


Optimalisasi *Greenpreneurship* melalui Edukasi *Eco-Friendly Packaging* pada Pelaku Usaha Makanan Tradisional Wilayah Rungkut Surabaya Timur

Nurul Iman^{1*}, Elly Yuniar Nitawati², Sari Handayani³, Ahamd Zainuddin⁴

^{1,2,3,4}Universitas Bhayangkara Surabaya, Jl. Ahmad Yani No.114, Kec. Gayungan, Surabaya, Jawa Timur

E-mail: nuruliman@ubhara.ac.id

* Corresponding Author

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.1081>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 02 June 2025

Revised: 14 June 2025

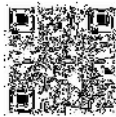
Accepted: 26 June 2025

Kata Kunci:

Greenpreneurship, UMKM, Eco-Friendly Packaging, Makanan Tradisional, Surabaya

Keywords:

Greenpreneurship, MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises), Eco-Friendly Packaging, Traditional Food, Surabaya



ABSTRACT

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengoptimalkan praktik *greenpreneurship* melalui edukasi penggunaan kemasan ramah lingkungan (*eco-friendly packaging*) pada pelaku usaha makanan tradisional di wilayah Rungkut, Surabaya Timur. Permasalahan utama yang dihadapi UMKM adalah masih rendahnya kesadaran lingkungan serta dominasi penggunaan kemasan plastik sekali pakai. Kegiatan ini dilaksanakan melalui metode workshop interaktif, simulasi praktik, dan pembentukan komunitas pasca-pelatihan. Peserta yang terlibat sebanyak 38 orang, dengan hasil pre-test dan post-test menunjukkan peningkatan skor pemahaman sebesar 43,8%. Sebanyak 55,3% peserta menerapkan minimal satu jenis kemasan ramah lingkungan dalam dua minggu pertama setelah kegiatan. Selain itu, sebanyak 84,2% peserta bergabung dalam komunitas Green UMKM Rungkut untuk memperkuat jejaring, berbagi praktik baik, dan menjaga keberlanjutan program. Kegiatan ini membuktikan bahwa pendekatan edukatif berbasis praktik dan dukungan komunitas efektif dalam mendorong perubahan perilaku berkelanjutan pada pelaku UMKM. Hasil pengabdian ini diharapkan menjadi model percontohan yang dapat direplikasi di wilayah lain dalam rangka membangun ekosistem usaha yang lebih ramah lingkungan dan berdaya saing.

This community service activity aims to optimize the practice of greenpreneurship through education on the use of eco-friendly packaging among traditional food business owners in the Rungkut area of East Surabaya. The main problems faced by MSMEs are the low level of environmental awareness and the widespread use of single-use plastic packaging. This activity was carried out through interactive workshops, practical simulations, and the formation of a post-training community. A total of 38 participants were involved, and the results of the pre-test and post-test showed a 43.8% increase in understanding scores. As many as 55.3% of participants adopted at least one type of eco-friendly packaging within the first two weeks after the activity. In addition, 84.2% of participants joined the Green MSME Rungkut community to strengthen networks, share best practices, and maintain the sustainability of the program. This activity demonstrates that a practice-based educational approach combined with community support is effective in encouraging sustainable behavioral change among MSME actors. The results of this community service are expected to serve as a model that can be replicated in other areas to build a more environmentally friendly and competitive business ecosystem.



