

Peningkatan Citra Produk Sentra Olahan Herbal Surabaya Melalui Sosialisasi Kemasan Ramah Lingkungan

Fani Khoirotunnisa

UPN Veteran Jawa Timur

*Corresponding author, e-mail: fani.khoiro.mnj@upnjatim.ac.id.

Abstrak

Kesadaran masyarakat tentang kelestarian lingkungan dan konsumsi produk ramah lingkungan meningkat. Sentra olahan herbal di Surabaya, dengan potensi besar dalam menyediakan minuman herbal sehat, menghadapi tantangan populer di kalangan generasi muda karena kemasan yang kurang menarik dan strategi pemasaran tradisional. Isu utama adalah desain kemasan yang ketinggalan zaman dan kurangnya inovasi pemasaran. Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan citra produk melalui sosialisasi dan pelatihan tentang desain kemasan ramah lingkungan serta strategi pemasaran modern. Hasilnya menunjukkan perbaikan kualitas kemasan dan perluasan distribusi produk UMKM, baik di toko oleh-oleh maupun platform online. Implikasi penelitian ini adalah peningkatan daya saing produk herbal dan kontribusi pada keberlanjutan lingkungan.

Kata Kunci: Desain kemasan; Produk olahan herbal; Ramah lingkungan; UMKM.

Abstract

The development of international book chapters has become a crucial component in supporting basic university rankings. However, in practice, many lecturers still lack the skills needed to write international book chapters. This community service initiative aims to enhance the ability of lecturers at Universitas Negeri Semarang to write book chapters that can be published internationally. The program consists of a one-day training session followed by a one-week mentoring period. The activities begin with the presentation of the fundamentals of book chapter writing, including practical exercises in crafting international book chapters. Mentoring continues after the training until participants are able to produce book chapters that can be published by international publishers. The results of this initiative indicate a 66% increase in participants' understanding and improved skills in composing international book chapters. The implication of this improvement in writing skills is twofold: it enriches the knowledge base available to the general public and supports the university's ranking.

Keywords: Eco-friendly; Herbal processed product; MSME; Packaging design.

How to Cite: Khoirotunnisa, F. (2024). Peningkatan Citra Produk Sentra Olahan Herbal Surabaya Melalui Sosialisasi Kemasan Ramah Lingkungan. *Abdi: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 6(3), 470-476.



This is an open access article distributed under the Creative Commons Share-Alike 4.0 International License. If you remix, transform, or build upon the material, you must distribute your contributions under the same license as the original. ©2024 by author.

Pendahuluan

Dalam beberapa tahun terakhir, kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kelestarian lingkungan semakin meningkat. Hal ini sejalan dengan pertumbuhan tren konsumsi produk yang tidak hanya sehat dan berkualitas, tetapi juga ramah lingkungan (Erwins, 2024). Sentra olahan herbal di Surabaya merupakan salah satu sektor yang memiliki potensi besar dalam memenuhi kebutuhan konsumen akan produk alami yang bermanfaat bagi kesehatan. Salah satu produk utama dari Sentra ini adalah berbagai jenis minuman dan jamu yang dibuat menggunakan bahan-bahan alami seperti rempah-rempah, dedaunan, akar tumbuhan maupun bahan alami lainnya. Minuman olahan herbal tersebut memiliki banyak sekali manfaat dan khasiat bagi tubuh seperti menghilangkan pegal linu, meningkatkan sistem imun, dan memperlancar ASI (Marwati & Amidi, 2019). Walaupun produk yang dihasilkan memiliki khasiat yang baik, minuman olahan herbal kurang populer di kalangan generasi saat ini (Andini et al., 2021). Semakin banyaknya variasi minuman kekinian yang memiliki berbagai pilihan rasa sesuai selera juga semakin menggeser popularitas minuman tradisional, khususnya produk olahan herbal. Oleh sebab itu, para pelaku usaha perlu untuk meningkatkan citra produk olahan herbal agar dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif dan diminati oleh generasi muda saat ini.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian ini berfokus pada upaya peningkatan daya tarik dan citra produk olahan herbal agar dapat bersaing lebih efektif di pasar yang semakin kompetitif, terutama di kalangan generasi muda, dimana salah satu caranya adalah dengan meningkatkan kualitas dan tampilan dari kemasan produk. Dalam era globalisasi, kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga menjadi elemen penting dalam menarik perhatian konsumen dan membentuk citra produk di mata mereka (Widiati, 2020). Penggunaan kemasan yang ramah lingkungan dapat memberikan nilai tambah yang signifikan, terutama bagi konsumen yang semakin peduli terhadap isu-isu keberlanjutan, karena kemasan yang menarik dan ramah lingkungan berkontribusi pada pelestarian lingkungan (Paperocks Indonesia, 2024). Walaupun demikian, mayoritas produk herbal dari Sentra Olahan Herbal Surabaya masih menggunakan kemasan plastik konvensional yang kurang ramah lingkungan seperti yang terlihat dari gambar 1.



