

# Outline Journal of Community Development

Journal homepage: <https://journal.outlinepublisher.com/index.php/OJCD>

## Training on Eco-Friendly Culinary Packaging to Enhance Marketing for LPP-PEKKA Yayasan Masjid Agung Palembang

### Pelatihan Pembuatan *Eco-Friendly Packaging* Kuliner untuk Meningkatkan Pemasaran LPP-PEKKA Yayasan Masjid Agung Palembang

Suhel<sup>1</sup>; Gustriani<sup>2</sup>; Rika Henda Safitri<sup>3</sup>; Vinny Dwi Melliny<sup>4\*</sup>  
<sup>1,2,3,4</sup> Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya, Indonesia

\*Correspondence: [vinnydwimelliny@fe.unsri.ac.id](mailto:vinnydwimelliny@fe.unsri.ac.id)

Keywords:

*Eco-Friendly*;  
*Kemasan*;  
*Label*;  
*Pemasaran*;  
*Kuliner*.

Abstract

*This study explores the implementation of training programs aimed at enhancing the marketing of environmentally sustainable culinary products through eco-friendly packaging design and label creation. Concurrently, the label creation training focused on the design of informative and visually appealing labels that align with environmental sustainability principles, thereby enhancing the marketability and branding of culinary products. Evaluation results indicated a high level of effectiveness, with 93.93% of participants demonstrating a comprehensive understanding of the training content. Moreover, the technical training on label creation received a participant satisfaction rating of 93.09%, highlighting the program's success in delivering both theoretical and practical knowledge. These findings underscore the significance of training programs in fostering innovation and sustainability within the culinary industry.*

## PENDAHULUAN

Dalam era modern saat ini, kekhawatiran terhadap isu-isu lingkungan semakin meningkat. Banyak orang yang menyadari pentingnya perlindungan lingkungan dan ingin berkontribusi dalam menjaga kelestariannya. Salah satu aspek yang semakin menjadi perhatian adalah pembuatan produk yang ramah lingkungan. Pembuatan produk yang ramah lingkungan mengacu pada praktik dan proses yang meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan alam sepanjang siklus hidup produk tersebut. Hal ini melibatkan pemilihan bahan baku yang berkelanjutan, penggunaan sumber daya yang efisien, serta pengurangan limbah dan emisi berbahaya. Adanya kesadaran akan pentingnya perlindungan lingkungan telah mendorong perusahaan-perusahaan untuk mengubah cara mereka beroperasi dan memproduksi barang. Produsen sekarang semakin menyadari bahwa pelanggan mereka cenderung memilih produk yang tidak hanya berkualitas tinggi, tetapi

juga memiliki dampak lingkungan yang lebih kecil. Salah satu aspek utama dalam pembuatan produk yang ramah lingkungan adalah pemilihan bahan pengemasan. Produsen mulai beralih ke bahan pengemasan yang dapat didaur ulang, organik, atau bahan alami yang dapat terurai dengan mudah dalam lingkungan.

Kemasan produk merupakan elemen yang dapat memberikan nilai tambah bagi produk kuliner. Selain melindungi produk dari kerusakan dan kontaminasi, kemasan juga berfungsi sebagai alat komunikasi visual yang dapat menarik perhatian konsumen potensial. Anasrulloh & Basiron (2022) menyebutkan bahwa kemasan atau packaging memegang peranan krusial dalam proses penjualan produk karena berfungsi sebagai titik pertama kontak dengan konsumen. Desain kemasan yang menarik dan persuasif dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk, menciptakan identitas merek yang kuat, dan membedakan produk dari pesaing di pasaran. Dalam kondisi tersebut, berbagai strategi dapat dilakukan untuk meningkatkan nilai tambah suatu produk, salah satunya menawarkan produk baru hasil diversifikasi (Yuliari & Riyadi, 2015). Disamping itu, diperlukan juga usaha untuk memperbaiki tampilan kemasan dan mengoptimalkan fungsi kemasan (Nuraeni et al., 2022). Kemasan yang baik dan menarik adalah sumber informasi bagi konsumen dan mendorong konsumen untuk membeli produk (Wyrwa & Barska, 2017). Pada Awalnya, fungsi kemasan sebatas sebagai wadah atau penutup yang berfungsi untuk melindungi dan memfasilitasi transportasi produk. Namun, seiring dengan perubahan zaman, kemasan diperlukan untuk memiliki kemampuan dalam menumbuhkan minat konsumen untuk membeli. Oleh karena itu, perancangan kemasan tidak semata-mata merupakan suatu proses sekadar desain, melainkan menuntut adanya ide-ide kreatif atau inovatif yang mampu merefleksikan keunggulan merek atau produk, sehingga desain kemasan tersebut mampu "menghasilkan penjualan" dan menarik perhatian konsumen.

