustainable Development Goals* (SDGs), khususnya Tujuan 12, menegaskan pentingnya konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab sebagai prasyarat pembangunan berkelanjutan. Tujuan ini menekankan perlunya pola konsumsi yang lebih bijak, efisien, dan berkelanjutan untuk mengurangi limbah serta dampak negatif terhadap aspek sosial dan lingkungan (United Nations, 2021). Dalam kerangka tersebut, edukasi memiliki posisi strategis untuk memperkuat literasi konsumsi generasi muda agar mampu memahami keterkaitan antara pilihan konsumsi sehari-hari dengan tantangan keberlanjutan global (UNESCO, 2022).

Pendidikan kewarganegaraan global atau *Global Citizenship Education* (GCED) merupakan salah satu pendekatan yang relevan untuk membangun kesadaran generasi muda mengenai hubungan antara tindakan individual dan persoalan global. GCED tidak hanya menekankan dimensi pengetahuan, tetapi juga pembentukan nilai tanggung jawab, etika, empati, serta kesadaran kritis terhadap dampak sosial dan lingkungan dari perilaku konsumsi (UNESCO, 2021). Melalui pendekatan ini, peserta didik diarahkan untuk tidak berhenti pada pemahaman konseptual, tetapi juga didorong untuk mengembangkan orientasi tindakan yang lebih reflektif dan berkelanjutan. Dalam konteks Indonesia, tantangan tersebut menjadi semakin relevan karena generasi muda hidup di tengah ekosistem digital yang sangat intensif, ditandai oleh penetrasi media sosial, e-commerce, dan budaya konsumsi berbasis tren yang terus berkembang (Euromonitor International, 2023; Global Consumer Insights, 2023). Studi Nielsen (2023) menunjukkan bahwa lebih dari 60% konsumen muda di Asia Tenggara membeli produk berdasarkan tren media sosial, bukan kebutuhan riil. Temuan ini memperlihatkan bahwa keputusan konsumsi generasi muda semakin dipengaruhi oleh narasi digital, sehingga membutuhkan penguatan literasi kritis yang tidak hanya informatif, tetapi juga transformatif.

Selain persoalan konsumsi impulsif, rendahnya pemahaman mengenai rantai pasok global juga menjadi tantangan serius. Industri *fast fashion*, misalnya, menyumbang sekitar 10% emisi karbon global dan menghasilkan 92 juta ton limbah tekstil setiap tahun (Ellen MacArthur Foundation, 2023). Namun, banyak konsumen muda belum menyadari bahwa produk yang mereka beli dapat berkaitan dengan eksploitasi tenaga kerja, penggunaan bahan baku tidak berkelanjutan, dan jejak ekologis yang tinggi (World Economic Forum, 2022). Pada saat yang sama, regulasi internasional seperti standar lingkungan dan sosial yang diterapkan Uni Eropa menunjukkan bahwa isu konsumsi berkelanjutan tidak lagi semata-mata bersifat moral, tetapi juga memiliki konsekuensi ekonomi dan politik dalam perdagangan global (European Commission, 2023). Oleh karena itu, generasi muda perlu dibekali pemahaman bahwa setiap keputusan konsumsi memiliki implikasi multidimensional pada tingkat lokal maupun global.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah membahas literasi konsumsi, pendidikan keberlanjutan, dan implementasi GCED di kalangan remaja. Rahman dan Utami (2021) menunjukkan bahwa pelatihan literasi konsumsi berbasis diskusi kelompok dapat meningkatkan kesadaran remaja terhadap dampak lingkungan dari perilaku konsumsi sehari-hari. Lestari dkk. (2022) juga menemukan bahwa metode *role play* dan studi kasus mendorong siswa menjadi lebih reflektif terhadap pola konsumsi digital mereka. Di sisi lain, Ho (2018) menegaskan bahwa implementasi GCED di sekolah-sekolah Asia, termasuk Indonesia, masih cenderung berfokus pada aspek kognitif dan orientasi nasionalisme, sehingga belum optimal dalam membentuk sikap kritis dan keterampilan praksis peserta didik. Temuan ini diperkuat oleh Prasetyo dkk. (2023) yang menyatakan bahwa GCED akan lebih efektif dalam menanamkan nilai keberlanjutan apabila diterapkan melalui metode pembelajaran partisipatif dan kontekstual.