Gambar 1. Kemasan Produk Sentra Olahan Herbal Surabaya

Sumber : *facebook* Sentra Olahan Herbal Surabaya

Fenomena ini sejalan dengan hasil penelitian Jambeck et al. (2015) yang menunjukkan bahwa sekitar 40% dari permintaan plastik global digunakan untuk kemasan, tetapi hanya 14% yang didaur ulang. Hal ini berkontribusi pada masalah lingkungan, khususnya polusi laut dan ekosistem air tawar (Jahnke et al., 2017; Law, 2017). Laporan (Greenpeace Indonesia, 2019) juga menyebutkan bahwa plastik kemasan makanan dan minuman mendominasi jenis sampah yang dihasilkan oleh masyarakat. Penggunaan kemasan plastik yang berlebihan dan tidak dikelola dengan benar dapat menghambat upaya meningkatkan citra produk dan memperluas pangsa pasar. Oleh sebab itu, kegiatan ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mendorong pelaku usaha di Sentra Olahan Herbal Surabaya beralih ke penggunaan kemasan yang lebih ramah lingkungan, sekaligus meningkatkan pemahaman mereka tentang pentingnya desain dan label kemasan yang menarik. Dengan demikian, produk olahan herbal dapat lebih kompetitif di pasar, terutama di kalangan konsumen muda.

Untuk mencapai tujuan tersebut, program ini akan melibatkan sosialisasi menyeluruh tentang penggunaan kemasan ramah lingkungan, termasuk pengenalan berbagai jenis kemasan yang lebih ramah lingkungan serta cara penerapannya dalam proses produksi. Kemasan ramah lingkungan merupakan jenis kemasan yang dibuat dengan meminimalisir potensi dampak negatif bagi lingkungan (Ropikoh et al., 2024). Secara umum kemasan jenis ini memiliki ciri tidak membahayakan bagi kesehatan dan lebih mudah terurai sehingga tidak menimbulkan polusi berlebihan di alam (Instapay Indonesia, 2022). Selain itu, akan diselenggarakan pelatihan mengenai pentingnya desain dan label yang menarik untuk meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen. Rencana pemecahan masalah ini mencakup beberapa langkah penting.

Pertama, sosialisasi akan diadakan untuk memperkenalkan berbagai jenis kemasan ramah lingkungan yang dapat diterapkan oleh pelaku usaha di Sentra Olahan Herbal Surabaya. Sosialisasi ini juga akan menekankan pentingnya memilih desain dan label kemasan yang tidak hanya informatif, tetapi juga menarik bagi konsumen. Kedua, pelatihan tentang teknik desain kemasan dan label yang efektif akan diberikan untuk meningkatkan keterampilan pelaku usaha dalam menciptakan kemasan yang sesuai dengan selera pasar.