Menurut Fishel & Gordon (2008) fungsi packaging di antaranya adalah: (1) Fungsi perlindungan produk, yaitu kemasan pada dasarnya bertujuan untuk melindungi produk yang terkandung di dalamnya agar tidak mengalami kerusakan, tetap tahan lama, dan mempertahankan kualitasnya; (2) Fungsi informasi dan komunikasi, yaitu kemasan berfungsi sebagai sumber informasi mengenai atribut-atribut produk serta berperan sebagai alat komunikasi untuk menyampaikan pesan tentang produk tersebut; (3) Fungsi penyimpanan produk, yaitu kemasan harus memungkinkan penyimpanan yang mudah, efisien dalam penggunaan ruang, serta kemudahan dalam pengaturan atau penataan; (4) Fungsi identifikasi, dapat dicapai melalui pemanfaatan elemen-elemen desain yang kuat, seperti warna, garis, bentuk, ukuran, ilustrasi, tipografi, dan logo, yang dapat memberikan identitas khas bagi merek atau produk tersebut. Adanya kemasan yang berkualitas dan ramah lingkungan diharapkan dapat menjadi media komunikasi dan promosi yang berkontribusi dalam peningkatan penjualan dan juga mengurangi dampak lingkungan di masyarakat, karena saat ini peran kemasan telah bergeser dari hanya sebagai pelindung produk semata, tetapi juga sebagai identifikasi merek dagang. Kemajuan dalam perkembangan kemasan berkontribusi dalam memperkuat strategi promosi produk serta meningkatkan nilai jual produk. Menurut Febriyanti & Qomariyah (2020), tujuan utama kemasan untuk sebagian besar produk pangan adalah untuk menyediakan perlindungan optimal terhadap faktor-faktor eksternal, seperti sinar cahaya, oksigen, kelembaban, mikroba, atau serangga, serta mempertahankan mutu dan nilai gizi produk, sekaligus memperpanjang masa simpan produk.

Di Indonesia, salah satu lembaga yang bergerak dalam pemberdayaan perempuan adalah LPP-PEKKA (Lembaga Pengembangan dan Pemberdayaan Perempuan Kepala Keluarga) yayasan Masjid Agung Palembang. LPP-PEKKA adalah yayasan yang berfokus pada upaya pemberdayaan perempuan kepala keluarga melalui berbagai program pendidikan, pelatihan, dan pengembangan keterampilan. Yayasan ini berusaha meningkatkan kualitas hidup perempuan kepala keluarga melalui pendekatan inklusif dan berkelanjutan. Salah satu sektor yang banyak digeluti oleh perempuan kepala keluarga adalah sektor kuliner. Banyak anggota LPP-PEKKA yang memiliki keterampilan dalam pembuatan produk kuliner seperti makanan ringan, makanan tradisional, atau kue-kue. Namun, meskipun memiliki kualitas produk yang baik, mereka sering menghadapi kendala dalam pemasaran dan promosi produk mereka. Salah satu kendala yang dihadapi oleh para anggota LPP-PEKKA dalam pemasaran produk kuliner adalah kurangnya perhatian pada aspek

kemasan yang menarik dan persuasif. Sebagian besar anggota LPP-PEKKA masih menggunakan kemasan sederhana dan standar yang tidak mencerminkan keunggulan produk mereka. Akibatnya, produk kurang mampu bersaing di pasar dan gagal menarik minat konsumen. Pentingnya kemasan produk yang menarik dan persuasif sangat penting dalam konteks pemasaran kuliner. Produk kuliner yang dikemas dengan baik dan menarik akan lebih mudah dikenali oleh konsumen, menarik perhatian mereka di tengah persaingan yang ketat, serta meningkatkan kemungkinan untuk mempengaruhi keputusan pembelian. Oleh karena itu, dibutuhkan upaya untuk memberikan pemahaman dan pelatihan kepada anggota LPP-PEKKA mengenai pentingnya kemasan produk kuliner yang menarik dan persuasif.

