

INOVASI KEMASAN RAMAH LINGKUNGAN SEBAGAI STRATEGI MENCiptAKAN NILAI TAMBAH PRODUK PANGAN LOKAL

Indrajit Wicaksana^{1*}, Satriyo Restu Adhi², Yuridistya Primadhita³

¹Program Studi Agribisnis, Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia

²Program Studi Agroteknologi, Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia

³Program Studi Manajemen, Universitas IPWIJA, Indonesia

indrajit.wicaksana@faperta.unsika.ac.id

ABSTRAK

Abstrak: Desa Pasirukem termasuk desa terkecil di Kabupaten Karawang. Selain bertani, salah satu mata pencaharian mayoritas penduduk adalah menjual produk pangan. Minimnya pengetahuan dan kemampuan produksi membuat proses pembuatan produk pangan masih berlangsung secara tradisional, hanya dikemas dengan plastik, dan tidak memperhatikan keramahan lingkungan. Tujuan program pengabdian ini adalah meningkatkan pengetahuan dan kemampuan pelaku usaha Desa Pasirukem akan pentingnya usaha ramah lingkungan melalui sosialisasi dan pelatihan kemasan ramah lingkungan. Kegiatan diikuti 20 pelaku usaha pangan. Tingkat ketercapaian program terlihat pada peningkatan hasil *pre-test* dan *post-test* yang dibagikan kepada peserta. Hasil akhir rata-rata memperlihatkan 92,5% peserta memahami tentang usaha ramah lingkungan dan 87,5% peserta memahami pembuatan kemasan ramah lingkungan. Melalui pelatihan ini tercipta kemasan ramah lingkungan sehingga menciptakan nilai tambah sebagai produk oleh-oleh khas Karawang. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi cikal bakal pembuatan kemasan ramah lingkungan untuk produk pangan lokal lainnya dan meningkatnya daya saing produk pangan lokal Desa Pasirukem.

Kata Kunci: Kemasan Ramah Lingkungan; Nilai Tambah Produk; Pelatihan; Produk Pangan; Usaha Hijau.

Abstract: *Desa Pasirukem is one of the smallest villages in Kabupaten Karawang. In addition to farming, one of the livelihoods of the majority of the population is selling food products. The lack of knowledge and production skills means that the process of making food products is still carried out traditionally, only packaged in plastic, and not pay attention to environmental friendliness. The purpose of this community service program is to increase the knowledge and skills of Desa Pasirukem business actors regarding the importance of environmentally friendly businesses through socialization and training in environmentally friendly packaging. The activity was attended by 20 food business actors. The level of program achievement can be seen in the increase in pre-test and post-test results distributed to participants. The final results on average show that 92.5% of participants understand environmentally friendly businesses and 87.5% of participants understand making environmentally friendly packaging. Environmentally friendly packaging was created through this training, thereby creating added value as a signature Karawang product. This activity is expected to be the forerunner to the creation of environmentally friendly packaging for other local food products and increase the competitiveness of local food products in Pasirukem Village.*

Keywords: *Environmentally Friendly Packaging; Value Added Products; Training; Food Products; Green Business.*



Article History:

Received: 27-09-2024

Revised : 15-11-2024

Accepted: 19-11-2024

Online : 04-12-2024



*This is an open access article under the
CC-BY-SA license*

A. LATAR BELAKANG

Pengembangan usaha pangan lokal menjadi langkah strategis dalam menggerakkan ekonomi, terutama di daerah pedesaan. Usaha produk pangan lokal merupakan usaha yang memiliki potensi besar untuk berkembang karena bahan bakunya tersedia di lingkungan sekitar sehingga mendukung terciptanya usaha berkelanjutan (Partini & Sari, 2022). Produk pangan lokal mudah dikembangkan dengan usaha skala mikro dan kecil karena bahan baku mudah didapat dan harganya yang murah (Wedelia et al., 2018). Namun demikian, dalam pelaksanaannya masih banyak terdapat berbagai permasalahan yang dialami oleh usaha mikro dan kecil. Kemampuan manajerial yang terbatas dan permodalan yang minim menjadi masalah umum bagi usaha mikro dan kecil (Fitriyani et al., 2021). Proses produksi, pemasaran, hingga penjualan pada usaha skala mikro dan kecil mayoritas dilakukan secara tradisional dan sederhana. Hal ini berdampak pada nilai produk yang cenderung rendah.

