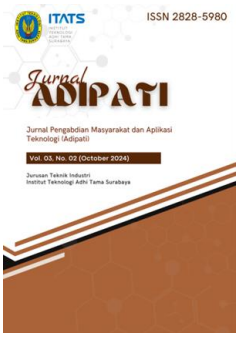
Wahyudi, dkk., Jurnal ADIPATI, Vol. 04, No. 02, Tahun 2025
Homepage: https://ejurnal.itats.ac.id/adipati/
DOI: 10.31284/j.adipati.2025.v4i2.7748



Halaman:
81 – 89

Tanggal penyerahan:
14 Mei 2025

Tanggal diterima:
11 Juni 2025

Tanggal terbit:
06 Oktober 2025

*penulis korespondensi
Email:
bayu_wahyudi@um-palembang.ac.id

Jurnal Pengabdian Masyarakat dan aplikasi Teknologi (Adipati)

Pembinaan Pengrajin Tenun dalam Membangun Identitas Merek Melalui Kemasan Ramah Lingkungan

Bayu Wahyudi[1*], Nidya Wisudawati[2], Tuwandi Juniarto[3], Bagus Pratama Meidyo Iskandar[4], Faris Daffa Akbar[5], Wanda Puspita Sari[6], Intan Yuliana[7], Indo Esa[8], Muhammad Akhdan Maulana[9], Dewanda Putri Ruditya[10], Dicky Satria[11], Syafaatum Munawaroh[12], Putri Agustriani[13], Muhammad Gilang Maulana[14], Amalia Khoirunnisa[15]
[1,2,3]Program Studi Teknik Industri, Universitas Muhammadiyah Palembang
[4]Program Studi Teknik Sipil, Universitas Muhammadiyah Palembang
[5]Program Studi Teknik Elektro, Universitas Muhammadiyah Palembang
[6]Program Studi Administrasi Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Palembang
[7]Program Studi Teknologi Pangan, Universitas Muhammadiyah Palembang
[8,9,10,11]Program Studi Hukum, Universitas Muhammadiyah Palembang
[12]Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam (Dakwah), Universitas Muhammadiyah Palembang
[13]Program Studi Hukum Keluarga (Akhwal Syahsiyyah), Universitas Muhammadiyah Palembang
[14,15]Program Studi Kedokteran, Universitas Muhammadiyah Palembang, Jl. Jend. Ahmad Yani, 13 Ulu, Kec. Seberang Ulu II, Kota Palembang, Sumatera Selatan, 30263

Abstract

Increasing awareness of the environmental impact of plastic packaging has driven the importance of implementing eco-friendly packaging in various industrial sectors, including the woven fabric industry. This community service activity aimed to provide training and mentoring to woven fabric business actors in Simpang Empat Village, Jejawi Sub-district, Ogan Komering Ilir Regency in developing eco-friendly packaging and product branding to enhance market competitiveness. The methods employed included observation, partner needs survey, training material preparation, training session implementation, and program effectiveness evaluation involving 24 participants. Initial questionnaire results showed that 62.5% of participants had limited understanding of eco-friendly packaging concepts, with main constraints being higher costs (41.7%), limited material availability (33.3%), and lack of information and education (25%). After the training, 100% of participants stated gaining new insights about the benefits of eco-friendly packaging, with 33.3% of participants rating the materials as very clear and 37.5% rating the material relevance as highly suitable for business needs. Program sustainability will be carried out through packaging design mentoring, selection of local eco-friendly packaging materials, and community empowerment in sustainable packaging production. This activity successfully increased participants' understanding of eco-friendly packaging and supported efforts to reduce plastic waste and environmental conservation.

Keywords: *eco-friendly packaging, branding, woven textiles, MSME development, community service*

Abstrak

Meningkatnya kesadaran akan dampak lingkungan dari kemasan plastik mendorong pentingnya penerapan kemasan ramah lingkungan di berbagai industri, termasuk industri kain tenun. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku usaha kain tenun di Desa Simpang Empat, Kecamatan Jejawi, Kabupaten Ogan Komering Ilir dalam pengembangan kemasan ramah lingkungan dan branding produk untuk meningkatkan daya saing di pasar. Metode yang digunakan meliputi observasi, survei kebutuhan mitra, penyusunan materi pelatihan, pelaksanaan sesi pelatihan, dan