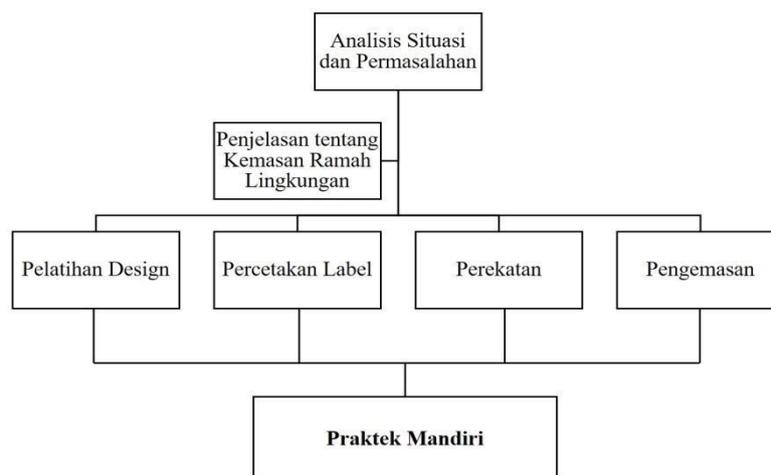
## METODE

Pentingnya fungsi kemasan sebelumnya, maka perlu dilakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan pembuatan kemasan atau packaging untuk produk olahan. Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk memberikan pemahaman dan pelatihan teknis kepada anggota LPP PEKKA dalam membuat kemasan produk agar lebih persuasif sehingga dapat meningkatkan nilai tambah produk

Berikut ini adalah langkah-langkah solusi permasalahan dalam bentuk pelatihan yang akan dilakukan:

1. Tim pelaksana akan memberikan pemahaman tentang manfaat dan pentingnya fungsi kemasan kepada peserta pelatihan.
2. Tim pelaksana akan melakukan demonstrasi mengenai alat dan bahan yang digunakan dalam proses pembuatan kemasan.
3. Tim pelaksana akan menunjukkan contoh-contoh kemasan yang terbuat dari berbagai bahan seperti *food grade paper*<sup>1</sup> dan *sugarcane bagasse lunch box*<sup>2</sup>.
4. Tim pelaksana akan mendemonstrasikan proses pembuatan kemasan, mulai dari pembuatan desain label, pembentukan, hingga tahap *finishing* akhir.
5. Praktek mandiri dari peserta dengan bahan-bahan yang telah disediakan.

Rincian langkah-langkah penyelesaian masalah dapat dilihat dalam diagram alur yang terdapat pada Gambar 1 di bawah ini:



**Gambar 1. Alur langkah pemecahan masalah**

<sup>1</sup> *Food grade paper* yang digunakan terbuat dari serat-serat dari pohon pinus atau eukaliptus sehingga dapat terurai secara alami, membantu mengurangi limbah dan dampak lingkungan.

<sup>2</sup> *Bagasse tebu* yang digunakan adalah bahan sisa atau limbah yang dihasilkan dari industri gula dimana bagasse akan terdegradasi dengan lebih baik daripada plastik.