Nilai suatu produk dipengaruhi antara lain oleh beberapa faktor utama seperti kualitas, branding, manfaat fungsional, dan harga. Nilai produk juga berhubungan erat dengan kemasan. Kemasan yang menarik, informatif, dan fungsional dapat meningkatkan persepsi konsumen terhadap kualitas dan nilai produk. Kemasan yang dirancang dengan desain yang menarik dan bahan yang berkualitas dapat memberikan kesan bahwa produk tersebut memiliki nilai lebih tinggi dibandingkan produk sejenis lainnya (Ermawati, 2019). Kemasan juga berperan dalam menyampaikan informasi penting seperti bahan atau manfaat, serta membantu konsumen merasa yakin dalam membeli produk (Apriyanti, 2018). Selain itu, kemasan yang ramah lingkungan dapat menambah nilai dan citra positif bagi konsumen yang peduli terhadap isu lingkungan, sehingga mendorong minat beli (Safirin et al., 2023). Kemasan yang efektif dapat meningkatkan nilai produk di mata konsumen dan menjadi faktor penentu dalam keputusan pembelian.

Penggunaan kemasan ramah lingkungan semakin marak saat ini, sejalan dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kelestarian lingkungan. Penggunaan kemasan ramah lingkungan dapat memberikan citra positif bagi produk pangan lokal, terutama jika produk pangan lokal tersebut akan dikembangkan menjadi produk khas daerah. Namun demikian, kesadaran untuk menggunakan kemasan ramah lingkungan di daerah pedesaan masih belum semasif di perkotaan. Penggunaan kemasan plastik masih banyak ditemui pada produk pangan lokal yang banyak dijual di daerah, terutama di wilayah pedesaan. Hal ini dikarenakan kemasan plastik memiliki beberapa keunggulan seperti harganya yang relatif rendah, ketersediaan yang mudah, dan ketahanannya untuk melindungi produk dari kerusakan. Namun, meskipun kemasan plastik menawarkan kepraktisan dalam melindungi produk, meningkatnya kesadaran lingkungan mulai mendorong upaya untuk mengurangi

penggunaannya. Kesadaran beralih pada kemasan ramah lingkungan mulai berkembang di berbagai daerah.

Hal ini juga yang diharapkan terjadi pada usaha pangan lokal di Desa Pasirukem yang terletak di Kecamatan Cilamaya Kulon, Kabupaten Karawang. Desa ini merupakan salah satu desa terkecil di Kabupaten Karawang. Kondisi produk pangan lokal yang dihasilkan di Desa ini umumnya hanya dibungkus dengan wadah plastik sederhana dan belum memiliki kemasan khusus berlabel. Hal ini mengakibatkan produk yang dijual kurang menarik dan kurang higienis. Di samping itu, kemasan plastik memberi permasalahan lingkungan karena sampahnya sulit terurai secara hayati (Rustiarini et al., 2021), dan tidak ramah lingkungan (R. S. Dewi et al., 2023). Selain itu, produk pangan yang dihasilkan belum memiliki merek atau logo produk, sehingga pemasaran produk yang dijual masih terbatas, tidak memiliki ciri khusus, dan belum dikenal oleh konsumen secara luas. Oleh karena itu perlu adanya solusi atas dua bidang permasalahan tersebut. Solusi yang ditawarkan juga diarahkan pada upaya terwujudnya usaha ramah lingkungan yang berkelanjutan salah satunya dengan menggunakan kemasan ramah lingkungan. Usaha ramah lingkungan berguna agar pelaku usaha memiliki usaha berkelanjutan (Fathihani et al., 2024).

Kemasan ramah lingkungan adalah kemasan yang dapat didaur ulang dan aman bagi lingkungan (Mardiyah et al., 2022). Kemasan tidak hanya berfungsi untuk melindungi produk, melainkan juga menjadi faktor strategis sebagai peningkat daya saing dan keberlanjutan bisnis (Dewi et al., 2024). Kemasan merupakan strategi penting dari pemasaran produk. Kemasan yang menarik akan meningkatkan minat konsumen untuk membeli suatu produk (Fianda et al., 2021). Tampilan produk yang menarik diharapkan mampu meningkatkan daya saing produk (Yuliana et al., 2022). Kemasan ramah lingkungan akan membantu meningkatkan reputasi dan citra produk (Surya et al., 2023). Inovasi kemasan ramah lingkungan pada produk pangan lokal dapat menciptakan nilai tambah yang signifikan, baik bagi produsen maupun konsumen.