Melalui langkah-langkah ini, diharapkan produk herbal dari Sentra Olahan Herbal Surabaya dapat membangun citra yang lebih positif di mata konsumen. Dengan citra yang lebih baik, produk-produk tersebut tidak hanya akan mampu menarik perhatian pasar yang lebih luas, tetapi juga akan mendapatkan kepercayaan dari konsumen yang semakin peduli terhadap kesehatan dan lingkungan (Saputra & Saggaff, 2024). Dalam jangka panjang, ini akan meningkatkan daya saing produk herbal lokal di tengah persaingan pasar yang semakin ketat (Wiwoho, 2015). Selain itu, inisiatif ini diharapkan memberikan kontribusi nyata dalam upaya mendukung keberlanjutan lingkungan melalui pengurangan penggunaan kemasan plastik yang tidak ramah lingkungan. Inisiatif ini juga memiliki keunikan dibandingkan dengan program pengabdian lainnya karena tidak hanya berfokus pada peningkatan kualitas produk herbal, tetapi juga menekankan pentingnya inovasi dalam aspek kemasan yang berkelanjutan. Inovasi ini sangat relevan di tengah perkembangan pasar modern yang semakin memperhatikan isu-isu lingkungan. Oleh karena itu, program ini tidak hanya membantu para pelaku usaha di Sentra Olahan Herbal Surabaya untuk lebih kompetitif, tetapi juga mendorong mereka untuk menjadi bagian dari solusi global dalam menghadapi tantangan lingkungan. Dengan demikian, program ini diharapkan dapat menjadi model yang dapat diadopsi oleh sektor lain yang ingin meningkatkan daya saing sekaligus berkontribusi pada keberlanjutan lingkungan.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang dalam dua tahap yang saling berkesinambungan. Tahap pertama adalah observasi terhadap mitra pengabdian oleh tim pengabdian, di mana metode observasi dilakukan melalui diskusi mendalam untuk memahami masalah yang dihadapi oleh para pelaku usaha di Sentra Olahan Herbal Surabaya. Diskusi ini melibatkan ketua sentra, yang juga berperan sebagai ketua RT di wilayah tersebut, untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai tantangan yang dihadapi oleh para pelaku usaha. Dari hasil diskusi, diketahui bahwa masalah utama adalah menurunnya minat konsumen, terutama dari kalangan generasi muda, terhadap produk olahan herbal. Data menunjukkan adanya penurunan jumlah pelaku usaha dari tahun ke tahun, yang disebabkan oleh ketidakmampuan mereka bersaing di pasar minuman yang semakin kompetitif dan didominasi oleh produk-produk kekinian.

Pemilihan responden atau kelompok sasaran dalam kegiatan ini didasarkan pada kriteria tertentu, yaitu kelompok usaha yang telah beroperasi lebih dari dua tahun tetapi mengalami penurunan signifikan dalam penjualan. Kriteria ini dipilih untuk memastikan bahwa intervensi yang dilakukan dapat memberikan dampak yang signifikan dan relevan bagi mitra pengabdian. Sentra Olahan Herbal Surabaya, yang merupakan hasil pemberdayaan masyarakat Genteng Candirejo sejak tahun 2006 dan saat ini terdiri dari 13 pelaku UMKM, menjadi mitra sekaligus kelompok sasaran dalam kegiatan ini. Dengan demikian, tim pengabdian dapat lebih fokus dalam memberikan solusi yang tepat guna melalui sosialisasi terkait desain dan pemilihan kemasan ramah lingkungan yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan produk olahan herbal.

Untuk mendukung kegiatan ini, beberapa bahan dan alat digunakan, termasuk contoh kemasan ramah lingkungan, modul pelatihan, alat tulis, serta peralatan presentasi seperti proyektor dan laptop. Selain itu, *software* desain grafis juga digunakan selama pelatihan untuk membantu mitra dalam memahami dan menerapkan konsep desain kemasan yang efektif. Desain kemasan yang diajarkan dirancang dengan mempertimbangkan kinerja dan produktivitas, baik dari segi estetika maupun fungsionalitas, untuk memastikan bahwa produk olahan herbal dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Teknik pengumpulan data dalam kegiatan ini melibatkan observasi langsung, wawancara mendalam dengan pelaku usaha, dan survei kepuasan setelah pelatihan. Observasi dan wawancara digunakan untuk menggali lebih dalam mengenai permasalahan yang dihadapi oleh mitra, sementara survei dilakukan untuk mengevaluasi efektivitas pelatihan dan sosialisasi. Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis secara kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif digunakan untuk memahami dinamika dan konteks permasalahan yang dihadapi oleh mitra, sementara analisis kuantitatif dilakukan terhadap hasil survei untuk menilai peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra setelah pelatihan.

Pada tahap kedua, kegiatan difokuskan pada sosialisasi dan pelatihan terkait desain dan pemilihan kemasan ramah lingkungan. Pelatihan ini bertujuan untuk membekali mitra dengan pengetahuan praktis tentang cara mengembangkan kemasan produk yang tidak hanya menarik bagi konsumen, tetapi juga ramah lingkungan. Setiap sesi pelatihan dipandu oleh narasumber yang berpengalaman dalam bidang desain

komunikasi visual, yang memberikan wawasan tentang teknik desain yang efektif dan inovatif. Setelah pelatihan, sesi konsultasi bisnis diadakan antara pelaku usaha dan dosen pendamping, di mana berbagai solusi praktis dibahas untuk membantu mitra mengatasi tantangan yang mereka hadapi dalam pengembangan kemasan dan pemasaran produk. Melalui pendekatan yang sistematis ini, diharapkan para pelaku usaha di Sentra Olahan Herbal Surabaya dapat meningkatkan daya saing produk mereka di pasar, sekaligus mendukung upaya keberlanjutan lingkungan melalui penggunaan kemasan yang lebih ramah lingkungan.