Jurnal ADIPATI
ISSN: 2828-5980 (Online)

evaluasi efektivitas program dengan melibatkan 24 peserta. Hasil kuesioner awal menunjukkan bahwa 62,5% peserta memiliki pemahaman terbatas terhadap konsep kemasan ramah lingkungan, dengan kendala utama berupa harga yang lebih mahal (41,7%), keterbatasan ketersediaan bahan (33,3%), dan kurangnya informasi edukasi (25%). Setelah pelatihan, 100% peserta menyatakan mendapatkan wawasan baru tentang manfaat kemasan ramah lingkungan, dengan 33,3% peserta menilai materi sangat jelas dan 37,5% menilai relevansi materi sangat sesuai dengan kebutuhan bisnis. Keberlanjutan program akan dilakukan melalui pendampingan desain kemasan, pemilihan material kemasan lokal yang ramah lingkungan, dan pemberdayaan masyarakat dalam produksi kemasan berkelanjutan. Kegiatan ini berhasil meningkatkan pemahaman peserta tentang kemasan ramah lingkungan dan mendukung upaya pengurangan sampah plastik serta kelestarian lingkungan.

Kata kunci: kemasan ramah lingkungan, branding, kain tenun, pengembangan UMKM, pengabdian kepada masyarakat

1. PENDAHULUAN

Meningkatnya kekhawatiran lingkungan terkait kemasan plastik tradisional telah mendorong pergeseran signifikan menuju pengembangan dan implementasi solusi kemasan produk yang ramah lingkungan. Transisi ini terutama didorong oleh kebutuhan mendesak untuk mengurangi dampak buruk sampah plastik yang telah menjadi masalah global yang mendesak. Ketergantungan pada bahan yang tidak dapat terurai secara biologis telah menyebabkan akumulasi sampah plastik di tempat pembuangan sampah dan lautan, berkontribusi pada polusi dan membahayakan satwa liar (Borela & Apolinar, 2020; Pires, dkk., 2022).

Industri kemasan telah menghadapi tekanan yang meningkat untuk mengatasi implikasi lingkungan dan sosial dari praktik mereka (Guillard, dkk., 2018). Kemasan berkelanjutan, yang bertujuan untuk meminimalkan dampak lingkungan kemasan di seluruh siklus hidupnya sambil juga mempertimbangkan konsekuensi sosial, telah menjadi fokus penting bagi bisnis dan pembuat kebijakan (Kozik, 2020).

Di Desa Simpang Empat, Kecamatan Jejawi, Kabupaten Ogan Komering Ilir, terdapat industri kain tenun yang dikelola oleh masyarakat setempat. Berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara dengan pelaku usaha, ditemukan bahwa industri ini sedang menghadapi tantangan berupa penurunan permintaan pasar. Penurunan ini berdampak pada berkurangnya pendapatan para pelaku usaha, sehingga diperlukan strategi inovatif untuk meningkatkan daya saing produk kain tenun di pasar yang semakin kompetitif.

Persepsi konsumen memainkan peran penting dalam keberhasilan implementasi solusi kemasan berkelanjutan. Inisiatif edukasi yang bertujuan untuk menginformasikan konsumen tentang manfaat dan karakteristik bahan yang dapat terurai secara biologis sangat penting untuk mendorong penerimaan dan mendorong konsumsi yang bertanggung jawab (Boz, dkk., 2020).

Adopsi kemasan ramah lingkungan menjadi salah satu faktor penting yang bisa meningkatkan nilai tambah suatu produk di mata konsumen (Wicaksana, dkk., 2024) dan memberikan strategi komprehensif untuk meminimalkan dampak lingkungan (Jestratijevic & Vrabič-Brodnjak, 2022). Dengan melakukan desain ulang kemasan dan mengurangi penggunaan material, suatu industri dapat secara signifikan menurunkan jejak ekologisnya sambil tetap memenuhi tuntutan konsumen akan kualitas dan keamanan (Jestratijevic & Vrabič-Brodnjak, 2022; Santi, dkk., 2022).

Untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh industri kain tenun di Desa Simpang Empat, diusulkan solusi berupa edukasi dan pelatihan dalam pengembangan kemasan ramah lingkungan dan strategi branding. Dengan mengadopsi kemasan yang lebih berkelanjutan, pelaku usaha dapat meningkatkan daya saing produk mereka serta menarik lebih banyak konsumen yang peduli terhadap lingkungan. Melalui pendekatan yang menyeluruh, program ini akan memadukan aspek branding dengan prinsip-prinsip keberlanjutan, sehingga dapat menciptakan nilai tambah bagi produk kain tenun sekaligus mendukung gerakan pengurangan sampah plastik. Diharapkan dengan adanya inovasi dalam pengemasan dan strategi branding yang tepat, dapat meningkatkan daya tarik produk kain tenun di mata konsumen yang lebih luas, yang pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan pendapatan masyarakat setempat.

2. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini akan dilakukan di Desa Simpang Empat, Kecamatan Jejawi, Kabupaten Ogan Komering Ilir, Sumatera Selatan. Mitra dalam pengabdian ini adalah Kelompok

Jurnal ADIPATI
ISSN: 2828-5980 (Online)

Masyarakat Pemilik Usaha dan Umum. Runtun metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat pada Mitra tersebut diuraikan sebagai berikut:

2.1 Persiapan

Fase persiapan meliputi studi literatur, observasi di lapangan terkait kebutuhan pelaku usaha, serta wawancara dengan pemangku kepentingan setempat. Kegiatan persiapan ini bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan spesifik yang dihadapi oleh pelaku industri kain tenun, serta mengumpulkan informasi yang diperlukan untuk merancang program pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan mitra. Hasil dari fase persiapan ini akan menjadi dasar dalam pengembangan materi pelatihan dan strategi pendampingan yang akan diterapkan.

2.2 Pelaksanaan

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini diawali dengan melakukan survei lapangan di lokasi mitra untuk mendapatkan gambaran konkret tentang kondisi dan kebutuhan pelaku usaha. Setelah itu, tim pengabdian akan mengurus surat perizinan kepada Kepala Desa dan perangkat setempat sebagai bentuk formalitas dan untuk mendapatkan dukungan dari pemerintah desa. Langkah berikutnya adalah menyiapkan materi dan bahan pelatihan yang komprehensif mengenai kemasan ramah lingkungan dan strategi branding yang sesuai dengan karakteristik produk kain tenun. Setelah semua persiapan selesai, tim akan mengadakan sesi pelatihan dan pendampingan bagi pelaku usaha yang mencakup aspek teoretis dan praktis dari pengembangan kemasan berkelanjutan dan strategi branding efektif. Untuk mengukur efektivitas program, akan dilakukan evaluasi terhadap pemahaman peserta setelah pelatihan melalui diskusi, kuesioner, dan observasi terhadap implementasi awal. Seluruh kegiatan akan didokumentasikan dengan baik dan hasilnya akan dipublikasikan melalui media yang relevan untuk menyebarluaskan praktik baik dan pembelajaran dari program ini.

2.3 Rencana Keberlanjutan Program

Untuk memastikan keberlanjutan program dan dampak jangka panjang dari kegiatan pengabdian ini, tim akan melaksanakan evaluasi berkala setiap 3 bulan untuk memantau perkembangan implementasi kemasan ramah lingkungan dan strategi branding pada produk kain tenun. Tim juga akan memberikan pendampingan berkelanjutan bagi pelaku usaha dalam menerapkan strategi kemasan dan branding secara efektif, dengan membantu mereka mengatasi tantangan-tantangan yang muncul dalam proses implementasi. Selain itu, program ini juga akan memfasilitasi pembangunan jaringan pemasaran yang lebih luas melalui kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah daerah, platform e-commerce, dan komunitas peduli lingkungan, sehingga produk kain tenun ramah lingkungan dari Desa Simpang Empat dapat dikenal oleh pasar yang lebih luas dan beragam.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Pembukaan

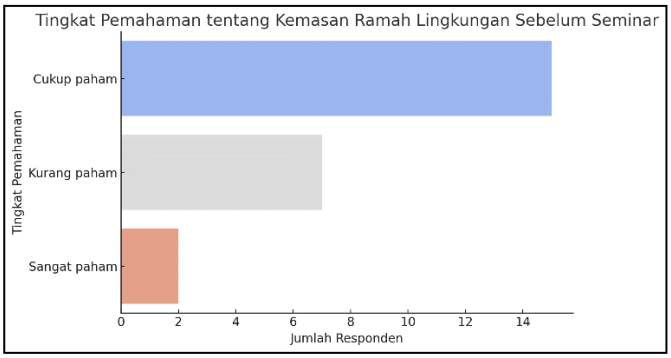
Acara dimulai oleh pembawa acara dari mahasiswa KKN, kemudian diawali dengan sambutan yang disampaikan oleh perangkat desa dan pelaksana Pengabdian Kepada Masyarakat. Dalam sambutannya, disampaikan ucapan terima kasih atas kehadiran seluruh peserta dan dukungan dari berbagai pihak yang telah memfasilitasi terselenggaranya kegiatan ini. Disampaikan juga latar belakang diadakannya kegiatan pengabdian ini yang bertujuan untuk memberikan pemahaman akan pentingnya penggunaan kemasan yang ramah lingkungan bagi produk yang dihasilkan masyarakat dan membantu para pelaku UMKM dalam meningkatkan daya saing produk mereka melalui branding kemasan yang ramah lingkungan. Tidak lupa juga memperkenalkan narasumber pada kegiatan ini. Jumlah total peserta yang mengisi kuesioner adalah 24 orang. Respons yang diberikan oleh peserta memberikan gambaran awal tentang pemahaman serta tantangan yang mereka hadapi dalam penggunaan kemasan ramah lingkungan.