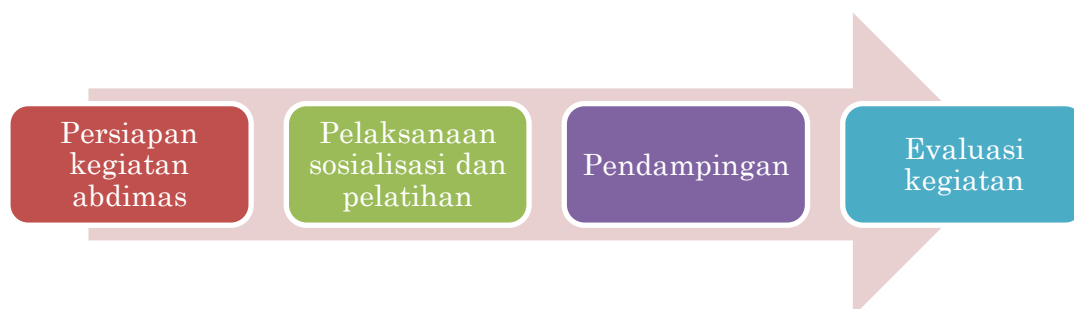
Kemasan ramah lingkungan menjadi salah satu strategi manajemen hijau yang berguna bagi keberlanjutan usaha (Krisnanto, 2017). Kemasan menjadi elemen *branding* yang penting dan membantu konsumen mendiferensiasikan sebuah produk (Natsir & Waani, 2023). Inovasi yang dilakukan dengan menggunakan kemasan ramah lingkungan pada produk pangan lokal dapat menciptakan nilai tambah tersendiri. Kemasan yang mudah terurai atau dapat didaur ulang membantu mengurangi dampak limbah plastik (Permata et al., 2024). Inovasi ini juga bisa mendukung daya saing produk pangan lokal karena konsumen saat ini semakin memilih produk dengan praktik berkelanjutan. Inovasi kemasan ramah lingkungan menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan daya tarik dan memenuhi preferensi konsumen, mengingat saat ini permintaan konsumen terhadap

produk ramah lingkungan semakin meningkat (Hendarsih, 2017; Primadhita et al., 2023).

Guna mendukung terciptanya nilai tambah produk pangan lokal yang ramah lingkungan di Desa Pasirukem, maka dilakukan sosialisasi dan pelatihan kemasan ramah lingkungan. Program sosialisasi dan pelatihan kemasan ramah lingkungan ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk pangan lokal Desa Pasirukem. Munculnya kesadaran masyarakat terhadap kelestarian lingkungan diharapkan akan mendukung kegiatan ekonomi yang ramah lingkungan. Adanya program ini bertujuan untuk membantu masyarakat meningkatkan nilai produknya dan memiliki usaha yang berkelanjutan, sekaligus meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga lingkungan, dan pada akhirnya diharapkan akan berdampak pada peningkatan pendapatan masyarakat. Peserta utama program ini adalah kelompok pelaku usaha Desa Pasirukem yang memproduksi aneka olahan pangan. Peserta terdiri dari 20 pelaku usaha yang mayoritas perempuan. Kebutuhan ekonomi menjadi salah satu alasan perempuan berwirausaha (Primadhita et al., 2019), begitupula yang terjadi di Desa Pasirukem. Perempuan dapat berpengaruh pada ketahanan ekonomi keluarga (Novitasari et al., 2024). Dengan adanya program ini diharapkan terwujudnya peningkatan nilai produk yang berkelanjutan, sekaligus meningkatkan kesadaran lingkungan di Desa Pasirukem.

B. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan program pengabdian ini bermitra dengan kelompok pelaku usaha produk pangan Desa Pasirukem yang berjumlah 20 orang. Sebagian besar peserta adalah perempuan. Program yang dilakukan berupa sosialisasi dan pelatihan kemasan ramah lingkungan. Pelaksanaan program berlangsung selama satu bulan yaitu bulan November 2023 hingga Desember 2023. Pelaksanaan kegiatan dilakukan di aula Kantor Desa Pasirukem. Tahapan pelaksanaan kegiatan, seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

1. Persiapan Kegiatan Abdimas

Pada tahap ini dilakukan komunikasi dan diskusi dengan Pemerintah Desa Pasirukem. Selain diskusi dengan Pemerintah Desa Pasirukem, tim melakukan survei dan wawancara kepada mitra untuk menggali informasi, kondisi, dan permasalahan yang dihadapi mitra. Hasil wawancara adalah menemukan masalah yang akan menjadi acuan dalam menyusun program yang tepat bagi mitra (Fatmawati et al., 2020).

