

Pelatihan dan Edukasi Berbagai Jenis Dan Ukuran Kemasan Produk Olahan Meningkatkan Nilai Jual Produk

Yessy Rosalina¹, Firmansyah Firmansyah^{1,*}, Syafnil¹

¹Fakultas Pertanian, Program Studi Teknologi Industri Pertanian, Universitas Bengkulu, Kota Bengkulu, Indonesia

Email: ¹yessyrosalina@unib.ac.id, ²firmsyah@unib.ac.id, ³syafnil.tipunib@gmail.com

(* : *corresponding author*)

Abstrak—Rejang Lebong merupakan Kabupaten di Provinsi Bengkulu yang berdekatan dengan Provinsi Sumatera Selatan sehingga membuat kabupaten ini sebagai tujuan wisata bagi masyarakat luar dan atau lokal. Dalam mendukung daerah wisata dan meningkatkan nilai ekonomis masyarakat, melalui program Perhutanan Sosial dibentuklah Kelompok Perempuan Pemerhati Lingkungan (KPPL) pertama di Indonesia meliputi KPPL Maju Bersama, KPPL Karya Mandiri, KPPL Sumber Jaya, dan KPPL Sejahtera. Tujuan pengabdian kepada masyarakat ini untuk memberikan pelatihan kepada Kelompok Perempuan Pemerhati Lingkungan (KPPL) mengenai variasi jenis dan ukuran kemasan yang tepat dan ekonomis untuk dijual kepada konsumen sehingga menghasilkan keuntungan yang maksimal dan memberikan pelatihan dan edukasi kepada Kelompok Perempuan Pemerhati Lingkungan (KPPL) mengenai pemilihan dan inovasi jenis kemasan yang tepat untuk produk olahan pasca panen. Khalayak sasaran pada kegiatan pengabdian ini adalah KPPL, Kabupaten Rejang Relong, Provinsi Bengkulu. Khalayak sasaran ini diperkirakan memiliki potensi untuk meningkatkan dan berbagi pengetahuan mengenai kemasan pangan yang baik dan beragam dalam memberikan perlindungan pangan dan daya tarik konsumen. sedangkan metode yang digunakan adalah koordinasi dan sosialisasi, penyuluhan, dan demonstrasi. Pelatihan dan edukasi mengenai jenis dan pentingnya kemasan merupakan langkah strategis dalam meningkatkan nilai tambah produk lokal, terutama di kalangan pelaku UMKM. Dengan memahami jenis kemasan yang tepat, desain yang menarik, serta dampaknya terhadap lingkungan, khalayak sasaran dapat menjaga kualitas produk di pasar. Meskipun ada tantangan yang dihadapi, pelatihan dan edukasi ini diharapkan dapat mendorong khalayak sasaran untuk lebih kreatif dalam memanfaatkan kemasan sebagai salah satu alat pemasaran yang efektif.

Kata Kunci: Edukasi; Inovasi; Kemasan; Khalayak Sasaran.

Abstract—Rejang Lebong is a regency in Bengkulu Province, located near South Sumatra Province, making it a popular tourist destination for both local and non-local visitors. To support tourism development and enhance the economic value of the community, the Social Forestry program has established Kelompok Perempuan Pemerhati Lingkungan (KPPL), which include KPPL Maju Bersama, KPPL Karya Mandiri, KPPL Sumber Jaya, and KPPL Sejahtera. The purpose of this community service program is to provide training for Kelompok Perempuan Pemerhati Lingkungan (KPPL) on selecting appropriate and economical packaging variations in terms of type and size, ensuring they are marketable to consumers while maximizing profits. Additionally, the program aims to educate KPPL members on selecting and innovating packaging types suitable for post-harvest processed products. The target audience of this community service initiative consists of KPPL members in Rejang Lebong Regency, Bengkulu Province. This target group is expected to have the potential to enhance and share knowledge about proper and diverse food packaging, contributing to both food protection and consumer appeal. The methods employed in this program include coordination and socialization, counseling, and demonstrations. Training and education on the types and significance of packaging serve as strategic steps to increase the added value of local products, particularly for MSME (Micro, Small, and Medium Enterprises) actors. By understanding the right packaging types, attractive designs, and their environmental impact, the target audience can maintain product quality in the market. Despite the challenges faced, this training and education initiative is expected to encourage the target audience to be more creative in utilizing packaging as an effective marketing tool.