Namun demikian, kajian-kajian terdahulu masih menunjukkan beberapa keterbatasan. Pertama, sebagian besar penelitian mengenai konsumsi bertanggung jawab pada remaja lebih menekankan aspek literasi lingkungan atau perubahan pengetahuan, tetapi belum secara spesifik mengaitkannya dengan kerangka GCED sebagai pendekatan pedagogis yang menempatkan konsumsi sebagai bagian dari praktik kewarganegaraan global. Kedua, studi tentang GCED di sekolah umumnya masih berfokus pada dimensi normatif dan kognitif, sementara keterkaitannya dengan praktik konsumsi digital sehari-hari, seperti pengaruh media sosial, *e-commerce*, tren viral, dan ketidaksadaran terhadap rantai pasok global, masih relatif terbatas dibahas. Ketiga, masih sedikit kajian yang menempatkan pelajar sekolah menengah sebagai subjek penting dalam pembentukan

kesadaran konsumsi berkelanjutan di tengah pertumbuhan ekonomi digital Indonesia. Dengan demikian, posisi *state of the art* artikel ini terletak pada upaya menghubungkan literasi konsumsi bertanggung jawab, GCED, dan pengalaman konsumsi digital generasi muda dalam satu kerangka analisis yang terpadu.

Berdasarkan celah tersebut, kebaruan artikel ini terletak pada upaya menempatkan konsumsi bertanggung jawab tidak hanya sebagai isu perilaku individual atau literasi lingkungan, tetapi juga sebagai bagian dari pembentukan kewarganegaraan global pada pelajar di era konsumsi digital. Artikel ini menawarkan pembacaan yang lebih kontekstual dengan menyoroti keterhubungan antara pilihan konsumsi pelajar, pengaruh platform digital, dan implikasi sosial-lingkungan dalam rantai pasok global. Dengan demikian, artikel ini berkontribusi pada pengembangan diskursus GCED di Indonesia dengan memperluas penerapannya ke ranah literasi konsumsi digital yang masih relatif jarang dikaji.

Dalam konteks Indonesia, urgensi isu ini semakin besar karena generasi muda merupakan kelompok yang sangat aktif dalam ekosistem ekonomi digital. Indonesia merupakan salah satu pasar e-commerce terbesar di Asia Tenggara, dengan tingkat penetrasi internet muda yang tinggi (Euromonitor International, 2023). Kondisi ini menjadikan pelajar dan remaja sebagai kelompok yang tidak hanya menjadi target pasar utama, tetapi juga rentan terhadap budaya konsumsi instan, impulsif, dan eksploitatif. Oleh karena itu, pemahaman mengenai konsumsi bertanggung jawab perlu dibangun tidak hanya sebagai pengetahuan moral, tetapi juga sebagai kapasitas reflektif untuk menilai dampak sosial, ekonomi, dan lingkungan dari keputusan konsumsi sehari-hari.

Berdasarkan uraian tersebut, artikel ini bertujuan untuk menganalisis pentingnya penguatan kesadaran konsumsi bertanggung jawab pada generasi muda melalui pendekatan GCED, serta menunjukkan bahwa literasi konsumsi di era digital perlu dipahami sebagai bagian dari pembentukan warga global yang kritis, etis, dan berorientasi pada keberlanjutan.