2. Pelaksanaan Sosialisasi dan Pelatihan

Pada tahap pelaksanaan, dilakukan sosialisasi dan pelatihan (*green packaging*) kemasan ramah lingkungan. Pelaksanaan pelatihan kemasan ramah lingkungan bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada pelaku usaha dalam menggunakan bahan kemasan yang lebih ramah terhadap lingkungan yaitu kertas atau kardus. Kardus merupakan bahan ramah lingkungan yang mudah didapatkan di pasaran (Gotama & Natadjaja, 2023). Pelatihan ini juga bertujuan mendukung pengurangan limbah plastik dan bahan tidak ramah lingkungan.

3. Pendampingan

Kegiatan pendampingan dilakukan setelah pelaksanaan pelatihan. Pendampingan dilakukan kepada pelaku usaha untuk membantu mitra beradaptasi dengan penggunaan kemasan ramah lingkungan yang mencakup aspek produksi, distribusi, dan pemasaran.

4. Evaluasi Kegiatan

Pada tahap ini, kegiatan evaluasi dilakukan untuk mengetahui respon peserta. Evaluasi dilakukan dengan pemberian *pre-test* dan *post-test* kepada peserta kegiatan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini telah dilaksanakan selama bulan November 2023 hingga Desember 2023, dengan rangkaian kegiatan sebagai berikut:

1. Persiapan Kegiatan Abdimas

Kegiatan diawali dengan identifikasi masalah yaitu:

- a. Permasalahan bidang produksi terletak pada kondisi produk pangan yang hanya dibungkus dengan kemasan plastik, tanpa logo dan desain yang menarik.
- b. Permasalahan pemasaran yang belum memiliki nama dan logo. Penjualan produk hanya dijual secara terbatas di warung atau toko setempat.

Berdasarkan hasil diskusi, survei, dan wawancara dengan Pemerintah Desa Pasirukem dan pelaku usaha pangan selaku mitra tersebut, maka ditetapkan kegiatan berupa sosialisasi dan pelatihan kemasan ramah lingkungan. Setelah menetapkan kegiatan yang akan dilaksanakan, kemudian dilakukan koordinasi rencana dan jadwal pelaksanaan antara tim, Pemerintah Desa Pasirukem, dan mitra. Setelah ditetapkan jadwal, dilakukan persiapan materi sesuai kebutuhan mitra. Materi yang disiapkan berupa presentasi sosialisasi dan pelatihan kemasan ramah lingkungan, serta pembuatan desain logo dan kemasan. Pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan akan dilakukan di aula Kantor Kepala Desa Pasirukem.

2. Pelaksanaan Sosialisasi dan Pelatihan

Pada tahap pelaksanaan, dilakukan sosialisasi dan pelatihan (*green packaging*) kemasan ramah lingkungan pada tanggal 2 November 2023. Pelaksanaan pelatihan kemasan ramah lingkungan bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada pelaku usaha dalam menggunakan bahan kemasan yang lebih ramah terhadap lingkungan. Pelatihan ini juga bertujuan mendukung pengurangan limbah plastik dan bahan tidak ramah lingkungan. Materi yang diberikan mencakup pentingnya penggunaan kemasan ramah lingkungan, regulasi terkait seperti larangan penggunaan plastik sekali pakai, bahaya sampah plastik, serta pengenalan berbagai jenis bahan kemasan alternatif seperti kertas, bioplastik, atau bahan organik. Pada kesempatan ini juga diberikan contoh penerapan nyata usaha yang sudah beralih ke kemasan ramah lingkungan, seperti yang terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Pelatihan Kemasan Ramah lingkungan
(*Green Packaging*)