Keywords: Community; Education; Innovation; Packaging.

1. PENDAHULUAN

Rejang Lebong merupakan satu dari 10 Kabupaten dan Kota yang ada di Provinsi Bengkulu. Secara geografis, Kabupaten menjadi pintu masuk pelancong karena berbatasan langsung dengan Provinsi Sumatera Selatan. Sehingga Kabupaten ini menjadi wilayah yang strategis untuk destinasi wisata. Salah satu komponen dalam mendukung daerah wisata dan meningkatkan nilai ekonomis masyarakat, melalui program Perhutanan Sosial dibentuklah Kelompok Perempuan Pemerhati Lingkungan (KPPL) pertama di Indonesia. Anggota dari KPPL itu sendiri meliputi Maju Bersama, KPPL Karya Mandiri, KPPL Sumber Jaya, dan KPPL Sejahtera yang berada di KPPL. Kelompok-Kelompok tersebut sudah mendapatkan legalitas hak untuk mengelola dan memanfaatkan hutan dan hasil hutan. Sebagai salah satu bagian dari UMKM, KPPL memainkan peran yang penting dalam meningkatkan ekonomi masyarakat lokal. UMKM ini memproduksi berbagai macam olahan produk pangan seperti dodol, stick nangka, bay tat, selai alpukat, dan abon. Namun, belum ada inovasi ukuran kemasan untuk meningkatkan daya tarik kepada pelanggan.

KPPL Rejang Lebong masih menggunakan kemasan konvensional, tetapi belum menyadari variasi ukuran dan desain yang menarik. Hal ini menyebabkan produk menjadi kurang bersaing di pasar, terutama di daerah wisata yang membutuhkan kemasan yang praktis, menarik, dan mudah dibawa. KPPL belum menggunakan kemasan sebagai alat pemasaran atau komunikasi merek untuk membedakan produknya dari pesaing. Karena

ketergantungan mereka pada penjualan lokal tanpa diversifikasi pasar melalui kemasan yang inovatif. KPPL sebagai UMKM, rentan terhadap fluktuasi pasar dan kebangkrutan.

UMKM sangat penting untuk pertumbuhan bisnis dan tulang punggung ekonomi suatu negara (Rashid *et al.*, 2024; Singh *et al.*, 2009). Pada tahun 2018, terdapat 64.194.057 UKM di Indonesia, yang mempekerjakan 116.978.631 orang (Pratama *et al.*, 2021). Mereka mendorong inovasi, penciptaan lapangan kerja, dan pertumbuhan ekonomi (Cerqueiro *et al.*, 2017). Namun, UMKM lebih rentan terhadap kebangkrutan daripada perusahaan besar (Banerjee & Blickle, 2021). Beberapa penyebab mudah bangkrutnya UMKM meliputi Permintaan konsumen menurun (Aditi, 2024), kurangnya modal dan perencanaan dan keterbatasan teknologi dan sumber daya (Sjahrudin *et al.*, 2024), wabah (Cahyani *et al.*, 2023; Widiastuti *et al.*, 2021), manajemen risiko pengolahan yang lemah (Ciocoiu *et al.*, 2024; Suhardoyo *et al.*, 2023). Masyarakat, pemerintah, dan perguruan tinggi (PT) harus bekerja sama untuk mengedukasi khalayak sasaran mengenai kemasan produk.