II. MASALAH

SMA Negeri 10 Malang menghadapi tantangan meningkatnya budaya konsumsi digital di kalangan siswa yang dipengaruhi media sosial dan e-commerce. Siswa memiliki akses besar terhadap berbagai produk, namun literasi konsumsi bertanggung jawab masih terbatas, sehingga keputusan konsumsi sering didasarkan pada tren, bukan kebutuhan dan pertimbangan dampak sosial-lingkungan. Selain itu, pemahaman siswa tentang rantai pasok, isu keberlanjutan, dan implikasi global dari pilihan konsumsi masih belum kuat. Pengalaman pengabdian sebelumnya juga menunjukkan bahwa meskipun antusiasme siswa tinggi, partisipasi aktif belum optimal karena pendekatan pembelajaran masih cenderung informatif. Kondisi ini menunjukkan perlunya metode edukasi berbasis GCED yang lebih interaktif, kontekstual, dan aplikatif agar siswa mampu menerapkan perilaku konsumsi yang etis dan berkelanjutan dalam kehidupan sehari-hari.



Gambar 1. Lokasi PkM

III. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif-edukatif dengan desain satu kelompok pre-test dan post-test (*one-group pretest-posttest design*). Pendekatan ini dipilih untuk memberikan edukasi, melatih refleksi kritis peserta, mendiseminasikan materi pembelajaran, serta mengukur perubahan pemahaman siswa setelah mengikuti kegiatan. Lokasi kegiatan adalah SMA Negeri 10 Malang dengan sasaran 33 siswa dalam satu kelas. Pemilihan peserta didasarkan pada pertimbangan bahwa siswa

sekolah menengah merupakan kelompok yang aktif menggunakan media digital, dekat dengan praktik konsumsi berbasis tren, dan berada pada fase penting pembentukan sikap serta kebiasaan konsumsi.

Pelaksanaan kegiatan dibagi ke dalam empat tahap, yaitu persiapan, pelaksanaan edukasi, pelatihan partisipatif dan difusi ipteks, serta evaluasi. Pada tahap persiapan, tim menyusun materi edukasi, instrumen evaluasi, media pembelajaran, dan perangkat diskusi. Materi disusun berdasarkan tema konsumsi bertanggung jawab, *Global Citizenship Education* (GCED), konsumsi digital, hak dan kewajiban konsumen, serta praktik sederhana yang dapat diterapkan siswa dalam kehidupan sehari-hari. Media yang digunakan meliputi slide presentasi, video singkat, lembar studi kasus, lembar refleksi, modul ringkas, booklet, dan poster digital. Pada tahap ini tim juga melakukan koordinasi dengan pihak sekolah terkait jadwal pelaksanaan, jumlah peserta, ruang kegiatan, serta pendampingan guru selama program berlangsung.

Tahap pelaksanaan edukasi diawali dengan *pre-test* yang diberikan kepada seluruh peserta untuk mengukur pemahaman awal mereka mengenai konsumsi bertanggung jawab. *Pre-test* dikerjakan secara individual sebelum penyampaian materi. Setelah itu, tim melaksanakan penyuluhan interaktif mengenai pengertian konsumsi bertanggung jawab, perbedaan kebutuhan dan keinginan, dampak sosial dan lingkungan dari pola konsumsi digital, pengaruh iklan dan promosi media sosial terhadap keputusan belanja, pentingnya memilih produk lokal dan ramah lingkungan, serta posisi konsumen sebagai bagian dari warga global yang memiliki tanggung jawab etis. Penyampaian materi dilakukan melalui ceramah interaktif yang dipadukan dengan tanya jawab, penayangan video, dan contoh-contoh kontekstual yang dekat dengan keseharian siswa, seperti belanja melalui *marketplace*, pembelian produk *fast fashion*, dan penggunaan barang sekali pakai.