Hasil dan Pembahasan

Persiapan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Pada bulan April 2023, kegiatan pengabdian kepada masyarakat dimulai dengan observasi lapangan di Sentra Olahan Herbal Genteng Candirejo, Surabaya. Observasi ini bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai masalah yang dihadapi oleh pelaku usaha di sektor olahan herbal dan memahami kondisi lapangan yang akan menjadi dasar penyusunan program sosialisasi dan pendampingan. Dalam proses ini, tim pengabdian melakukan diskusi dua arah dengan ketua sentra, yang juga merupakan ketua RT setempat, untuk menggali lebih dalam tantangan yang dihadapi, terutama terkait dengan desain kemasan ramah lingkungan. Setelah pemahaman mengenai masalah diperoleh, tim pengabdian melanjutkan dengan pendekatan kepada UMKM yang beroperasi di wilayah Sentra Olahan Herbal Genteng Candirejo. Pendekatan ini dilakukan untuk memahami perspektif pelaku usaha secara langsung, sehingga solusi yang ditawarkan dapat lebih relevan dan tepat sasaran. Data yang diperoleh dari observasi dan pendekatan kepada pelaku UMKM di Sentra Olahan Herbal Genteng Candirejo menunjukkan bahwa terdapat penurunan signifikan dalam minat konsumen terhadap produk olahan herbal pascapandemi. Salah satu temuan penting adalah penurunan penjualan di kalangan UMKM, yang dipengaruhi oleh desain kemasan produk yang kurang menarik dan penggunaan strategi pemasaran tradisional.



Gambar 2. Observasi Pertama dengan Ketua Sentra Olahan Herbal Surabaya

Sumber: Dokumentasi pribadi

Penurunan minat konsumen, terutama dari generasi muda, terhadap produk olahan herbal disebabkan oleh beberapa faktor. Pertama, desain kemasan yang kurang menarik dianggap tidak mampu bersaing dengan produk minuman kekinian yang lebih populer di kalangan kawula muda. Hal ini sejalan dengan penelitian [Lidyasuwanti \(2017\)](#) yang menyatakan bahwa konsumen cenderung menilai kualitas produk berdasarkan tampilan kemasan. Konsumen, khususnya generasi muda, lebih tertarik pada produk dengan kemasan yang estetik dan informatif, yang mencerminkan kualitas dan kepercayaan terhadap produk tersebut. Kedua, kurangnya inovasi dalam strategi pemasaran turut berkontribusi pada penurunan minat beli. Strategi pemasaran tradisional yang masih digunakan oleh UMKM di Sentra Olahan Herbal dianggap kurang efektif dalam menarik perhatian konsumen modern yang lebih dipengaruhi oleh visual dan media sosial. Penemuan ini sejalan dengan penelitian [Devi et al. \(2013\)](#), yang menekankan pentingnya labelisasi produk sebagai elemen kunci dalam branding dan peningkatan daya saing produk. Label yang menarik tidak hanya memudahkan konsumen dalam mengidentifikasi produk, tetapi juga meningkatkan kesadaran merek, yang pada akhirnya mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Standar minimal label yang mencakup informasi penting seperti nama produk, komposisi, tanggal kedaluwarsa, dan legalitas produk, sangat krusial dalam memastikan produk olahan herbal dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif.



Gambar 3. Pendekatan dengan Pelaku UMKM di Sentra Olahan Herbal Surabaya

Sumber: dokumentasi pribadi

Implikasi dari temuan ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM di Sentra Olahan Herbal Genteng Candirejo perlu segera melakukan inovasi dalam desain kemasan dan strategi pemasaran mereka. Dengan menerapkan kemasan yang lebih menarik dan ramah lingkungan, serta mengadopsi strategi pemasaran yang lebih modern, diharapkan produk olahan herbal ini dapat kembali diminati oleh konsumen, khususnya generasi muda. Selain itu, peningkatan kualitas label produk juga akan memberikan dampak positif terhadap persepsi konsumen, yang pada gilirannya dapat meningkatkan daya saing produk di pasar lokal maupun nasional. Sebagai respons terhadap temuan ini, tim pengabdian menyusun program pelatihan yang mencakup sosialisasi tentang desain kemasan ramah lingkungan yang menarik dan sesuai dengan tren pasar. Pelatihan ini juga akan memberikan pengetahuan tentang pentingnya labelisasi produk untuk meningkatkan daya saing di pasar.

Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan melalui kegiatan sosialisasi dan pelatihan yang dirancang khusus untuk para pelaku UMKM di Sentra Olahan Herbal Genteng Candirejo. Program ini bertujuan untuk membantu pelaku usaha meningkatkan daya tarik produk mereka melalui desain kemasan yang lebih menarik dan ramah lingkungan, serta meningkatkan pemahaman mereka tentang pentingnya labelisasi produk sebagai bagian dari strategi *branding* yang efektif. Kegiatan sosialisasi dan pelatihan dilaksanakan pada bulan Mei 2023, dengan mengundang narasumber yang berpengalaman dalam bidang desain komunikasi visual dan *branding* produk. Sosialisasi pertama dilakukan untuk memperkenalkan konsep dasar desain kemasan yang tidak hanya estetis tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai ramah lingkungan. Peserta diajak untuk memahami bagaimana kemasan yang menarik dapat meningkatkan persepsi kualitas produk di mata konsumen, terutama di kalangan generasi muda yang lebih peduli pada aspek visual dan keberlanjutan lingkungan.



Gambar 4. Sosialisasi dan Pendampingan terkait Kemasan Ramah Lingkungan

Sumber: dokumentasi pribadi

Setelah sosialisasi, pelatihan praktis mengenai desain kemasan dilanjutkan dengan sesi *hands-on* di mana peserta diajarkan cara merancang kemasan produk mereka sendiri menggunakan berbagai alat desain. Fokus pelatihan ini adalah pada pemilihan bahan kemasan yang ramah lingkungan, teknik desain yang menarik, dan cara memaksimalkan informasi penting pada label produk. Adapun standar-standar minimal yang harus diketahui oleh pelaku UMKM dalam membuat label produk, yaitu adanya nama atau merek dari produk, berat bersih produk, tanggal kadaluwarsa produk, keterangan bahan atau komposisi yang digunakan dalam pembuatan produk terutama karena produknya berupa minuman olahan herbal, nama dan alamat bisnis yang memproduksi produk tersebut, nomor pendaftaran/legalitas dari produk, dan cara penggunaan

atau penyajian dan penyimpanan dari produk (Rozikan & Hariyanto, 2024). Peserta juga diberi kesempatan untuk berkolaborasi dengan narasumber dalam mendesain ulang kemasan produk mereka, sehingga hasil akhirnya lebih relevan dengan tren pasar saat ini. Selain desain kemasan, pelatihan juga mencakup sesi khusus tentang strategi pemasaran modern yang memanfaatkan media sosial dan platform digital. Peserta diberi wawasan tentang bagaimana menggunakan platform seperti Instagram, Facebook, dan marketplace online untuk mempromosikan produk mereka. Strategi ini diharapkan dapat membantu para pelaku UMKM mencapai pasar yang lebih luas, termasuk generasi muda yang lebih cenderung melakukan pembelian secara online.

Untuk memastikan bahwa pelatihan ini berdampak langsung pada pengembangan usaha UMKM, tim pengabdian juga melakukan pendampingan intensif setelah setiap sesi pelatihan. Pendampingan ini melibatkan diskusi individual antara pelaku usaha dan narasumber, di mana masalah spesifik yang dihadapi oleh masing-masing pelaku usaha dibahas dan diselesaikan secara praktis. Dengan adanya pelatihan dan pendampingan ini, diharapkan pelaku UMKM di Sentra Olahan Herbal Genteng Candirejo dapat meningkatkan daya saing produk mereka melalui desain kemasan yang lebih menarik dan strategi pemasaran yang lebih modern. Hasil akhir dari program ini diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar produk olahan herbal, meningkatkan penjualan, dan memperkuat posisi UMKM dalam pasar yang semakin kompetitif.