Kemasan merupakan faktor kunci dalam keputusan pembelian konsumen. Variasi ukuran kemasan dapat menjangkau segmen pasar berbeda (misalnya, turis yang ingin membeli dalam jumlah kecil atau masyarakat lokal yang membutuhkan kemasan ekonomis). Di wilayah wisata seperti Rejang Lebong, kemasan yang menarik secara visual dan fungsional (misalnya, tahan lama dan mudah dibawa) menjadi pembeda utama dari produk sejenis. Penggunaan bahan ramah lingkungan sejalan dengan visi KPPL sebagai pemerhati lingkungan, sekaligus memenuhi tren global konsumen yang semakin peduli keberlanjutan. Inovasi kemasan dapat memperpanjang umur simpan produk, mengurangi kerugian akibat penurunan kualitas, dan membuka peluang pemasaran digital (misalnya, kemasan fotogenic untuk promosi di media sosial).

Kemasan makanan membantu menjaga kualitas dan standar kualitas makanan dengan melindungi makanan dari kontaminan luar seperti bakteri, debu, gas, dan cahaya (Wu *et al.*, 2021). Pengemasan juga memungkinkan penanganan yang nyaman, menampung makanan, dan memberikan informasi (Sid *et al.*, 2021). Poliolenin, poliester, polietilen tereftalat, polikarbonat, polietilen naftalat (PEN), polivinil klorida (PVC), polivinilidena klorida, poliamida, kertas, kertas karton, dan lain-lain adalah beberapa contoh jenis kemasan. Pengambilan keputusan lebih dipengaruhi oleh kemasan. Kemasan yang baik akan meningkatkan perilaku pembelian pelanggan (Md. Saad *et al.*, 2020).

Peran UMKM dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan meningkatkan daya saing ekonomi lokal menjadi sangat penting dalam konteks pengembangan ekonomi berbasis komunitas. Salah satu bentuk pemberdayaan masyarakat adalah Program Perhutanan Sosial, yang diterapkan di Kabupaten Rejang Lebong melalui penciptaan Kelompok Perempuan Pemerhati Lingkungan (KPPL). Program ini berfokus pada pemanfaatan sumber daya alam secara berkelanjutan. Inovasi dan strategi pemasaran yang tepat adalah kunci keberhasilan program ini, salah satunya melalui pengemasan produk yang menarik dan berguna.

Dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi pemasaran, distribusi, dan daya tarik pelanggan, strategi pengemasan dapat menjadi salah satu komponen yang berkontribusi pada peningkatan nilai tambah produk. Dalam hal ini, inovasi kemasan melindungi produk tetapi juga berfungsi sebagai strategi branding, meningkatkan daya saing, dan memperluas pasar.

Inovasi kemasan dapat didefinisikan dari perspektif teori Diffusion of Innovations sebagai adopsi strategi dan teknologi baru yang memungkinkan usaha kecil dan menengah (UMKM) untuk bertahan dan berkembang dalam lingkungan bisnis yang kompetitif. Karena desain yang menarik dan fungsional meningkatkan daya tarik dan kepercayaan konsumen, produk yang dikemas dengan desain ini akan lebih mudah diterima oleh pelanggan. Konsep pembungkus yang ramah lingkungan juga menjadi bagian dari program ini. Karena KPPL adalah kelompok yang memperhatikan lingkungan, pemilihan bahan kemasan yang ramah lingkungan sangat penting untuk menjaga keseimbangan ekosistem dan menghasilkan keuntungan finansial.

Untuk meningkatkan daya saing produk lokal di pasar nasional dan internasional, Kementerian Perindustrian RI memiliki Program Inovasi Kemasan untuk UMKM, yang merupakan salah satu dari banyak program dan inisiatif nasional dan internasional yang menunjukkan bahwa inovasi kemasan dapat mempengaruhi daya saing UMKM. Program inovasi kemasan untuk KPPL di Kabupaten Rejang Lebong dapat memiliki dampak yang lebih luas, seperti meningkatkan daya saing produk lokal dengan kemasan yang lebih menarik dan sesuai dengan standar pasar dan mendukung keberlanjutan lingkungan dengan menggunakan bahan kemasan yang lebih ramah lingkungan. Jika ada tambahan aspek teoritis dan referensi kegiatan sejenis, program ini dapat memiliki dampak yang lebih besar. meningkatkan pengetahuan anggota KPPL tentang strategi bisnis dan pemasaran untuk membantu mereka bersaing di pasar yang lebih luas. meningkatkan peluang ekspansi pasar melalui penetrasi ke pasar wisatawan dan pemasaran digital.