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

How to Cite: Nurul Iman, et al (2025). Optimalisasi *Greenpreneurship* melalui Edukasi *Eco-Friendly Packaging* pada Pelaku Usaha Makanan Tradisional Wilayah Rungkut Surabaya Timur, 3(4) 5540-5549. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.1081>

PENDAHULUAN

Peningkatan kesadaran global terhadap krisis lingkungan telah mendorong berbagai sektor untuk mengadopsi pendekatan yang lebih berkelanjutan, termasuk dalam dunia usaha. Salah satu pendekatan yang berkembang pesat adalah konsep *greenpreneurship*, yakni kewirausahaan yang memprioritaskan keberlanjutan lingkungan dalam seluruh proses bisnisnya (Wang & Li, 2021). Dalam konteks Indonesia, *greenpreneurship* menjadi relevan mengingat tingginya tingkat pencemaran plastik dari sektor industri kecil dan menengah, terutama dari limbah kemasan makanan yang tidak ramah lingkungan (Suryani et al., 2022). Pelaku usaha makanan tradisional di Indonesia memainkan peran strategis dalam ekosistem ekonomi lokal, terutama dalam memenuhi kebutuhan konsumsi harian masyarakat. Namun, banyak dari mereka yang masih menggunakan kemasan berbahan plastik sekali pakai karena biaya yang lebih murah dan aksesibilitas yang tinggi. Padahal, penggunaan kemasan tersebut berkontribusi signifikan terhadap meningkatnya sampah plastik domestik (Setyawati & Pratama, 2020). Oleh karena itu, dibutuhkan intervensi yang menasar langsung pada pelaku usaha ini agar dapat bertransformasi menuju praktik yang lebih ramah lingkungan.

Wilayah Rungkut di Surabaya Timur merupakan salah satu pusat pertumbuhan UMKM, khususnya di bidang makanan tradisional. Data dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Surabaya menunjukkan bahwa terdapat lebih dari 300 UMKM kuliner yang aktif di wilayah ini, dan sebagian besar di antaranya masih menggunakan kemasan konvensional berbahan plastik (Dinkop Surabaya, 2023). Situasi ini menunjukkan perlunya penguatan literasi lingkungan melalui edukasi yang aplikatif dan mudah diterapkan, seperti penggunaan *eco-friendly packaging*. *Eco-friendly packaging* merupakan solusi inovatif yang mengedepankan bahan daur ulang, biodegradable, atau alami sebagai alternatif kemasan produk. Implementasi kemasan ini tidak hanya mengurangi jejak karbon, tetapi juga meningkatkan citra usaha di mata konsumen yang kini semakin sadar akan isu lingkungan (Rachmawati et al., 2021). Studi oleh Handayani dan Santosa (2019) juga menunjukkan bahwa konsumen di Surabaya memiliki preferensi terhadap produk yang menggunakan kemasan ramah lingkungan, bahkan bersedia membayar lebih mahal untuk produk tersebut.

Sayangnya, meskipun tersedia pilihan kemasan yang ramah lingkungan, masih banyak pelaku UMKM yang belum memahami manfaat jangka panjang dari penggunaannya. Kurangnya akses informasi, pelatihan, serta keterbatasan jejaring distribusi menjadi penghambat utama (Lestari & Hadi, 2020). Hal ini menjadi tantangan sekaligus peluang untuk memberikan edukasi secara langsung kepada pelaku usaha, sehingga mereka dapat mengadopsi inovasi dalam proses produksi maupun distribusi produknya. Kegiatan pengabdian masyarakat melalui edukasi *greenpreneurship* dan pelatihan penggunaan *eco-friendly packaging* menjadi strategi efektif dalam mendorong transformasi UMKM. Pendekatan ini telah terbukti berhasil dalam beberapa studi, misalnya di Bali dan Bandung, di mana pelatihan berkelanjutan mampu meningkatkan adopsi kemasan ramah lingkungan hingga 65% (Fitriani & Kusuma, 2018). Pendekatan serupa dapat diadaptasi dan dikontekstualisasikan untuk wilayah Rungkut dengan mempertimbangkan karakteristik lokal.