Pada kegiatan pelatihan kemasan ramah lingkungan, peserta diberikan pemahaman terlebih dahulu mengenai konsep ramah lingkungan dan manfaatnya bagi kehidupan masyarakat di masa kini dan di masa mendatang, Sosialisasi juga dimulai dengan memberikan informasi tentang dampak negatif kemasan plastik terhadap lingkungan dan manfaat menggunakan kemasan ramah lingkungan, seperti kertas daur ulang dan

bahan berbasis tumbuhan. Peserta juga diperkenalkan pada kondisi pasar yang semakin mengutamakan produk dengan kemasan berkelanjutan dan bagaimana hal ini bisa meningkatkan daya saing produk mereka. Pada sesi pelatihan, peserta diajarkan cara memilih dan merancang kemasan ramah lingkungan yang sesuai dengan karakteristik produk pangan. Pelatihan ini mencakup teknik dasar dalam penggunaan bahan kemasan alternatif, cara pengemasan yang efisien, serta pengelolaan biaya agar tetap terjangkau.

Setelah itu, dilakukan praktek pembuatan kemasan ramah lingkungan untuk produk bolu lapis. Pemilihan produk bolu lapis karena produk ini sudah berdiri lebih dari lima tahun, merupakan usaha kerjasama beberapa pelaku usaha, dan memiliki potensi berkembang menjadi oleh-oleh pangan lokal khas Karawang. Cara membuat kemasan ramah lingkungan dimulai dengan memilih bahan yang mudah terurai atau didaur ulang berupa kemasan kertas dan kardus. Selain itu, dibuat desain kemasan yang mempertimbangkan efisiensi penggunaan bahan. Penting juga untuk memastikan kemasan tersebut fungsional dan tetap melindungi produk secara optimal. Hasil desain kemasan ini kemudian dicetak dan dijadikan inovasi bernilai tambah untuk produk bolu lapis, seperti terlihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Hasil Kemasan Ramah Lingkungan

3. Pendampingan

Kegiatan pendampingan diawali dengan kegiatan memperbanyak kemasan ramah lingkungan yang akan digunakan untuk produk bolu lapis. Kemasan yang sudah selesai didesain dan dibuat kemudian diperbanyak lalu digunakan sebagai kemasan produk bolu lapis dengan merek Bolakar (Bolu Lapis Karawang). Setelah itu, pendampingan juga dilakukan hingga produk Bolakar dengan kemasan ramah lingkungan ini dijual di pusat perbelanjaan oleh-oleh dengan kemasan baru ramah lingkungan. Adanya kemasan ramah lingkungan ini dapat menciptakan nilai tambah bagi produk pangan lokal khas Desa Pasirukem dan terlihat lebih menarik. Pendampingan dilakukan dalam kurun waktu November 2023 hingga Desember 2023, seperti terlihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Pemasaran Produk dengan Kemasan Ramah Lingkungan

4. Evaluasi Kegiatan

Pada tahap ini, kegiatan evaluasi dilakukan untuk mengetahui respon peserta terkait dengan kegiatan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan. Kegiatan pre-test dilakukan sebelum pelatihan dan setelah dipeserta diberikan post-test. Hasil evaluasi memperlihatkan pelatihan berjalan dengan baik dan peserta antusias mengikuti pelatihan yang dibuktikan dengan adanya pertanyaan-pertanyaan dari peserta pelatihan mengenai terkait kemasan ramah lingkungan. Hasil evaluasi peserta dijelaskan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil *Pre-test* dan *Post-test*

No	Indikator	Persentase	
		<i>Pre-test</i>	<i>Post-test</i>
1	Apa itu usaha ramah lingkungan	75%	95%
2	Keuntungan kemasan ramah lingkungan	70%	90%
3	Cara membuat kemasan ramah lingkungan	60%	90%
4	Cara mendesain kemasan ramah lingkungan	55%	85%

Pertanyaan yang diberikan kepada peserta terdiri dari empat bagian. Bagian pertama dan kedua mencakup pemahaman mengenai materi pelatihan, sementara bagian ketiga dan keempat terkait dengan kemampuan peserta dalam pembuatan kemasan ramah lingkungan. Pada bagian pemahaman materi mengenai konsep ramah lingkungan, peserta menjawab soal mengenai pengertian usaha ramah lingkungan dan keuntungan dari kemasan ramah lingkungan. Hasil post-test memperlihatkan peningkatan pemahaman masing-masing bagian sebesar 20%. Sebanyak 90% peserta telah memahami apa yang dimaksud dengan usaha ramah lingkungan dan sebanyak 90% peserta mengerti keuntungan dari kemasan ramah lingkungan.