Rosyadi *et al.* (2023) melakukan edukasi mengenai inovasi dan labeling kemasan produk olahan pisang. Suyatama & Hastati. (2023) melakukan pelatihan mengenai teknologi pengawetan kemasan di Kabupaten Payakumbu. Vinsensia *et al.* (2023) melakukan branding UMKM di Kabupaten Stabat dan Agustina & Komalasari. (2023) melakukan branding yang bekerja sama dengan pemerintah Kabupaten Gresik. Juniawan *et al.* (2023) mendesain produk dengan kemasan plastik biasa/mika. Dari literatur yang didapatkan belum diperoleh pengabdian kepada masyarakat mengenai edukasi berbagai jenis ukuran dan jenis kemasan.

Karena persaingan yang ketat, bisnis harus menemukan cara baru untuk tetap kompetitif dan bertahan dalam jangka panjang. Inisiatif ini didukung oleh kegiatan kewirausahaan dan pemasaran kreatif. Oleh karena itu, perusahaan semakin melihat desain kemasan dan pengemasan dengan memberikan aspek visual seperti warna, tipografi, dan gambar, serta elemen struktural seperti ukuran dan bentuk, memainkan peran penting dalam menarik perhatian konsumen dan mempengaruhi perilaku pembelian (Verma, 2024). Sehingga, dari permasalahan yang ada di atas, tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memberikan pelatihan dan edukasi kepada Kelompok Perempuan Pemerhati Lingkungan (KPPL) mengenai variasi jenis dan ukuran kemasan yang tepat dan ekonomis untuk dijual kepada konsumen sehingga menghasilkan keuntungan yang maksimal dan memberikan pelatihan dan edukasi kepada Kelompok Perempuan Pemerhati Lingkungan (KPPL) mengenai pemilihan dan inovasi jenis kemasan yang tepat untuk produk olahan pasca panen.

Dengan adanya program pengabdian diharapkan dapat meningkatkan kapasitas KPPL dalam merancang kemasan yang inovatif, fungsional, dan sesuai kebutuhan pasar, Memperkuat daya saing produk olahan KPPL melalui diferensiasi kemasan (ukuran, desain, bahan) yang menarik bagi konsumen lokal dan wisatawan, mendorong keberlanjutan ekonomi KPPL dengan mengurangi risiko kebangkrutan melalui strategi pemasaran berbasis kemasan dan mengintegrasikan prinsip keberlanjutan lingkungan dalam pemilihan bahan kemasan untuk mendukung visi KPPL sebagai pemerhati lingkungan.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan penyuluhan kepada masyarakat yang dilakukan di Desa Sumber Bening, Kecamatan Selupu Rejang, Kabupaten Rejang Lebong. Kegiatan ini diawali dengan koordinasi dan sosialisasi kepada calon khalayak sasaran yaitu KPPL Sumber Jaya dan Sejahtera. Khalayak sasaran kegiatan ini ditujukan kepada Anggota KPPL Sumber Jaya dan Sejahtera yang dilakukan dengan metode penyuluhan dan pelatihan. Partisipasi yang hadir dalam kegiatan ini sebanyak 29 orang. Jenis kegiatan ini berupa diskusi aktif dan cerama satu arah. kegiatan ini dilaksanakan dengan 3 tahap yakni tahap pra kegiatan, tahap pelaksanaan dan tahap akhir. Tahap pra kegiatan yakni permohonan izin kepada pihak Koperasi Perempuan Pelestarian Hutan Rejang Lebong dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Bengkulu. Tahap pelaksanaan kegiatan pada Sabtu 21 September 2024 dilaksanakan pada jam 08.00 WIB sampai selesai 16.00 WIB.