Pelatihan yang dikemas secara interaktif dan partisipatif lebih mudah diterima oleh pelaku UMKM. Mereka tidak hanya belajar secara teoretis, tetapi juga secara praktis melalui simulasi dan studi kasus. Selain itu, melibatkan mitra penyedia kemasan ramah lingkungan dapat memberikan akses langsung kepada peserta untuk mencoba dan membeli produk dengan harga terjangkau (Wulandari et al., 2021). Kolaborasi lintas sektor ini penting untuk menciptakan ekosistem *greenpreneurship* yang berkelanjutan. Program edukasi ini tidak hanya menargetkan perubahan perilaku jangka pendek, tetapi juga membentuk kesadaran kolektif di kalangan pelaku usaha tentang pentingnya menjaga lingkungan melalui setiap proses bisnis. *Greenpreneurship* bukan semata soal keuntungan ekonomi, tetapi juga bentuk tanggung jawab sosial yang mampu menciptakan nilai tambah bagi usaha dalam jangka panjang (Chen & Cheng, 2017). Dalam konteks ini, pelaku usaha makanan tradisional di Rungkut berpotensi menjadi pelopor gerakan hijau di sektor informal.

Upaya ini juga selaras dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), khususnya tujuan nomor 12 tentang konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab. Dengan mengadopsi *eco-friendly packaging*, pelaku UMKM turut andil dalam pengurangan sampah plastik dan pencemaran lingkungan. Ini menjadi wujud nyata kontribusi lokal terhadap agenda global (UNDP, 2021). Selain itu, penguatan kapasitas *greenpreneurship* juga memberikan peluang untuk pengembangan produk yang lebih inovatif. Misalnya, pengemasan makanan dengan daun pisang, kertas daur ulang, atau kemasan edible yang dapat

dimakan. Inovasi ini tidak hanya ramah lingkungan tetapi juga dapat menjadi *unique selling point* (USP) yang meningkatkan daya saing usaha di tengah pasar yang kompetitif (Hidayat et al., 2020).

Kegiatan ini juga diharapkan mampu menstimulasi sinergi antara akademisi, pemerintah, dan pelaku usaha. Keterlibatan mahasiswa, dosen, dan mitra industri dalam kegiatan pengabdian akan menciptakan proses belajar yang saling menguntungkan dan berkelanjutan. Ini sejalan dengan konsep *quadruple helix* dalam pengembangan inovasi sosial dan ekonomi berbasis komunitas (Carayannis & Campbell, 2018). Permasalahan lingkungan tidak bisa diselesaikan hanya melalui regulasi, tetapi juga memerlukan keterlibatan aktif dari masyarakat, termasuk pelaku UMKM. Oleh karena itu, pendekatan edukatif berbasis pemberdayaan menjadi salah satu solusi strategis yang mampu menghasilkan dampak jangka panjang. Transformasi perilaku pelaku usaha makanan tradisional menjadi kunci dalam memulai perubahan menuju ekosistem bisnis hijau yang inklusif dan berkelanjutan (Sutrisno & Nugroho, 2022).

Wilayah Rungkut, dengan kepadatan pelaku usaha kuliner dan akses informasi yang cukup baik, menjadi wilayah yang sangat potensial untuk dijadikan laboratorium sosial penerapan greenpreneurship. Pengalaman dari program ini dapat direplikasi ke wilayah lain dengan penyesuaian konteks lokal, sehingga memiliki multiplier effect yang luas dan berdampak nasional. Dengan kondisi tersebut, program pengabdian ini disusun sebagai bentuk kontribusi nyata untuk mendampingi UMKM makanan tradisional agar lebih adaptif terhadap isu lingkungan. Edukasi tentang eco-friendly packaging bukan hanya soal teknis pengemasan, tetapi juga tentang membangun kesadaran lingkungan dan tanggung jawab sosial dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Melalui kegiatan ini, diharapkan pelaku usaha tidak hanya mengganti kemasan, tetapi juga membangun identitas baru sebagai pelaku usaha hijau yang peduli terhadap keberlanjutan. Transformasi ini akan menciptakan nilai ekonomi, sosial, dan lingkungan yang saling mendukung (Agustina et al., 2023). Inilah inti dari greenpreneurship yang sesungguhnya. Dengan demikian, program edukasi ini tidak hanya mendukung kelestarian lingkungan, tetapi juga mengangkat citra dan daya saing produk makanan tradisional lokal. Hal ini sekaligus menjadi peluang untuk mendorong terbentuknya ekosistem bisnis hijau di tingkat akar rumput, dimulai dari Surabaya Timur.