1. Jumlah Peserta yang Memiliki Usaha
   Dari total 24 peserta, sebanyak 13 responden merupakan pelaku usaha, sementara sisanya adalah individu yang belum memiliki usaha sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar peserta memiliki kepentingan langsung dalam implementasi kemasan ramah lingkungan untuk bisnis mereka. Gambar 1 menunjukkan grafik jumlah peserta yang memiliki usaha.

Jurnal ADIPATI
ISSN: 2828-5980 (Online)

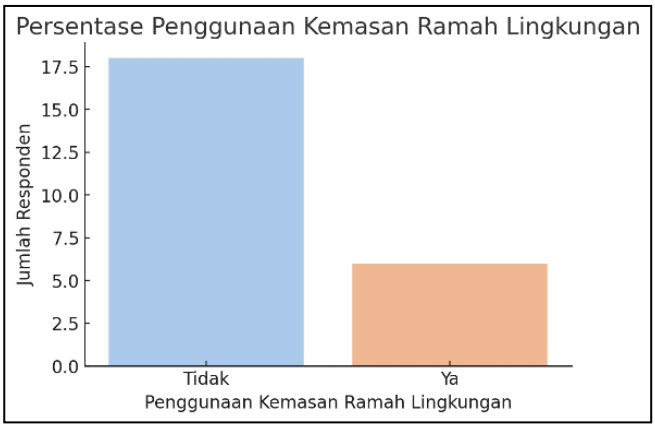
Gambar 1. Grafik jumlah peserta yang memiliki usaha

2. Tingkat pemahaman peserta dengan konsep kemasan ramah lingkungan sebelum seminar
   Sebelum seminar berlangsung, peserta memiliki tingkat pemahaman yang beragam mengenai konsep kemasan ramah lingkungan. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa 2 peserta merasa sudah memahami konsep tersebut, sementara 15 lainnya masih memiliki pemahaman yang terbatas, dan 7 peserta menyatakan kurang memahami kemasan ramah lingkungan. Gambar 2 menunjukkan grafik tingkat pemahaman peserta.



Gambar 2. Grafik tingkat pemahaman peserta

3. Jumlah pengguna kemasan ramah lingkungan
   Sebagian peserta telah menggunakan kemasan ramah lingkungan dalam bisnis atau aktivitas sehari-hari mereka, sementara sebagian lainnya belum pernah menggunakannya. Dari hasil kuesioner, 6 peserta menjawab "Ya," sedangkan 18 menjawab "Tidak." Grafik 3 menunjukkan distribusi jawaban peserta untuk penggunaan kemasan ramah lingkungan.

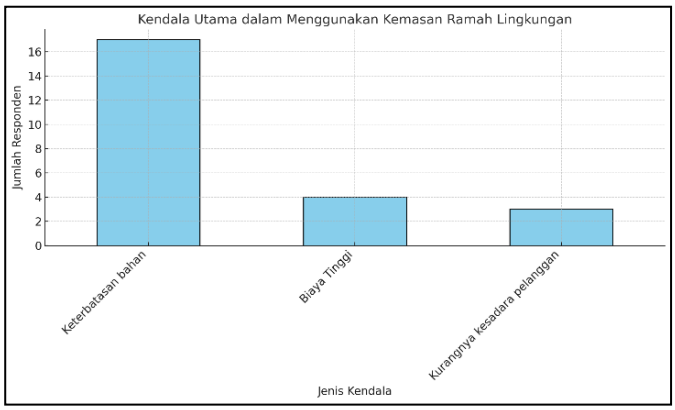


Gambar 3. Grafik jumlah peserta yang menggunakan kemasan ramah lingkungan

4. Kendala utama peserta dalam menggunakan kemasan ramah lingkungan
   Responden mengidentifikasi beberapa kendala utama dalam penggunaan kemasan ramah lingkungan. Beberapa faktor yang paling sering disebutkan adalah harga yang lebih mahal, keterbatasan ketersediaan, serta

Jurnal ADIPATI
ISSN: 2828-5980 (Online)

kurangnya informasi dan edukasi mengenai kemasan alternatif. Gambar 4 menunjukkan kendala utama yang dihadapi peserta.