Gambar 1. Alur Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

2.1 Persiapan

- Permohonan izin kepada Koperasi Perempuan Pelestarian Hutan Rejang Lebong
- Permohonan izin kepada LPPM Universitas Bengkulu
- Mempersiapkan media yang digunakan berupa absensi, Leaflet dan materi pelatihan dan edukasi.
- Berkoordinasi secara penuh dengan tim kelompok mahasiswa mengenai pembagian tugas pada hari H kegiatan

2.2 Penyuluhan dan Demonstrasi

- Pelaksanaan kegiatan: Kegiatan dilaksanakan pada Sabtu 21 September 2024 dilaksanakan pada jam 08.00 WIB sampai selesai 16.00 WIB
- Kegiatan ini dihadiri 26 Khalayak sasaran yang berasal dari KPPL Sumber Jaya dan Sejahtera.
- Sebelum penyampaian materi pada khalayak sasaran, khalayak sasaran diberikan leaflet berupa materi yang

- (Gambar 4) dan seluruh khalayak sasaran diminta terlebih dahulu membaca leaflet tersebut. Setelah. Selanjutnya adalah penyampaian materi berkaitan edukasi berbagai jenis dan ukuran kemasan.
- d. Setelah Materi disampaikan melalui ceramah satu arah dan dilanjutkan dengan diskusi tanya jawab dua arah antara penyampai materi dan khalayak sasaran yang mendengarkan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Koordinasi dan sosialisasi

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat yang efektif membutuhkan persiapan yang cermat, termasuk perencanaan kegiatan, pengelolaan sumber daya, dan kolaborasi dengan para pemangku kepentingan. Survei lapangan awal dan wawancara dengan anggota Kelompok Perempuan Pemerhati Lingkungan (KPPL) Sumber Jaya dan Sejahtera di Rejang Lebong menunjukkan masih adanya gap dalam hal pengetahuan dan praktik pengemasan. Isu-isu utama yang teridentifikasi meliputi:

- Ketergantungan akan penggunaan kemasan konvensional dengan jenis dan ukuran yang sama dari masa ke masa.
- Minimnya pemahaman akan bahan *biodegradable packaging*.
- Tantangan dalam menyeimbangkan biaya pengemasan dengan daya tarik visual dan fungsionalitas.

Untuk mengatasi masalah ini, tim membuat program yang berfokus pada edukasi dan pelatihan langsung. Mengutamakan partisipasi, seperti lokakarya dan diskusi interaktif, rencana kegiatan yang rinci dibuat. Koordinasi pra-program dengan anggota KPPL memastikan ketersediaan sumber daya dan menyelaraskan jadwal dengan tanggung jawab rumah tangga khalayak sasaran untuk mencapai komitmen partisipasi seratus persen.

3.2 Hasil Penyuluhan dan Dampak bagi Masyarakat

Peningkatan pengetahuan dan pemahaman khalayak sasaran tentang berbagai jenis kemasan—seperti plastik, kaca, dan *biodegradable*—dan dampaknya terhadap lingkungan, baik dalam hal keberlanjutan maupun pengelolaan limbah, adalah hasil penting dari kegiatan penyuluhan. Selain itu, peserta dapat menemukan dan menunjukkan elemen desain kemasan yang penting, seperti pilihan warna yang menarik, penggunaan logo yang mencerminkan identitas produk, dan pelabelan yang informatif dan sesuai standar. Semua elemen ini membantu produk menjadi lebih menarik bagi pelanggan dan meningkatkan citra dan nilai merek. Dengan pemahaman ini, khalayak sasaran dapat lebih yakin untuk membuat strategi pengemasan yang tidak hanya estetik tetapi juga efektif, yang akan memungkinkan mereka untuk meningkatkan daya saing produk mereka di pasar yang semakin kompetitif.