METODE

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan partisipatif melalui tiga tahapan utama, yaitu tahap persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pada tahap persiapan, tim pelaksana melakukan koordinasi awal dengan perangkat kelurahan di wilayah Rungkut, Dinas Koperasi dan UMKM Surabaya, serta komunitas pelaku usaha makanan tradisional. Selain itu, dilakukan pula pemetaan jenis usaha makanan tradisional dan penggunaan kemasan yang masih dominan berbahan plastik. Kegiatan ini melibatkan mahasiswa dan dosen dari bidang kewirausahaan dan lingkungan sebagai tim fasilitator. Tahap pelaksanaan difokuskan pada kegiatan edukasi yang dikemas dalam bentuk workshop interaktif. Workshop ini terdiri atas tiga sesi utama: (1) pengenalan konsep greenpreneurship dan urgensinya dalam konteks UMKM, (2) pelatihan mengenai jenis-jenis eco-friendly packaging dan karakteristik penggunaannya, serta (3) simulasi pengemasan produk menggunakan bahan ramah lingkungan seperti daun pisang, kertas daur ulang, dan bioplastik. Seluruh peserta diberikan modul edukatif serta paket starter-kit eco-packaging untuk langsung digunakan dalam praktik usaha masing-masing.

Untuk memperkuat pemahaman peserta, sesi diskusi kelompok dilakukan dengan metode studi kasus. Setiap peserta diminta menganalisis penggunaan kemasan pada produk usahanya, lalu menyusun rencana sederhana transformasi kemasan ramah lingkungan. Fasilitator memberikan masukan dan panduan selama proses ini berlangsung. Pendekatan ini dirancang agar peserta tidak hanya memahami materi secara teoritis, tetapi juga mampu mengaplikasikannya secara langsung dan relevan dengan jenis usaha yang mereka jalankan. Setelah workshop, dilakukan kunjungan lapangan ke beberapa tempat usaha peserta guna memantau implementasi awal penggunaan eco-friendly packaging. Kunjungan ini sekaligus menjadi media untuk memberikan pendampingan teknis, menjawab kendala yang dihadapi, serta mendokumentasikan perubahan yang terjadi. Sebagian peserta juga difasilitasi untuk bergabung ke dalam komunitas UMKM ramah lingkungan binaan tim pengabdian guna memperkuat jejaring dan kesinambungan dampak program.

Sebagai bentuk monitoring dan evaluasi, dilakukan pengukuran terhadap perubahan pengetahuan dan sikap peserta sebelum dan sesudah kegiatan melalui pre-test dan post-test. Selain itu,

diselenggarakan sesi refleksi bersama yang melibatkan peserta dan stakeholder lokal untuk menilai keberhasilan program dan menyusun strategi tindak lanjut. Hasil evaluasi ini juga menjadi bahan penyusunan laporan dan rencana replikasi program ke wilayah lain. Kegiatan pengabdian ini menggunakan prinsip kolaboratif yang melibatkan multi pihak, yaitu akademisi, pelaku usaha, pemerintah lokal, dan penyedia kemasan ramah lingkungan. Sinergi ini bertujuan memastikan keberlanjutan dari inisiatif yang dijalankan serta membuka peluang jejaring bisnis baru bagi peserta. Melalui pendekatan yang holistik dan adaptif terhadap kondisi lokal Rungkut, diharapkan program ini tidak hanya meningkatkan kesadaran lingkungan, tetapi juga memperkuat daya saing pelaku usaha makanan tradisional secara berkelanjutan.