Setelah sesi edukasi, kegiatan dilanjutkan ke tahap pelatihan partisipatif. Pada tahap ini, siswa dibagi ke dalam beberapa kelompok kecil untuk mendiskusikan studi kasus yang telah disiapkan tim. Kasus yang dibahas berfokus pada situasi yang umum dialami remaja, seperti membeli barang karena tren media sosial, tergoda promo besar di *e-commerce*, atau memilih produk tanpa mempertimbangkan dampak lingkungan dan sosialnya. Setiap kelompok diminta mengidentifikasi masalah, menjelaskan alasan di balik keputusan konsumsi, menilai dampaknya, dan merumuskan alternatif perilaku konsumsi yang lebih bertanggung jawab. Hasil diskusi kemudian dipresentasikan di depan kelas, lalu fasilitator memberikan penguatan materi dan klarifikasi konsep. Untuk memperdalam internalisasi nilai, siswa juga diminta menulis refleksi singkat mengenai kebiasaan konsumsi mereka dan menyusun satu komitmen tindakan sederhana yang dapat dilakukan setelah kegiatan, misalnya mengurangi pembelian impulsif, membawa tumbler, memanfaatkan barang layak pakai, atau lebih kritis terhadap iklan digital.

Tahap berikutnya adalah difusi ipteks, yaitu penyebarluasan produk pengetahuan yang dirancang agar dapat digunakan kembali setelah kegiatan selesai. Produk yang diberikan berupa modul ringkas, booklet, dan poster digital tentang konsumsi bertanggung jawab. Materi tersebut memuat ringkasan konsep utama, contoh perilaku konsumsi bertanggung jawab di sekolah dan rumah, panduan sederhana mengevaluasi keputusan belanja digital, serta pesan visual yang mudah dipahami siswa. Difusi ipteks ini dimaksudkan agar pengetahuan yang diperoleh peserta tidak berhenti pada saat kegiatan berlangsung, tetapi dapat diperkuat kembali oleh siswa maupun guru dalam proses pembelajaran lanjutan.

Evaluasi kegiatan dilakukan menggunakan instrumen *pre-test* dan *post-test* berupa 10 soal pilihan ganda. Instrumen ini disusun untuk mengukur pemahaman siswa tentang konsumsi bertanggung jawab berdasarkan sepuluh indikator, yaitu: kemampuan membedakan kebutuhan dan keinginan dalam belanja daring; sikap bijak dalam memanfaatkan barang yang masih layak pakai; kebiasaan mengurangi sampah melalui penggunaan wadah makan atau tumbler; kesadaran memilih produk lokal untuk mengurangi jejak karbon; sikap kritis terhadap iklan di media sosial; kebiasaan membaca deskripsi barang dan ulasan pembeli sebelum bertransaksi; pemahaman mengenai hak konsumen; pemahaman mengenai kewajiban konsumen; sikap bijak dalam menghadapi promo belanja; serta tindakan sederhana di sekolah yang mendukung konsumsi bertanggung jawab. Setiap jawaban benar diberi skor 1 dan jawaban salah diberi skor 0, sehingga skor total peserta berada pada rentang 0–10.

Post-test diberikan setelah seluruh rangkaian edukasi, diskusi, refleksi, dan difusi ipteks selesai dilaksanakan. Data hasil *pre-test* dan *post-test* dianalisis secara deskriptif dengan membandingkan skor rata-rata sebelum dan sesudah kegiatan, menghitung selisih peningkatan skor, serta melihat persentase capaian pada setiap indikator. Selain data kuantitatif dari tes, tim juga mengumpulkan data pendukung berupa hasil diskusi kelompok, lembar refleksi siswa, dan catatan observasi fasilitator selama kegiatan berlangsung. Data pendukung ini digunakan untuk membaca tingkat partisipasi siswa, respons terhadap materi, serta bentuk

pemahaman praktis yang muncul selama proses pelatihan. Dengan demikian, evaluasi tidak hanya menilai peningkatan pengetahuan, tetapi juga menangkap perubahan kesadaran dan refleksi peserta terhadap praktik konsumsi sehari-hari.