Evaluasi keberhasilan kegiatan ini dilakukan dengan mempertimbangkan tujuan yang ingin dicapai. Salah satu metode evaluasi yang akan dilakukan adalah meminta respon dari khalayak sasaran melalui pengisian kuesioner sebagai bentuk umpan balik untuk kegiatan di masa mendatang. Kuesioner tersebut akan berisi pertanyaan terkait kepuasan dan manfaat yang diperoleh dari kegiatan ini, serta saran dan masukan untuk perbaikan di masa depan. Data yang dikumpulkan melalui kuesioner akan dianalisis secara komprehensif untuk mengukur tingkat keberhasilan kegiatan dan mengevaluasi sejauh mana tujuan telah tercapai. Hasil analisis akan memberikan wawasan yang berharga dalam memahami efektivitas kegiatan ini, memperbaiki kelemahan, dan meningkatkan kegiatan serupa di masa depan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam upaya peningkatan pemasaran, maka dilakukan dua rangkaian kegiatan, yaitu pelatihan design dan perekatan label :

### 1. Pelatihan Design

Pelatihan desain untuk pembuatan eco-friendly packaging kuliner menjadi suatu langkah strategis dalam menghadapi tantangan global terkait keberlanjutan dan dampak lingkungan. Melibatkan pelaku usaha kuliner dari LPP-PEKKA Yayasan Masjid Agung Palembang, pelatihan ini bertujuan membekali peserta dengan pengetahuan mendalam tentang keberlanjutan, konsep desain berkelanjutan, serta keterampilan teknis untuk menciptakan kemasan ramah lingkungan. Sesi pengenalan akan menjadi fondasi awal, memperkenalkan urgensi perubahan dari kemasan konvensional menuju solusi yang lebih ramah lingkungan. Peserta akan terlibat dalam diskusi interaktif yang menggali dampak negatif kemasan konvensional terhadap lingkungan, menciptakan pemahaman yang kokoh tentang perlunya transisi.

Konsep desain eco-friendly menjadi fokus berikutnya, di mana peserta akan merapatkan pemahaman mereka tentang prinsip-prinsip desain berkelanjutan dan bahan-bahan ramah lingkungan yang dapat digunakan. Sesi ini akan menciptakan dasar bagi peserta untuk berpikir kreatif dan inovatif dalam mengembangkan solusi desain yang berdaya lingkungan. Teknik desain akan menjadi inti dari pelatihan, memperkenalkan peserta pada langkah-langkah praktis menggunakan perangkat lunak desain grafis. Melalui demonstrasi dan latihan langsung, peserta akan memperoleh keterampilan teknis yang diperlukan untuk menciptakan desain eco-friendly yang menarik dan fungsional.



**Gambar 2. Pendampingan Pelatihan Design eco-friendly packaging kuliner**

## 2. Pelatihan pembuatan Label

Pelatihan pembuatan label untuk produk eco-friendly dalam bisnis kuliner bertujuan memberikan pemahaman mendalam kepada pelaku usaha, khususnya LPP-PEKKA Yayasan Masjid Agung Palembang, tentang konsep keberlanjutan dan pentingnya label yang mendukung lingkungan. Peserta akan diperkenalkan dengan prinsip-prinsip desain label yang menarik dan informatif, serta memperoleh keterampilan teknis menggunakan perangkat lunak desain grafis. Workshop praktis dan diskusi kelompok akan merangsang kreativitas peserta dalam menciptakan label eco-friendly yang tidak hanya mencerminkan nilai keberlanjutan, tetapi juga dapat meningkatkan citra bisnis mereka di mata konsumen yang semakin peduli terhadap lingkungan. Peserta dibagi menjadi beberapa kelompok, dan diarahkan untuk membuat design secara mandiri untuk eco-friendly packaging baik dalam bentuk bowl, gelas maupun kotak makanan.



**Gambar 3. Proses pembuatan Label eco-friendly packaging**

### Evaluasi Kegiatan

Kegiatan ini merupakan salah satu program kerja pengabdian masyarakat yang bertujuan dapat memberikan pengetahuan dalam mendirikan usaha guna meningkatkan kreatifitas dalam pembuatan label eco-friendly packaging . Pengabdian ini sangat diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai pendirian dan unsur-unsur penting dalam berwirausaha/ membangun usaha dan juga penambahan skill baru yaitu kemampuan dalam pembuatan label eco-friendly packaging secara mandiri.