Setelah penyuluhan, khalayak sasaran dilatih untuk mulai memproduksi produk dengan berbagai jenis kemasan dan ukuran termasuk kemasan *biodegradable* seperti untuk selai alpukat dan dodol. Khalayak sasaran juga mulai mengintegrasikan label informatif, seperti tanggal kadaluarsa dan kandungan nutrisi, pada produk, meningkatkan kredibilitas mereka di pasar.



Gambar 2. Penyampaian Materi Mengenai Jenis-Jenis Kemasan Pangan

Karena penampilan dan persepsi kualitas yang lebih baik, harga jual produk dodol per 0,5 Kg (Rp.30.000) dapat dibagi ke dalam ukuran yang lebih kecil yaitu 1 ons dengan harga Rp.10.000. Sehingga, hal ini memungkinkan keuntungan yang lebih besar untuk khalayak sasaran.



Gambar 3. Foto Bersama Tim Pengabdian Masyarakat Program Studi Teknologi Industri Pertanian, Universitas Bengkulu dengan KPPL Sumber Jaya dan Sejahtera

3.2.1 Tantangan dan Solusi Adaptif

Pada awalnya, adopsi terhambat oleh keterbatasan akses ke bahan biodegradable yang murah. Mengatasi masalah ini, tim pengabdian melatih anggota untuk menggunakan kembali limbah pertanian, seperti daun pisang dan kulit pinang, menjadi kemasan murah. Templates label dan logo yang sederhana disediakan untuk khalayak sasaran sebagai opsi dengan desain yang terbatas.



Gambar 4. Leaflet Penyuluhan

3.3 Keberlanjutan dan Rekomendasi untuk Masa Depan

Program ini berhasil karena pendekatan partisipatif yang digunakan, di mana setiap orang di khalayak sasaran memiliki kesempatan untuk secara aktif berpartisipasi dalam mencari solusi untuk berbagai masalah yang mereka hadapi, terutama dalam hal mengemas produk yang lebih inovatif, hemat biaya, dan ramah lingkungan. Para peserta dapat memperoleh keterampilan dan pengetahuan baru yang dapat diterapkan secara berkelanjutan dalam kegiatan usaha mereka melalui keterlibatan langsung dalam setiap tahap pelaksanaan program, mulai dari koordinasi awal, penyuluhan, hingga demonstrasi praktik. Pelatihan tambahan akan diberikan kepada seluruh khalayak sasaran tentang cara menggunakan teknologi digital dalam pemasaran dan manajemen produk, termasuk penggunaan aplikasi cerdas yang mengintegrasikan sistem QR code, untuk memastikan bahwa manfaat program ini akan bertahan di masa depan.

Dengan teknologi ini, mereka dapat dengan mudah melacak distribusi produk di pasar, mencatat volume penjualan, dan dengan lebih akurat melacak masa kadaluarsa produk. Ini meningkatkan efisiensi operasional dan transparansi informasi bagi konsumen. Selain itu, konsumen akan lebih mudah mendapatkan informasi penting seperti komposisi bahan, tanggal produksi, dan nilai gizi dari produk yang mereka beli dengan memindai QR code. Ini pada akhirnya dapat meningkatkan kepercayaan pasar terhadap produk lokal dan meningkatkan daya saing usaha kecil dan menengah di pasar yang semakin kompetitif.

Tabel 1. Perbandingan Penggunaan Kemasan Sebelum dan Sesudah Program

Aspek	Sebelum Program	Setelah Program
Variasi ukuran produk	2 ukuran/produk	5 ukuran per produk
Kemasan ramah lingkungan	0% produk	20% produk
Harga jual rata-rata	Rp 60.000/kg dengan ukuran kemasan 0,5 Kg untuk 2 bungkus dodol	Rp 100.000/Kg dengan ukuran kemasan 1 ons untuk 10 bungkus dodol

Untuk mengakomodasi efek jangka panjang, beberapa strategi dapat dilakukan dengan melaksanakan studi *costs-benefit* untuk mengidentifikasi opsi pengemasan yang paling menguntungkan dan berkelanjutan bagi Khalayak sasaran. Selanjutnya, khalayak sasaran dapat dilatih untuk mengembangkan aplikasi untuk templat desain kemasan dan koordinasi *supply chain*, berkolaborasi dengan *stakeholder* untuk memberikan subsidi bagi kemasan biodegradable dan memberikan insentif bagi penggunaan kemasan *biodegradable*.