Melalui tahapan tersebut, metode pengabdian ini dirancang tidak hanya untuk meningkatkan pemahaman siswa mengenai konsumsi bertanggung jawab, tetapi juga untuk menumbuhkan kesadaran kritis dan mendorong komitmen tindakan sederhana yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Perincian desain, tahapan pelaksanaan, instrumen, dan teknik analisis tersebut diharapkan memungkinkan kegiatan serupa direplikasi pada sekolah lain dengan karakteristik peserta yang sejenis.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini diikuti oleh 34 siswa kelas XII-J SMA Negeri 10 Malang. Evaluasi dilakukan menggunakan desain *pre-test* dan *post-test* untuk melihat perubahan pemahaman siswa mengenai konsumsi bertanggung jawab di era digital setelah mengikuti edukasi berbasis *Global Citizenship Education (GCED)*. Dari 34 peserta, sebanyak 33 siswa mengisi *post-test*, sedangkan 1 siswa tidak mengisi *post-test* sehingga tidak dimasukkan dalam analisis perbandingan berpasangan. Untuk memperjelas capaian kegiatan, hasil evaluasi disajikan pada Tabel 1 sampai Tabel 4 yang memuat statistik deskriptif skor, distribusi perubahan skor siswa, distribusi skor *post-test*, dan capaian jawaban benar pada setiap butir soal.

Tabel 1. Statistik deskriptif skor pre-test dan post-test

Indikator	Pre-test	Post-test
Jumlah responden	34	33*
Rata-rata	92,9	97,2
Median	95	100
Nilai tertinggi	100	100
Nilai terendah	70	80
Rentang nilai	30	20

* Satu siswa tidak mengisi post-test.

Tabel 2. Distribusi perubahan skor siswa

Kategori perubahan skor	Jumlah siswa	Persentase
Meningkat	11	33,3%
Tetap	21	63,6%
Menurun	1	3,0%
Total pasangan data lengkap	33	100%

Tabel 3. Distribusi skor post-test

Skor post-test	Jumlah siswa	Persentase
100	25	75,8%
90	7	21,2%
80	1	3,0%
Total	33	100%

Tabel 4. Capaian jawaban benar per butir soal

Nomor soal	Pre-test	Post-test	Keterangan
1	64,7% (22/34)	90,9% (30/33)	Meningkat
2	94,1% (32/34)	97,0% (32/33)	Relatif stabil
3	100% (34/34)	100% (33/33)	Tetap tinggi
4	88,2% (30/34)	97,0% (32/33)	Meningkat
5	100% (34/34)	100% (33/33)	Tetap tinggi

Nomor soal	Pre-test	Post-test	Keterangan
6	100% (34/34)	100% (33/33)	Tetap tinggi
7	94,1% (32/34)	97,0% (32/33)	Relatif stabil
8	88,2% (30/34)	90,9% (30/33)	Relatif stabil
9	94,1% (32/34)	100% (33/33)	Meningkat
10	100% (34/34)	100% (33/33)	Tetap tinggi

Secara umum, hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan capaian siswa setelah mengikuti kegiatan. Sebagaimana terlihat pada Tabel 1, rata-rata skor *pre-test* sebesar 92,9 meningkat menjadi 97,2 pada *post-test*. Median skor juga meningkat dari 95 menjadi 100. Selain itu, rentang nilai menurun dari 30 pada *pre-test* menjadi 20 pada *post-test*. Penurunan rentang nilai ini menunjukkan bahwa setelah intervensi, capaian siswa tidak hanya meningkat, tetapi juga menjadi lebih merata. Hasil tersebut diperkuat oleh distribusi skor *post-test* pada Tabel 3, yang menunjukkan bahwa 25 siswa (75,8%) memperoleh skor 100, 7 siswa (21,2%) memperoleh skor 90, dan hanya 1 siswa (3,0%) yang memperoleh skor 80.