Tabel 1. Masalah dan luaran yang diharapkan

| No | Permasalahan yang Dihadapi | Luaran yang Diharapkan |
|----|--|---|
| 1. | Rendahnya kesadaran pelaku usaha makanan tradisional terhadap isu lingkungan | Peningkatan pemahaman tentang <i>greenpreneurship</i> dan pentingnya kemasan ramah lingkungan |
| 2. | Masih dominannya penggunaan kemasan berbahan plastik sekali pakai | Adopsi <i>eco-friendly packaging</i> oleh minimal 50% peserta pengabdian |
| 3. | Minimnya informasi dan literasi tentang jenis-jenis kemasan ramah lingkungan | Tersusunnya modul edukasi <i>eco-packaging</i> yang sesuai kebutuhan UMKM lokal |
| 4. | Kurangnya keterampilan dalam menggunakan kemasan alternatif | Terlaksananya pelatihan dan simulasi penggunaan <i>eco-packaging</i> berbasis praktik langsung |
| 5. | Tidak adanya jejaring komunitas atau dukungan pasca pelatihan | Terbentuknya komunitas <i>greenpreneur</i> berbasis pelaku UMKM di wilayah Rungkut |
| 6. | Ketergantungan pada pola usaha lama yang kurang ramah lingkungan | Terjadinya perubahan perilaku bisnis menuju praktik kewirausahaan berkelanjutan (<i>green business practices</i>) |

Tabel 2. Gabungan Indikator Keberhasilan dan Strategi Keberlanjutan Program

| No | Indikator Keberhasilan | Strategi Keberlanjutan |
|----|---|---|
| 1. | ≥ 30 pelaku usaha makanan tradisional mengikuti workshop | Membentuk komunitas Green UMKM Rungkut melalui grup WhatsApp/Telegram sebagai forum berkelanjutan |
| 2. | ≥ 50% peningkatan skor pemahaman <i>greenpreneurship</i> dari pre-test ke post-test | Menyusun dan mendistribusikan e-booklet “Panduan Kemasan Ramah Lingkungan” |
| 3. | ≥ 15 peserta menerapkan <i>eco-friendly packaging</i> dalam usahanya | Menjalin kerja sama lanjutan dengan penyedia kemasan ramah lingkungan |
| 4. | Tersusunnya 1 modul edukasi <i>eco-packaging</i> dalam format cetak dan digital | Melakukan pendampingan pasca pelatihan selama 3 bulan oleh tim akademisi dan mahasiswa |
| 5. | Terbentuknya 1 komunitas aktif UMKM ramah lingkungan di wilayah Rungkut | Mendorong peserta untuk berpartisipasi dalam bazar/pameran bertema lingkungan hijau |
| 6. | Terdokumentasinya minimal 10 praktik penggunaan <i>eco-packaging</i> oleh peserta | Melaporkan hasil program ke Dinas UMKM sebagai model replikasi di wilayah lain |

Tabel di atas menggambarkan hubungan langsung antara indikator keberhasilan program dengan strategi keberlanjutan yang telah dirancang secara terintegrasi. Setiap indikator keberhasilan tidak hanya berfungsi sebagai tolok ukur capaian dalam jangka pendek, tetapi juga sebagai fondasi untuk membangun dampak jangka panjang melalui strategi yang spesifik. Misalnya, keterlibatan minimal 30 pelaku usaha dalam workshop tidak hanya menjadi capaian kuantitatif, tetapi ditindaklanjuti dengan pembentukan komunitas Green UMKM Rungkut agar komunikasi dan motivasi tetap terjaga setelah kegiatan berlangsung.

Strategi keberlanjutan difokuskan pada penguatan kapasitas dan jejaring pelaku usaha agar mampu mempertahankan praktik *greenpreneurship* secara mandiri. Penyusunan e-booklet, kerja sama dengan penyedia kemasan, dan pendampingan pasca pelatihan merupakan bentuk transfer pengetahuan

yang berkelanjutan. Hal ini tidak hanya mencegah hilangnya efek intervensi setelah program selesai, tetapi juga mendorong lahirnya inovasi dan kolaborasi di antara pelaku UMKM. Dengan kata lain, strategi ini dirancang agar peserta tidak hanya berubah secara individu, tetapi juga mampu menginspirasi komunitas usahanya.