Evaluasi Kegiatan Pengabdian

Setelah kegiatan sosialisasi dan pelatihan selesai dilaksanakan, tim pengabdian melanjutkan dengan kunjungan langsung ke lokasi produksi para mitra UMKM. Kunjungan ini bertujuan untuk mengevaluasi penerapan materi yang telah diberikan selama pelatihan. Tim ingin memastikan bahwa ilmu dan keterampilan yang disampaikan benar-benar diaplikasikan oleh pelaku UMKM, khususnya dalam hal perbaikan desain kemasan dan strategi pemasaran produk mereka. Evaluasi lapangan ini menunjukkan hasil yang menggembirakan. Mitra UMKM di Sentra Olahan Herbal Genteng Candirejo berhasil melakukan perbaikan signifikan pada desain kemasan produk mereka. Selain itu, mereka juga mulai memperluas cakupan pemasaran, tidak hanya di pasar tradisional seperti toko oleh-oleh lokal, tetapi juga melalui platform online seperti GoFood, GrabFood, dan Shopee. Perkembangan ini menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan telah memberikan dampak langsung pada peningkatan daya saing produk di pasar.

Secara keseluruhan, implementasi dari pelatihan dan sosialisasi yang dilakukan oleh tim pengabdian menunjukkan dampak yang signifikan. Peningkatan dalam desain kemasan dan strategi pemasaran, sesuai dengan tren pasar modern, terbukti efektif dalam meningkatkan penjualan dan distribusi produk. Produk mereka tidak hanya lebih kompetitif di pasar lokal tetapi juga mulai dikenal di pasar yang lebih luas. Dengan memanfaatkan *e-commerce* dan platform digital, jangkauan distribusi produk herbal dari Surabaya semakin luas, membuka peluang baru bagi UMKM untuk berkembang. Hal ini tidak hanya memberikan solusi jangka pendek bagi pelaku UMKM di Sentra Olahan Herbal Genteng Candirejo, tetapi juga berpotensi mendukung keberlanjutan usaha mereka di masa depan.

Kesimpulan

Pendahuluan jurnal ini menggarisbawahi pentingnya kesadaran lingkungan yang semakin meningkat di masyarakat serta permintaan untuk produk yang tidak hanya sehat tetapi juga ramah lingkungan. Sentra Olahan Herbal di Surabaya menghadapi tantangan dalam meningkatkan popularitas minuman olahan herbal di tengah persaingan dengan produk kekinian. Meskipun produk herbal menawarkan manfaat kesehatan yang signifikan, penggunaan kemasan plastik konvensional berkontribusi pada masalah lingkungan dan mengurangi daya tarik produk. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini berfokus pada perbaikan citra produk melalui penerapan kemasan ramah lingkungan dan desain yang menarik, dengan tujuan untuk menjadikan produk herbal lebih kompetitif, terutama di kalangan generasi muda.

Hasil dari kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa desain kemasan yang kurang menarik dan kurangnya inovasi dalam strategi pemasaran telah menurunkan minat konsumen terhadap produk olahan herbal di Sentra Olahan Herbal Genteng Candirejo. Program sosialisasi dan pelatihan yang dilaksanakan berhasil mengatasi masalah ini dengan memberikan pengetahuan tentang desain kemasan ramah lingkungan dan strategi pemasaran modern. Penerapan pelatihan ini telah menunjukkan perbaikan signifikan, baik dalam desain kemasan maupun dalam penggunaan platform digital untuk pemasaran, yang berdampak positif pada penjualan dan distribusi produk.

Untuk memastikan kelanjutan dan pengembangan inisiatif ini, beberapa langkah strategis harus diambil. Pertama, program pelatihan perlu dilanjutkan dengan penekanan pada inovasi berkelanjutan dalam desain kemasan dan strategi pemasaran, serta memperbarui materi pelatihan sesuai dengan perkembangan tren dan teknologi terbaru. Kedua, perlu memperkuat kemitraan dengan platform *e-commerce* dan media sosial melalui workshop tambahan tentang pemasaran digital, termasuk teknik promosi berbayar dan analisis

data konsumen. Ketiga, evaluasi berkala terhadap dampak perubahan yang diterapkan harus dilakukan, termasuk survei kepuasan pelanggan dan analisis penjualan. Terakhir, memperluas jangkauan ke sentra olahan herbal lain dapat memperbesar dampak inisiatif ini dan mendukung upaya nasional dalam meningkatkan daya saing produk herbal serta keberlanjutan lingkungan secara lebih luas. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan pengembangan produk olahan herbal dapat terus berlanjut, meningkatkan daya saing produk lokal di pasar global, dan memberikan kontribusi positif terhadap keberlanjutan lingkungan.