Jika dilihat berdasarkan perubahan skor individual pada Tabel 2, dari 33 siswa yang memiliki data lengkap, 11 siswa (33,3%) mengalami peningkatan skor, 21 siswa (63,6%) memperoleh skor tetap, dan 1 siswa (3,0%) mengalami penurunan skor. Proporsi siswa dengan skor tetap yang cukup besar perlu dibaca secara hati-hati. Hal ini bukan semata-mata menunjukkan bahwa kegiatan kurang efektif, melainkan juga mengindikasikan bahwa banyak siswa telah memiliki pemahaman awal yang relatif baik sebelum intervensi diberikan. Dengan kata lain, kegiatan ini berfungsi terutama untuk memperkuat, menegaskan, dan meratakan pemahaman yang telah dimiliki sebelumnya, terutama pada siswa yang belum mencapai skor maksimal pada *pre-test*.

Pada level butir soal, capaian siswa juga menunjukkan pola yang menarik. Berdasarkan Tabel 4, empat butir soal, yaitu nomor 3, 5, 6, dan 10, telah menunjukkan capaian 100% jawaban benar pada *pre-test* maupun *post-test*. Temuan ini mengindikasikan bahwa beberapa aspek dasar konsumsi bertanggung jawab telah cukup dipahami siswa sejak awal. Sebaliknya, peningkatan paling menonjol terjadi pada soal nomor 1, 4, dan 9. Persentase jawaban benar pada soal nomor 1 meningkat dari 64,7% menjadi 90,9%, soal nomor 4 dari 88,2% menjadi 97,0%, dan soal nomor 9 dari 94,1% menjadi 100%. Peningkatan ini menunjukkan bahwa kegiatan edukasi paling efektif pada indikator yang berkaitan dengan pengambilan keputusan konsumsi yang lebih reflektif, khususnya dalam membedakan kebutuhan dan keinginan, memilih produk secara lebih bijak, serta menyikapi promosi atau praktik konsumsi digital secara kritis.

Sementara itu, pada soal nomor 2, 7, dan 8, persentase jawaban benar relatif stabil antara *pre-test* dan *post-test*. Stabilitas ini dapat dijelaskan oleh dua kemungkinan. Pertama, pada indikator-indikator tersebut, pemahaman awal siswa memang sudah cukup tinggi, sehingga ruang peningkatan menjadi terbatas. Kedua, karena terdapat satu siswa yang tidak mengisi *post-test*, jumlah responden pada *post-test* berkurang menjadi 33, sehingga persentase capaian pada beberapa butir tampak tidak berubah secara signifikan. Oleh sebab itu, hasil yang stabil tidak selalu menunjukkan tidak adanya efek intervensi, tetapi dapat pula merefleksikan kondisi awal peserta yang memang sudah cukup baik.

Secara substantif, temuan ini menunjukkan bahwa edukasi berbasis GCED memiliki potensi untuk memperkuat pemahaman kognitif siswa mengenai konsumsi bertanggung jawab di era digital. Namun, hasil tersebut perlu dibaca secara lebih kritis. Rata-rata *pre-test* yang sudah tinggi menunjukkan adanya kemungkinan *ceiling effect*, yaitu kondisi ketika nilai awal peserta sudah mendekati skor maksimum sehingga ruang peningkatannya relatif terbatas. Fenomena ini menjelaskan mengapa mayoritas siswa tidak menunjukkan lonjakan skor yang besar, meskipun secara umum hasil *post-test* tetap lebih baik dan distribusi nilainya menjadi lebih terkonsentrasi pada skor tinggi. Dengan demikian, efektivitas kegiatan ini tidak hanya tercermin dari kenaikan rata-rata, tetapi juga dari meningkatnya pemerataan pemahaman siswa dan membaiknya capaian pada indikator-indikator yang sebelumnya belum dikuasai secara optimal.

Jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu, hasil kegiatan ini sejalan dengan temuan Rahman dan Utami (2021) yang menunjukkan bahwa pelatihan literasi konsumsi berbasis diskusi kelompok dapat meningkatkan kesadaran remaja terhadap dampak lingkungan dari perilaku konsumsi sehari-hari. Kesamaan tersebut tampak pada pentingnya aktivitas diskusi sebagai media untuk membantu peserta menghubungkan konsep abstrak dengan pengalaman konkret. Temuan ini juga mendukung hasil Lestari dkk. (2022) bahwa

metode *role play* dan studi kasus membuat siswa lebih reflektif terhadap pola konsumsi digital mereka. Dalam kegiatan ini, peningkatan pada butir soal tertentu mengindikasikan bahwa pembelajaran yang interaktif dan kontekstual memang lebih efektif dalam memperkuat literasi konsumsi dibandingkan penyampaian materi yang hanya bersifat informatif.

Meski demikian, hasil pengabdian ini tidak sekadar mengulang temuan penelitian sebelumnya. Jika studi Rahman dan Utami (2021) lebih menekankan peningkatan kesadaran lingkungan, dan Lestari dkk. (2022) menyoroti efektivitas metode interaktif secara umum, kegiatan ini menunjukkan bahwa peningkatan yang paling nyata justru terjadi pada aspek-aspek yang terkait langsung dengan konsumsi digital, seperti keputusan belanja daring, sikap terhadap promosi, dan pilihan konsumsi yang lebih bijak. Hal ini menunjukkan bahwa konteks digital bukan hanya latar baru dari perilaku konsumsi remaja, melainkan ruang sosial yang secara aktif membentuk keputusan konsumsi mereka. Dengan demikian, edukasi konsumsi bertanggung jawab menjadi lebih relevan ketika dihubungkan langsung dengan pengalaman keseharian siswa sebagai pengguna media sosial dan *e-commerce*.

Temuan ini juga dapat dibaca melalui kerangka GCED. Ho (2018) mengkritik bahwa implementasi GCED di banyak sekolah Asia masih cenderung berhenti pada aspek kognitif dan normatif. Temuan dalam kegiatan ini sebagian membenarkan kritik tersebut, karena evaluasi yang digunakan memang masih dominan mengukur pemahaman kognitif melalui tes pilihan ganda. Namun demikian, jika dikaitkan dengan proses diskusi, refleksi, dan peningkatan pada indikator tertentu, hasil kegiatan ini juga menunjukkan bahwa GCED memiliki potensi yang lebih luas ketika dihubungkan dengan isu konsumsi yang dekat dengan pengalaman peserta. Dengan kata lain, ketika GCED diterjemahkan ke dalam praktik yang kontekstual, pendekatan ini tidak hanya memperkaya pengetahuan, tetapi juga mulai membentuk pertimbangan etis dalam keputusan konsumsi sehari-hari. Temuan ini memperkuat argumentasi Prasetyo dkk. (2023) bahwa GCED akan lebih efektif apabila diimplementasikan melalui metode partisipatif dan kontekstual.

Walaupun hasil kegiatan ini positif, beberapa keterbatasan perlu dicatat. Pertama, evaluasi dilakukan segera setelah kegiatan selesai, sehingga belum dapat menunjukkan apakah peningkatan pemahaman tersebut bertahan dalam jangka panjang. Kedua, instrumen evaluasi yang digunakan berupa 10 soal pilihan ganda lebih kuat menangkap perubahan pengetahuan dibanding perubahan sikap dan perilaku aktual. Ketiga, desain satu kelompok tanpa kelompok pembanding membuat peningkatan skor tidak dapat sepenuhnya diatribusikan hanya pada intervensi. Oleh karena itu, kegiatan lanjutan sebaiknya melibatkan evaluasi tindak lanjut, instrumen yang lebih kaya seperti jurnal refleksi atau observasi perilaku, serta penguatan pembiasaan di lingkungan sekolah agar dampak edukasi tidak berhenti pada level kognitif.