Gambar 4. Grafik kendala dalam menggunakan kemasan ramah lingkungan

3.2 Sesi Penyampaian Materi

Sesi penyampaian materi dimulai dengan penjelasan komprehensif tentang kemasan ramah lingkungan dan manfaatnya. Kemasan didefinisikan sebagai material yang digunakan untuk membungkus atau melindungi produk dengan fungsi utama untuk proteksi, penyimpanan, transportasi, komunikasi, dan branding yang memberikan informasi penting kepada konsumen (Surya, dkk., 2023). Jenis-jenis kemasan dibagi berdasarkan fungsi, yaitu kemasan primer (bersentuhan langsung dengan produk), kemasan sekunder (mengelompokkan unit produk), dan kemasan tersier (untuk transportasi dalam jumlah besar), serta berdasarkan material seperti plastik, kaca, logam, kertas/karton, dan bahan *biodegradable* seperti pati singkong yang lebih ramah lingkungan (Hanifah, dkk., 2025). Kemasan yang baik harus memenuhi kriteria keamanan, fungsionalitas, daya tarik, dan keberlanjutan (Aini & Walyoto, 2022). Kemasan ramah lingkungan dirancang untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dengan karakteristik bahan yang *biodegradable* seperti kemasan berbasis pati singkong (Hanifah, dkk., 2025), dapat didaur ulang seperti kemasan berbahan bambu (Surya, dkk., 2023), dan berkontribusi pada pengurangan plastik sekali pakai (Sofiani & Yulia, 2024). Manfaat kemasan ramah lingkungan bagi brand meliputi peningkatan citra merek karena konsumen lebih tertarik pada brand yang peduli terhadap lingkungan (Reynaldi, dkk., 2023), meningkatkan daya saing dengan nilai tambah di pasar global (Pasaribu, dkk., 2023), dan memberikan efisiensi biaya jangka panjang dengan desain yang lebih hemat bahan (Surya, dkk., 2023). Dokumentasi sesi penyampaian materi kepada peserta pelatihan ditunjukkan oleh Gambar 5.

Gambar 5. Sesi penyampaian materi

Jurnal ADIPATI
ISSN: 2828-5980 (Online)

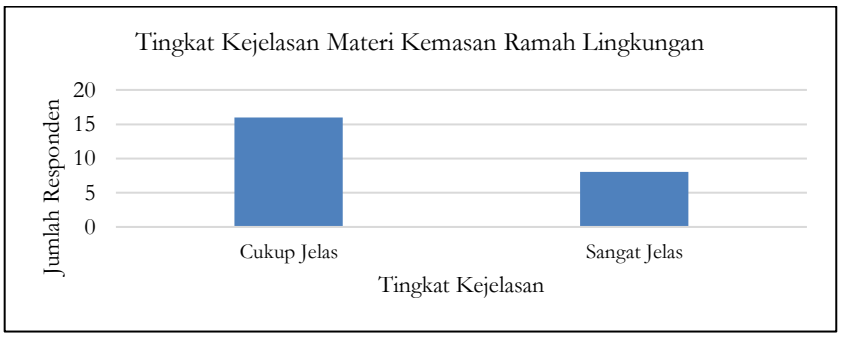
3.3 Sesi Tanya Jawab

Pada sesi tanya jawab, beberapa peserta mengajukan pertanyaan yang sangat relevan terkait kemasan ramah lingkungan.

1. Contoh produk apa yang kemasannya ramah lingkungan?
   Beberapa contoh produk dengan kemasan ramah lingkungan meliputi:
   - Tempe Sanan: Menggunakan kemasan berbahan bambu (Surya, dkk., 2023).
   - Tahu Sumedang Putri Deli Medan: Menggunakan besek dari anyaman bambu atau rotan (Pasaribu, dkk., 2023).
   - Biofoam dari Sekam Padi dan Kacang Tanah: Alternatif styrofoam berbasis serat alami (Erfina, dkk., 2022).
2. Apakah kemasan ramah lingkungan lebih mahal?
   Secara awal, biaya produksi kemasan ramah lingkungan mungkin lebih tinggi dibandingkan plastik konvensional. Namun, dalam jangka panjang, penghematan dapat diperoleh melalui pengurangan limbah dan peningkatan daya saing produk (Sofiani & Yulia, 2024; Surya, dkk., 2023). Kemudian, biaya yang mahal juga dapat diatasi dengan melakukan pemesanan dalam jumlah besar, yaitu dengan cara memesan bahan kemasan secara kolektif (Santoso & Riyanto, 2023).