Selanjutnya, hasil post-test dari pelatihan pembuatan kemasan ramah lingkungan memperlihatkan peningkatan 30% terhadap pemahaman peserta mengenai cara membuat kemasan ramah lingkungan. Hal ini terlihat dari tingkat pemahaman peserta setelah sosialisasi dan pelatihan menjadi 95%. Sebanyak 90% peserta telah mengerti cara membuat kemasan

ramah lingkungan yang benar. Sementara itu, kemampuan peserta memahami cara mendesain kemasan ramah lingkungan meningkat 30%. Dengan demikian, sebanyak 90% peserta telah memahami cara membuat kemasan ramah lingkungan. Sebanyak 85% peserta telah mampu mendesain kemasan ramah lingkungan yang tepat guna dan menarik.

Hasil evaluasi peserta pada *post-test* memperlihatkan peningkatan yang signifikan mengenai pemahaman materi pelatihan (indikator 1 dan 2) dan praktek pembuatan kemasan ramah lingkungan (indikator 2 dan 3). Kendala yang dihadapi adalah kurangnya pemahaman peserta sehingga pelatihan dan praktek pembuatan kemasan dilakukan dengan waktu yang lebih lama dibandingkan dengan rencana awal. Namun demikian, hasil dari pelatihan berhasil menambah pengetahuan dan keterampilan peserta. Dengan pelatihan ini diharapkan akan ada keberlanjutan berupa peralihan kemasan plastik menjadi kemasan ramah lingkungan. Selanjutnya, peserta memberi masukan untuk diadakan kegiatan lanjutan yang berfokus pada pemasaran digital dan cara produksi yang aman dan ramah lingkungan, terutama pada pemanfaatan bahan alami untuk membuat produk tahan lebih lama, seperti terlihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Pelaksanaan Evaluasi Kegiatan

D. SIMPULAN DAN SARAN

Kemasan ramah lingkungan menjadi salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi nilai tambah sebuah produk di mata konsumen. Sosialisasi dan pelatihan pembuatan kemasan ramah lingkungan disertai dengan desain logo produk yang dilaksanakan untuk pelaku usaha Desa Pasirukem dapat memberikan nilai tambah bagi produk yang dihasilkannya. Kegiatan berjalan dengan baik dan mendapat respon positif dari peserta pelatihan. Hasil evaluasi memperlihatkan rata-rata nilai pemahaman materi pelatihan sebesar 92,5% dan rata-rata nilai memahami pembuatan kemasan ramah lingkungan sebesar 87,5%. Atas masukan peserta, di masa mendatang diharapkan dapat meneruskan dengan mengadakan pelatihan pemasaran digital dan ketahanan produk pangan ramah lingkungan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Singaperbangsa Karawang yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Kepala Desa Pasirukem beserta seluruh jajarannya, pelaku usaha produk pangan Desa Pasirukem, dan pihak-pihak lain yang telah mendukung terlaksananya kegiatan pelatihan dengan baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya Kemasan terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Sosio E-Kons*, 10(1), 20.
- Dewi, H. E., Haryati, N., Aprilia, A., Yuswita, E., Koestiono, D., Pariasa, I. I., Hardana, A. E., Hartono, R., Riana, F. D., Maulidah, S., & Noor, A. Y. M. (2024). Pendampingan Inovasi New-Packaging dan Strategi Pemasaran Produk Teh Bunga Telang dalam Meningkatkan Kualitas dan Daya Saing Produk Lokal. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 8(3), 2971–2981.
- Dewi, R. S., Latif, T., & Falah, B. M. (2023). Strategi Pemasaran Produk Ramah Lingkungan untuk UMKM Kemenangan Andalan Kemasan. *Jurnal ,Anajemen Pemasaran Internasional*, 1(3), 158–169.
- Ermawati, E. (2019). Pendampingan Peranan Dan Fungsi Kemasan Produk Dalam Dunia Pemasaran Desa Yosowilangun Lor. *Empowerment Society*, 2(2),
- Fathihani, F., Randyantini, V., & Saputri, I. P. (2024). Penyuluhan Model Bisnis Hijau UMKM dalam Mendorong Transformasi Ekonomi Hijau. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi IPTEKS*, 2(2), 361–367.
- Fatmawati, K., Susanti, & Rohanda. (2020). Membentuk Masyarakat Peduli Lingkungan dengan Membersihkan Area Sumber Mata Air dan Selokan. *Proceeding UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 3(7), 396–407.
- Fianda, A. Y. A., Fandinny, I., Kacaribu, L. N. B., Desyani, N. A., Asyifa, N., & Wijayanti, P. (2021). Eco-friendly Packaging: Preferensi dan Kesiapan Membayar Konsumen di Marketplaces. *Jurnal Ilmu Lingkungan*, 20(1), 147–157.
- Fitriyani, I., Sumbawati, N. K., & Rahman, R. (2021). Peran Kemampuan Manajerial dan Lingkungan Industri dalam Meningkatkan Kualitas UMKM. *Jurnal Tambora*, 5(3), 35–39.
- Gotama, S. L., & Natadjaja, L. (2023). Analisis Penggunaan Kardus Sebagai Kemasan dan Dekorasi Ramah Lingkungan Di Dusun Dukduk Surabaya. *DeKaVe*, 16(2), 199–214.
- Hendarsih, I. (2017). Analisis Konsep Green Product Sebagai Pelaksanaan Etika Bisnis pada Perusahaan. *Widya Cipta*, 1(1), 76–85.
- Krisnanto, A. B. (2017). Strategi Manajemen Hijau untuk Keunggulan Bersaing Berkelanjutan. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 1(1), 50–58.
- Mardiyah, S., Anggraeni, S. V., & Muzdalifah, L. (2022). Peran Green Product dan Green Packaging pada Purchase Decision. *Greenomika*, 4(2), 116–127.
- Natsir, K., & Waani, A. M. (2023). Meningkatkan Nilai Produk Kuliner Melalui Inovasi Kemasan. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 6(3), 661–670.
- Novitasari, L., Aziza, E. R. N., Ariani, P., Anjani, A. A., & Puspita, A. M. I. (2024). Sekolah Perempuan untuk Mengembangkan Potensial Pendapatan Perempuan dan Mensukseskan Program 5000 Perempuan di Desa Buluagung Kabupaten Trenggalek. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 8(1), 670–678.
- Partini, & Sari, I. (2022). Kebijakan Pengembangan Kesehatan Pangan Lokal.