Secara keseluruhan, hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa edukasi konsumsi bertanggung jawab berbasis GCED berpotensi meningkatkan pemahaman siswa sekolah menengah, terutama ketika disampaikan melalui metode interaktif yang dekat dengan pengalaman konsumsi digital mereka. Namun demikian, temuan ini juga menunjukkan bahwa peningkatan yang diperoleh masih lebih kuat pada ranah kognitif awal. Karena itu, penguatan berkelanjutan melalui integrasi materi dalam pembelajaran sekolah, pembiasaan perilaku, dan pendampingan lanjutan tetap diperlukan agar pemahaman mengenai konsumsi bertanggung jawab benar-benar terinternalisasi dalam praktik sehari-hari.

V. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui edukasi konsumsi bertanggung jawab di era digital dengan pendekatan Pendidikan Kewarganegaraan Global (*Global Citizenship Education/GCED*) di SMA Negeri 10 Malang menunjukkan hasil positif dalam meningkatkan pemahaman siswa mengenai konsumsi yang etis dan berkelanjutan. Peningkatan hasil evaluasi menunjukkan bahwa kegiatan ini mampu memperkuat kemampuan siswa dalam membedakan kebutuhan dan keinginan, bersikap lebih kritis terhadap iklan dan promosi digital, serta memahami hak dan kewajiban konsumen. Temuan ini menegaskan bahwa pendekatan GCED relevan digunakan untuk mengembangkan literasi konsumsi pada pelajar, terutama dalam konteks budaya konsumsi digital yang semakin intensif. Dengan demikian, kegiatan ini berkontribusi dalam mendukung pembentukan generasi muda yang lebih reflektif, bertanggung jawab, dan berorientasi pada keberlanjutan. Meskipun demikian, temuan ini masih terbatas pada pengukuran jangka pendek pada ranah kognitif, sehingga diperlukan penguatan dan evaluasi lanjutan untuk menilai internalisasi sikap dan perilaku konsumsi bertanggung jawab secara lebih berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ellen MacArthur Foundation. (2017). A new textiles economy: Redesigning fashion's future. <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/a-new-textiles-economy>
- European Commission. (2024). Corporate sustainability due diligence. https://commission.europa.eu/business-economy-euro/doing-business-eu/sustainability-due-diligence-responsible-business/corporate-sustainability-due-diligence_en
- Euromonitor International. (2023). Top 10 global consumer trends 2023. <https://go.euromonitor.com/white-paper-EC-2023-Top-10-Global-Consumer-Trends-EN.html>
- Lestari, N., Pramono, A., & Widodo, H. (2022). Penguatan literasi konsumsi bertanggung jawab melalui metode diskusi interaktif pada siswa SMA. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(2), 115–123.
- Prasetyo, D., Kurniawan, H., & Putri, M. (2023). Integrasi global citizenship education dalam pendidikan keberlanjutan di sekolah menengah. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 14(1), 55–66.
- PwC. (2023). Global Consumer Insights Survey 2023: Frictionless retail and other new shopping trends. <https://www.pwc.com/gx/en/industries/consumer-markets/consumer-insights-survey-feb-2023.html>
- Rahman, A., & Utami, S. (2021). Literasi konsumsi pada remaja: Upaya meningkatkan kesadaran lingkungan melalui pelatihan. *Jurnal Pendidikan dan Sosial*, 10(2), 201–210.
- UNESCO. (2015). Global citizenship education: Topics and learning objectives. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000232993>
- UNESCO. (2022). Where do we stand on education for sustainable development and global citizenship education: Findings of the 7th consultation on the implementation of the Recommendation concerning Education for International Understanding, Co-operation and Peace and Education relating to Human Rights and Fundamental Freedoms. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381362>
- United Nations. (2021). The Sustainable Development Goals Report 2021. <https://unstats.un.org/sdgs/report/2021>
- World Economic Forum. (2022). Why companies must lead on encouraging sustainable consumption to drive social change. <https://www.weforum.org/stories/2022/05/companies-can-encourage-sustainable-consumption-to-drive-social-change/>