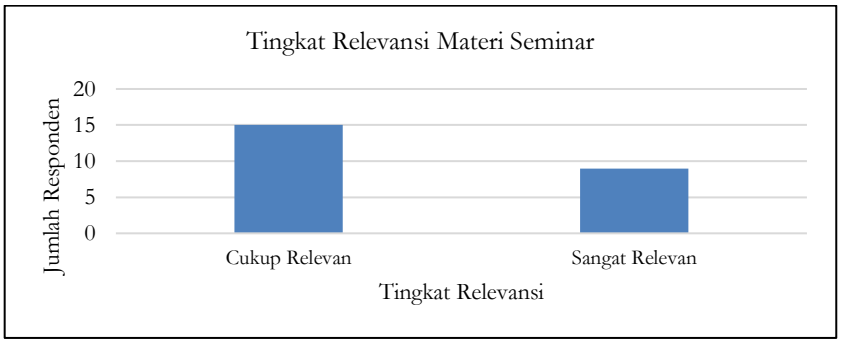
Pada akhir kegiatan, dilakukan kuesioner terkait tanggapan peserta setelah mengikuti rangkaian kegiatan ini. Berikut merupakan hasil kuesioner kepuasan yang telah dikumpulkan setelah pelaksanaan kegiatan:

1. Kejelasan materi ramah lingkungan. Dari total peserta yang memberikan tanggapan, 16 orang menyatakan bahwa materi cukup jelas, sementara 8 orang menyatakan bahwa materi sangat jelas. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas peserta dapat memahami materi yang disampaikan dengan baik. Grafik yang menunjukkan hasil tanggapan peserta terkait kejelasan materi dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Hasil kuesioner kejelasan materi tentang *packaging* ramah lingkungan.

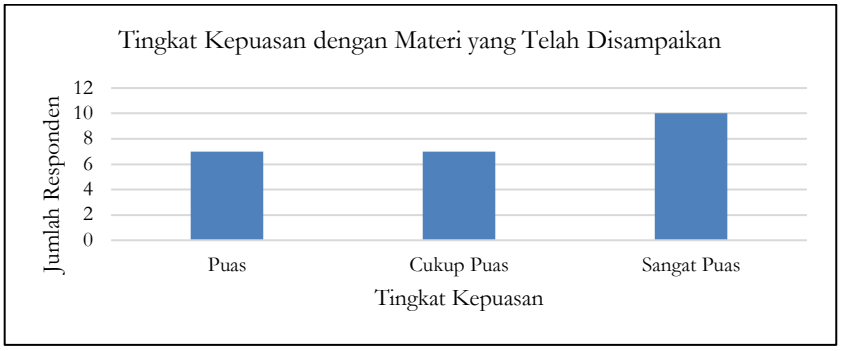
2. Relevansi materi dengan kebutuhan. Dari hasil survei, 15 peserta menyatakan bahwa materi cukup relevan, sementara 9 peserta menyatakan bahwa materi sangat relevan. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar peserta merasa bahwa materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan bisnis mereka. Grafik yang menunjukkan tingkat relevansi materi dengan kebutuhan bisnis peserta dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Relevansi materi dengan kebutuhan bisnis peserta.

3. Kepuasan terhadap materi. Mayoritas peserta merasa puas dan sangat puas dengan seminar yang diberikan. Namun, terdapat 7 peserta yang hanya menyatakan "cukup puas". Hal ini menunjukkan bahwa meskipun seminar telah memberikan manfaat yang cukup baik, masih terdapat ruang untuk perbaikan dalam aspek penyampaian atau materi yang lebih mendalam. Grafik yang menunjukkan tingkat kepuasan peserta terhadap materi seminar dapat dilihat pada Gambar 8.

Homepage: https://ejurnal.itats.ac.id/adipati/
DOI: 10.31284/j.adipati.2025.v4i2.7748
Jurnal ADIPATI
ISSN: 2828-5980 (Online)



Gambar 8. Tingkat kepuasan peserta terhadap seminar.