Agribisnis, 11(1), 78–83.

- Permata, A. D., Malaya, A. P., & Kamal, U. (2024). Strategi Pengurangan Penggunaan Plastik Melalui Implementasi Zero Waste Menuju Gaya Hidup Ramah Lingkungan. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 1(3), 371–383.
- Primadhita, Y., Budiningsih, S., Wicaksana, I., & Melani, A. (2023). Pengaruh Pemasaran Digital, Kualitas Produk, Dan Inovasi Hijau Terhadap Kinerja UMKM Makanan Dan Minuman. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Digital*, 2(1), 49–61.
- Primadhita, Y., Primatami, A., & Budiningsih, S. (2019). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi perempuan berwirausaha online. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 21(2), 81–90.
- Rustiarini, N. W., Anggraini, N. P. N., & Satwam, I. K. S. B. (2021). Perancangan Kemasan Dupa yang Ekonomis dan Ramah Lingkungan. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(4), 1808–1817.
- Safirin, M. T., Samanhudi, D., Aryanny, E., & Pudji W, E. (2023). Pemanfaatan Teknologi Packaging untuk Meningkatkan Kualitas dan Keamanan Produk Pangan Lokal. *Jurnal Abdimas Peradaban*, 4(1), 31–41.
- Surya, E. P., Wijaya, G. A., Sari, K. A., & Aruna, A. (2023). Pengembangan Kemasan Ramah Lingkungan sebagai Dukungan untuk Keberlanjutan dalam Industri Ecomarketing di Kampung Industri Tempe Sanan. *Prosiding Seminar Internasional Publikasi Hasil-Hasil Penelitian Dan Pengabdian*, 6(18), 1385–1399.
- Wedelia, L., Hutagaol, M. P., & Daryanto, A. (2018). Aksesibilitas Industri Pangan Skala Mikro Kecil Terhadap Sumber Pembiayaan Formal Di Kabupaten Bogor. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 5(1), 27.
- Yuliana, F. H., Pratita, D., Firmansyah, F., & Suganda, V. A. (2022). Meningkatkan Daya Saing Produk Usaha Mikro di Era Digital Melalui Edukasi dan Pendampingan Strategi Branding dan Packaging. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(5), 3754–3765.