**Gambar 4. Pelatihan pembuatan label eco-friendly packaging**

Berdasarkan pemaparan materi tentang tpik design yang diberikan kepada peserta, sebagian besar peserta telah memahami materi design dengan baik. Hal ini dibuktikan dengan pemahaman materi mencapai 93.93%. Dalam pelatihan design yaitu pembuatan pola/ design label, penggambaran, perekatan dan pengemasan. Berdasarkan dari kuesioner yang telah dibagikan dalam kegiatan pelatihan pembuatan kain jumputan sebagian besar peserta memahami dapat memahami materi-materi pelatihan teknis pembuatan label oleh instruktur hingga kepuasan terhadap penilaian kepada instruktur yang dihadirkan. Persentasi pemahaman materi serta penilaian kepada instruktur sebesar 93.78%. Hal tersebut didukung oleh pemahaman materi yang sangat baik oleh instruktur yang terbukti menjadi penilaian tertinggi dengan presentasi 92.14%. Penampilan instruktur juga dinilai baik dengan bukti persentase mencapai 92.50%. Secara keseluruhan, Pelatihan teknis pelatihan pembuatan label memiliki persentasi 93.09% dalam penilaian kepuasan peserta.

Kode	Materi	Presentasi
P1	<u>Pengetahuan/ pemahaman terhadap topik</u>	93.93%
P2	<u>Kemampuan dalam Pelatihan <i>eco-friendly</i> packaging kuliner</u>	93.78%
P3	Kemampuan memahami masalah peserta	92.14%
P4	<u>Penampilan Instruktur</u>	92.50%
<b>Jumlah</b>		93.09%

## KESIMPULAN

Secara keseluruhan, pelatihan pembuatan label untuk produk *eco-friendly* dalam bisnis kuliner menjadi langkah strategis yang memberikan pemahaman mendalam, keterampilan teknis, dan panduan praktis kepada pelaku usaha, termasuk LPP-PEKKA Yayasan Masjid Agung Palembang. Konsep keberlanjutan dan desain label yang mendukung lingkungan menjadi fokus utama, memastikan bahwa peserta tidak hanya mampu menciptakan label yang menarik, tetapi juga mengintegrasikan nilai-nilai keberlanjutan dalam citra bisnis mereka. Dengan adanya pelatihan teknis dan diskusi kelompok, peserta didorong untuk berinovasi dalam menciptakan label yang tidak hanya informatif tetapi juga mempromosikan tanggung jawab terhadap lingkungan. Diharapkan bahwa pelatihan ini akan memberikan dampak positif dalam mengarahkan bisnis kuliner menuju praktik yang lebih berkelanjutan dan mendukung tren kesadaran lingkungan. Berdasarkan hasil evaluasi kegiatan pengabdian yang telah dilakukan rata-rata 93.93% peserta pelatihan telah memahami materi *eco-friendly packaging*. Sedangkan pada pelatihan teknis pembuatan label, peserta telah memahami teknis pembuatan label dan juga instruktur telah mendampingi dan mengarahkan peserta dengan baik. Hal tersebut terbukti, persentasi tingkat kepuasan peserta dalam sebesar 93.09%.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anasrulloh, M., & Basiron. (2022). Pelatihan Pembuatan Kemasan Packaging Untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Olahan Kacang Emping Melinjo. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5, 26–30.
- Febriyanti, R., & Qomariyah, O. N. (2020). Diversifikasi Produk Olahan Berbahan Sambal Desa Kedungrawan Kecamatan Krembung Kabupaten Sidoarjo. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(1), 451. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v4i1.2858>
- Fishel, C., & Gordon, S. K. (2008). Little Book of Big Ideas. In *Reference Reviews* (Vol. 22, Issue 8). Rockport Publishers. <https://doi.org/10.1108/09504120810914411>
- Nuraeni, A., Hastati, D. Y., Ratih L, F., & Kuntari, W. (2022). Penerapan Kemasan Dan Label Untuk Produk Olahan Singkong Di Kelompok Tani Barokah. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 178–183. <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i1.3647>
- Wyrwa, J., & Barska, A. (2017). Packaging as a Source of Information about Food Products. *Procedia Engineering*, 182, 770–779. <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2017.03.199>
- Yuliari, G., & Riyadi, B. (2015). Meningkatkan nilai tambah produk olahan ikan dengan strategi diversifikasi yang berbasis pasar global. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call for Papers 2015 Optimalisasi Peran Industri Kreatif Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN*, 17, 216–226.