4. KESIMPULAN

Peningkatan pemahaman dan keterampilan khalayak sasaran tentang pengemasan produk, termasuk jenis, ukuran, desain, dan keberlanjutan lingkungan, ditandai dengan keberhasilan program pengabdian masyarakat ini. Ini dicapai melalui pendekatan edukatif, pelatihan praktis, dan kolaborasi yang baik dengan Kelompok Perempuan Pemerhati Lingkungan (KPPL) di Rejang Lebong. Khalayak sasaran mulai beralih dari penggunaan kemasan konvensional yang terbatas ke penggunaan kemasan yang lebih beragam dan inovatif, termasuk kemasan biodegradable, dan mulai memahami pentingnya elemen desain dalam meningkatkan daya tarik dan identitas merek. Selain itu, fleksibilitas harga dan ukuran produk memiliki efek ekonomi yang positif, yang memungkinkan peningkatan keuntungan dengan menyesuaikan strategi pemasaran sesuai permintaan pasar. Khalayak sasaran mengadopsi inovasi ini secara lebih cepat, meskipun pada awalnya terdapat kesulitan untuk mendapatkan bahan kemasan ramah lingkungan yang terjangkau. Namun, solusi kreatif seperti menggunakan limbah pertanian sebagai alternatif untuk kemasan dan menyediakan template label sederhana telah membantu. Pelatihan tambahan tentang teknologi digital, seperti penggunaan *QR code* untuk pelacakan penjualan dan informasi produk, dirancang untuk mendukung keberlanjutan program dan mempersiapkan anggota KPPL untuk dinamika pasar yang lebih kompetitif. Oleh karena itu, diharapkan upaya ini dapat menjadi model yang berkelanjutan untuk meningkatkan daya saing produk lokal dan kesejahteraan masyarakat di masa depan melalui studi *cost-benefit*, optimalisasi desain kemasan melalui aplikasi digital, dan kerja sama lebih lanjut dengan pemangku kepentingan untuk mendukung penggunaan kemasan *biodegradable*.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditi, B. (2024). The role of content marketing and influencer marketing strategies and banking guarantees in SMEs bankruptcy addressing. *Uncertain Supply Chain Management*, 12(4), 2513–2524. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2024.5.018>
- Agustina, T. S., & Komalasari, P. T. (2023). Bunda puspa : edukasi dan pendampingan kemasan produk usaha dari IRT di Desa Banyuurip Kabupaten Gresik. *KACANEGARA Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 6(2), 193. <https://doi.org/10.28989/kacanegara.v6i2.1408>
- Banerjee, R., & Blicke, K. (2021). Financial frictions, real estate collateral and small firm activity in Europe. *European Economic Review*, 138(January 2019), 103823. <https://doi.org/10.1016/j.eurocorev.2021.103823>
- Cahyani, L., Hidayat, R., & Marcelino, D. (2023). Strengthening Digital Capabilities and Entrepreneurship For SMEs in the Creative Economy Sector During a Pandemic. *Jurnal Penyuluhan*, 19(01), 93–103. <https://doi.org/10.25015/19202342367>
- Cerqueiro, G., Hegde, D., Penas, M. F., & Seamans, R. C. (2017). Debtor rights, credit supply, and innovation. *Management Science*, 63(10), 3311–3327. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2016.2509>
- Ciocoiu, C. N., Radu, C., Colesca, S. E., & Prioteasa, A. (2024). Exploring the link between risk management and performance of MSMEs: A bibliometric review. *Journal of Economic Surveys*, 1–30. <https://doi.org/10.1111/joes.12664>
- Juniawan, F. P., Sujono, Sylfania, D. Y., & Hamidah. (2023). Pembuatan Desain Kemasan Produk untuk Pemberdayaan Industri Rumah Tangga dengan Metode Participatory Larning and Action. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(1), 11–20.
- Krishna, A., & Götz, F. J. (2024). Motor coordination induces social identity—A novel paradigm for the investigation of the group performance-identity link. *British Journal of Social Psychology*, April, 1828–1843. <https://doi.org/10.1111/bjso.12757>
- Md. Saad, K., Idris, M. Z., & Johari, N. R. (2020). Evaluating SMEs Food Packaging Design Characteristic. *Journal of Information System and Technology Management*, 5(18), 19–25. <https://doi.org/10.35631/jjstm.518002>
- Pratama, V., Santoso, I., & Mustaniroh, S. A. (2021). Development strategy of SMEs in the new normal era of coronavirus