3.4 Rencana Keberlanjutan Program

Hasil dari penyampaian materi kemasan ramah lingkungan yang komprehensif serta strategi branding telah memberikan dampak positif terhadap pemahaman peserta pelatihan. Peserta menunjukkan antusiasme dan ketertarikan terhadap penggunaan kemasan ramah lingkungan melalui alternatif seperti bambu dan pati singkong yang bersifat *biodegrable*, serta pemahaman tentang pentingnya branding kemasan dalam menciptakan citra produk. Respons positif ini juga tercermin dalam diskusi dan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan selama sesi pemaparan materi, serta hasil evaluasi melalui survei yang menunjukkan peningkatan pemahaman peserta.

Materi pelatihan yang disampaikan memberikan pemahaman mendalam kepada peserta tentang jenis-jenis kemasan dan pentingnya penggunaan bahan ramah lingkungan seperti bambu dan pati singkong. Oleh karena itu, dalam rencana keberlanjutan program, akan dilakukan pendampingan lanjutan berupa sesi konsultasi teknis untuk membantu pelaku usaha memilih bahan kemasan yang sesuai dan terjangkau, serta mengembangkan desain branding yang menarik. Diharapkan melalui pendampingan lanjutan ini, pengetahuan yang telah diperoleh dapat diimplementasikan secara nyata dalam produk usaha mereka. Beberapa langkah yang akan dilakukan adalah:

1. Pendampingan Desain Kemasan: Melakukan workshop untuk menciptakan desain kemasan yang menarik dan fungsional (Amaliah, 2022).
2. Pemilihan Material Kemasan: Menyesuaikan dengan ketersediaan bahan lokal yang ramah lingkungan, seperti bambu, pati singkong, dan sekam padi (Wicaksana, dkk., 2024).
3. Pemberdayaan Masyarakat dan Pelaku UMKM: Meningkatkan kapasitas produsen lokal dalam produksi kemasan berkelanjutan (Pasaribu, dkk., 2023).

Gambar 9. Sesi akhir kegiatan pengabdian

4. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilaksanakan di Desa Simpang Empat, Kecamatan Jejawi, Kabupaten Ogan Komering Ilir, telah berhasil mencapai tujuan utamanya yaitu meningkatkan pemahaman dan kesadaran pelaku usaha industri kain tenun tentang pentingnya penggunaan kemasan ramah lingkungan dan strategi branding. Hal ini terbukti dari perubahan signifikan pada tingkat pemahaman peserta, di mana sebelum pelatihan hanya 8,3% peserta yang memahami konsep kemasan ramah lingkungan dengan baik, namun setelah pelatihan seluruh peserta menyatakan mendapatkan wawasan baru dan pemahaman yang lebih jelas. Materi

Jurnal ADIPATI
ISSN: 2828-5980 (Online)

pelatihan yang disampaikan meliputi definisi kemasan, klasifikasi berdasarkan fungsi dan bahan, serta karakteristik bahan ramah lingkungan seperti bambu dan pati singkongberhasil meningkatkan pengetahuan dan memicu ketertarikan peserta untuk mengubah kemasan produk mereka. Hal ini menjadi temuan awal adanya perubahan sikap dan kesediaan untuk menggunakan bahan yang lebih berkelanjutan. Program ini juga berhasil mengidentifikasi kendala utama dalam implementasi kemasan ramah lingkungan, yaitu harga yang lebih mahal, keterbatasan ketersediaan, serta kurangnya informasi dan edukasi, yang menjadi dasar untuk pengembangan solusi yang lebih tepat sasaran.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Muhammadiyah Palembang melalui LPPM (Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat) yang telah memberikan dukungan finansial untuk pelaksanaan kegiatan ini, Kepala Desa dan Perangkat Desa Desa Simpang Empat selaku mitra masyarakat dalam kegiatan pengabdian ini, serta para masyarakat yang menjadi peserta kegiatan.

DAFTAR PUSTAKA

Aini, E. N., & Walyoto, S. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kemasan Ramah Lingkungan terhadap Keputusan pembelian (Studi pada Konsumen Starbucks di Surakarta). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *11*(3), 1–13.

Amaliah, T. H. (2022). Pelatihan Desain Kemasan Ramah Lingkungan pada Produk Limbah Plastik di Kawasan Teluk Tomini. *Mopolyio: Jurnal Pengabdian Ekonomi*, *2*(1), 57–62.