Daftar Pustaka

- Andini, L. G. R. W., Kassapa, J., & Dewi, P. Y. C. (2023). Jamunity: Strategi Pengembangan Potensi Jamu Sebagai Warisan Budaya Berbasis Community Empowerment Linkage Di Indonesia. *Prosiding Pekan Ilmiah Pelajar (PILAR)*, 3, 233-246.
- Devi, V. C., Sartono, A., & Isworo, J. T. (2013). Hubungan Antara Karakteristik Individu dan Pengetahuan Label Gizi dengan Membaca Label Gizi Produk Pangan Kemasan Pada Konsumen di 9 Supermarket Wilayah Kota Tangerang Selatan Tahun 2016. *Jurnal Gizi*, 2(2), 1–12. <http://jurnal.unimus.ac.id/index.php/jgizi/article/view/1029>
- Ervins, S. (2024). Gaya Hidup Ramah Lingkungan yang Keren. <https://www.rri.co.id/lain-lain/779004/gaya-hidup-ramah-lingkungan-yang-keren>
- Greenpeace Indonesia. (2019). Sampah Kemasan Makanan dan Minuman Mendominasi. <https://www.greenpeace.org/indonesia/cerita/4238/sampah-kemasan-makanan-dan-minuman-mendominasi/>
- Instapay Indonesia. (2022). Apa Itu Kemasan Ramah Lingkungan? Ini Dia Contohnya. <https://instapay.id/blog/apa-itu-kemasan-ramah-lingkungan-ini-dia-contohnya/>
- Jahnke, A. et al. (2017). Reducing Uncertainty and Confronting Ignorance about the Possible Impacts of Weathering Plastic in the Marine Environment. *Environmental Science and Technology Letters*, 4(3), 85–90. <https://doi.org/10.1021/acs.estlett.7b00008>
- Jambeck, J. R. et al. (2015). Entradas de residuos plásticos desde la tierra al océano. *Ciencia*, 347(6223), 768–771.
- Law, K. L. (2017). Plastics in the Marine Environment. *Annual Review of Marine Science*, 9(1), 205–229. <https://doi.org/10.1146/annurev-marine-010816-060409>
- Lidyasuwanti, A. (2017). Pengaruh Kemasan, Brand Image dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Pancake Durian Sharie Radjanya di Kota Mataram. *Jmm Unram - Master of Management Journal*, 6(2), 1–17. <https://doi.org/10.29303/jmm.v6i2.105>
- Marwati, M., & Amidi, A. (2019). Pengaruh Budaya, Persepsi, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Obat Herbal. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2), 168. <https://doi.org/10.32502/jimn.v7i2.1567>
- Paperocks Indonesia. (2024). Kemasan Produk Ramah Lingkungan: Solusi untuk Bisnis Modern. <https://paperocks.co.id/kemasan-produk-ramah-lingkungan-solusi-untuk-bisnis-modern/>
- Ropikoh, S., Widjayanti, W., Idris, M., Nuh, G. M., & Fanani, M. Z. (2024). Perkembangan Teknologi Pengemasan dan Penyimpanan Produk Pangan. *Jurnal Ilmiah Pangan Halal*, 6(1), 30–38. <https://doi.org/10.30997/jiph.v6i1.12668>
- Rozikan, R., & Hariyanto, M. (2024). Peningkatan Promosi dan Berdaya Saing Minuman Tradisional (Jamu) di Pasar Ritel. *Abdi: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 6(1), 19–24. <https://doi.org/10.24036/abdi.v6i1.529>
- Saputra, H., & Saggaff, M. S. (2024). Implementasi Strategi Pemasaran Hijau dan Dampaknya terhadap Citra Merek dan Loyalitas Pelanggan. *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi dan kewirausahaan*, 15(2).
- Widiati, A. (2020). Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (MKM) di “Mas Pack” Terminal Kemasan Pontianak. *JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)*, 8(2), 67–76. <https://doi.org/10.26418/jaakfe.v8i2.40670>
- Wiwoho, G. (2015). Pengaruh Green Product, Green Brand, Dan Green Advertising Terhadap Keputusan Pembelian. *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi*, 14(1), 89–97. <https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v14i1.533>