- disease 2019 (COVID-19): A literature review. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 733(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/733/1/012058>
- Rashid, U., Abdullah, M., Khatib, S. F. A., Khan, F. M., & Akhter, J. (2024). Unravelling trends, patterns and intellectual structure of research on bankruptcy in SMEs: A bibliometric assessment and visualisation. In *Heliyon* (Vol. 10, Issue 2). Elsevier Ltd. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e24254>
- Rosyadi, A., Rahmani, D. A., Nugraha, C. S., & Permana, E. G. (2023). Upaya Peningkatan Nilai Jual Produk Makanan Ringan Desa Putrapinggan Kecamatan Kalipucang Kabupaten Pangandaran Melalui Inovasi Packaging dan Labeling. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(1), 119–125. <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.936>
- Sid, S., Mor, R. S., Kishore, A., & Sharanagat, V. S. (2021). Bio-sourced polymers as alternatives to conventional food packaging materials: A review. *Trends in Food Science and Technology*, 115(August 2020), 87–104. <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2021.06.026>
- Singh, B., Matthews, J., Glen, M., & Medland, T. (2009). Product Development In Manufacturing SMES: CURRENT State, Challenges and Relevant Supportive Techniques. *International Conference on Engineering Design, Stanford University, CA, USA*, 157–166.
- Suhardoyo, S., Lestari, R., Adawia, P. R., Astika, F., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2023). Pelatihan Manajemen Risiko Bisnis Pada UMKM Teluk Pucung Bekasi Business Risk Management Training at Teluk Pucung Bekasi UMKM. *ASPIRASI : Publikasi Hasil Pengabdian Dan Kegiatan Masyarakat*, 1(6), 97–104.
- Suyatama, N. E., & Hastati, D. Y. (2023). Edukasi Teknologi Pengawetan Penggunaan Btp Dan Pengemasan Pangan Untuk Memperpanjang Masa Simpan Produk Olahan Pangan Di Umkm Payakumbuh. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 2793–2798. <https://doi.org/10.31004/cdj.v4i2.14839>
- Verma, M. (2024). Impact of Packaging Design on Consumer Purchasing Decisions. *Interantional Journal of Scientific Research in Engineering and Management*, 08(04), 1–5. <https://doi.org/10.55041/ijrsrem32739>
- Vinsensia, D., Utami, Y., Jannah, N., & ... (2023). Penerapan Inovasi Desain Kemasan Sebagai Branding Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(3). <http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/1470>
- Widiastuti, W., Handayani, A., & Hermawan, A. (2021). Spatial Distribution on Recovery Strategy Due to the Impact of the Covid-19 Pandemic on the Conditions of Micro Small Medium Enterprises (MSME's) in Central Java Province, Indonesia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 887(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/887/1/012026>
- Wu, X., Liu, P., Shi, H., Wang, H., Huang, H., Shi, Y., & Gao, S. (2021). Photo aging and fragmentation of polypropylene food packaging materials in artificial seawater. *Water Research*, 188. <https://doi.org/10.1016/j.watres.2020.116456>