Borela, V. T., & Apolinar, D. A. D. (2020). Banana Peel Cellulose Nanofibers (CNFs) as Retrofitting Material to Soy-Protein in Manufacturing Biodegradable Food Packaging. *Journal of Scientific Research in Medical and Biological Sciences*, *1*(1), 10–29. https://doi.org/10.47631/jsrmbs.v1i1.22

Boz, Z., Korhonen, V., & Sand, C. K. (2020). Consumer considerations for the implementation of sustainable packaging: A review. *Sustainability (Switzerland)*, *12*(6), 1–34. https://doi.org/10.3390/su12062192

Erfina, I., Safar, M., Asfar, A. M. I. T., Asfar, A. M. I. A., Dewi, S. S., Damayanti, W., & Yulita. (2022). Pemanfaatan Limbah Kulit Kacang Tanah Dan Sekam Padi Dalam Pembuatan Biofoam Kemasan Ramah Lingkungan. *Seminar Nasional Paedagoria*, *2*(2), 351–360.

Guillard, V., Gaucel, S., Fornaciari, C., Angellier-Coussy, H., Buche, P., & Gontard, N. (2018). The Next Generation of Sustainable Food Packaging to Preserve Our Environment in a Circular Economy Context. *Frontiers in Nutrition*, *5*(December), 1–13. https://doi.org/10.3389/fnut.2018.00121

Hanifah, P. D., Lesmana, V. F., Manika, S. A., & Handayani, M. N. (2025). Tinjauan Sistematis Peningkatan Ketahanan Kemasan Ramah Lingkungan Berbasis Pati Singkong. *Jurnal Serambi Engineering*, *10*(1), 12087–12096.

Jestratijevic, I., & Vrabič-Brodnjak, U. (2022). Sustainable and Innovative Packaging Solutions in the Fashion Industry: Global Report. *Sustainability (Switzerland)*, *14*, 1–14. https://doi.org/10.3390/su142013476

Kozik, N. (2020). Sustainable packaging as a tool for global sustainable development. *SHS Web of Conferences*, *74*, 04012. https://doi.org/10.1051/shsconf/20207404012

Pasaribu, M. K., Larasati, A. N., Siahaan, D. F., & Manik, B. (2023). Upaya Peningkatan Penjualan pada UMKM Tahu Sumedang Putri Deli Medan melalui Kemasan Ramah Lingkungan dan Strategi Digital Marketing. *Bima Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *3*(1), 57–67. https://doi.org/10.53299/bajpm.v3i1.275

Pires, J. R. A., Souza, V. G. L., Fuciños, P., Pastrana, L., & Fernando, A. L. (2022). Methodologies to Assess the Biodegradability of Bio-Based Polymers—Current Knowledge and Existing Gaps. *Polymers*, *14*, 1–24. https://doi.org/10.3390/polym14071359

Reynaldi, M., Lita, R. P., & Maruf. (2023). Pengaruh The Theory of Planned Behavior terhadap Minat Beralih Menggunakan Kemasan Ramah Lingkungan. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, *5*(2), 573–580. https://doi.org/10.37034/infeb.v5i2.577

Santi, R., Garrone, P., Iannantuoni, M., & Del Curto, B. (2022). Sustainable Food Packaging: An Integrative Framework. *Sustainability (Switzerland)*, *14*(13), 1–17. https://doi.org/10.3390/su14138045

Santoso, R., & Riyanto, D. Y. (2023). Pendampingan dan pelatihan desain kemasan untuk meningkatkan penjualan produk UMKM. *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Services)*, *7*(3), 429–447.

Jurnal ADIPATI
ISSN: 2828-5980 (Online)

https://doi.org/10.20473/jlm.v7i3.2023.429-447

Sofiani, & Yulia, T. P. (2024). Pengaruh Kemasan Food & Beverage Ramah Lingkungan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, *7*(1), 52–57. https://doi.org/10.23887/jmpp.v7i1.74233

Surya, E. P., Wijaya, G. A., Sari, K. A., Aruna, A., & Iriaji. (2023). Pengembangan Kemasan Ramah Lingkungan sebagai Dukungan untuk Keberlanjutan dalam Industri Ecomarketing di Kampung Industri Tempe Sanan. *Prosidding Seminar Internasional Publikasi Hasil-Hasil Penelitian Dan Pengabdian*, *6*(18), 1385–1399.

Wicaksana, I., Adhi, S. R., & Primadhita, Y. (2024). Inovasi kemasan ramah lingkungan sebagai strategi menciptakan nilai tambah produk pangan lokal. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, *8*(6), 5750–5760. https://doi.org/10.31764/jmm.v8i6.26864