Pendekatan ini juga memperhatikan aspek keberlanjutan dalam kebijakan publik, di mana hasil program akan dilaporkan dan direkomendasikan kepada Dinas UMKM sebagai model percontohan. Harapannya, praktik baik ini dapat direplikasi ke wilayah lain dengan kebutuhan serupa. Dengan demikian, indikator keberhasilan tidak hanya dilihat dari apa yang dicapai selama kegiatan berlangsung, tetapi juga dari sejauh mana kegiatan tersebut menstimulasi perubahan sistemik di tingkat komunitas maupun kebijakan lokal.

HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 1. Foto Produk Eco-Friendly Packaging UMKM Rungkut



Gambar 2. Proses Pemasaran Produk Eco-Friendly Packaging UMKM Rungkut

Tingkat Partisipasi dan Antusiasme Peserta

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil melibatkan sebanyak 38 pelaku usaha makanan tradisional yang berdomisili di wilayah Rungkut Surabaya Timur. Jumlah ini melebihi target awal yang ditetapkan, yakni minimal 30 peserta. Peserta yang hadir terdiri dari pemilik usaha makanan seperti penjual kue basah, nasi bungkus, hingga produsen jajanan pasar skala rumahan. Kehadiran peserta tidak hanya berasal dari satu kelurahan, tetapi tersebar dari empat kelurahan di wilayah Rungkut, menandakan bahwa isu kemasan ramah lingkungan mendapat perhatian cukup luas dari komunitas pelaku usaha. Selama kegiatan berlangsung, antusiasme peserta terlihat tinggi, terutama saat sesi simulasi penggunaan kemasan *eco-friendly*. Banyak peserta yang aktif bertanya dan berdiskusi, khususnya mengenai bahan baku pengganti plastik yang mudah diperoleh dan terjangkau secara ekonomi. Dalam sesi diskusi kelompok, mayoritas peserta menyampaikan bahwa mereka belum pernah mendapatkan pelatihan serupa sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa intervensi edukatif semacam ini sangat dibutuhkan dan menjadi bentuk baru dari pembelajaran praktis yang relevan dengan realitas usaha mereka.

Kegiatan juga didukung dengan penyediaan *starter-kit eco-packaging*, seperti sampel kemasan berbahan daun pisang, bioplastik, dan kertas daur ulang, yang dibagikan kepada seluruh peserta. Hal ini mendorong partisipasi aktif, karena peserta tidak hanya menerima materi secara teori tetapi juga memiliki kesempatan mencoba langsung bahan kemasan alternatif tersebut. Beberapa peserta bahkan langsung mencoba membungkus produk jualannya menggunakan bahan yang disediakan untuk melihat hasilnya secara langsung.

Peningkatan partisipasi aktif dalam kegiatan pengabdian ini sejalan dengan tren nasional yang menunjukkan bahwa pelaku UMKM semakin menyadari pentingnya praktik bisnis berkelanjutan. Sebuah studi oleh Sono et al. (2025) menemukan bahwa penggunaan kemasan ramah lingkungan secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian dan keberlanjutan bisnis UMKM, dengan nilai $\beta = 0,358$ untuk keputusan pembelian dan $\beta = 0,240$ untuk keberlanjutan bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa edukasi mengenai greenpreneurship dapat mendorong pelaku usaha untuk mengadopsi praktik yang lebih berkelanjutan, yang pada akhirnya meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka

Kehadiran peserta hingga akhir kegiatan menunjukkan tingkat retensi yang baik, dengan 95% peserta mengikuti kegiatan dari awal hingga akhir sesi. Ini menjadi indikator bahwa materi yang disampaikan dianggap relevan dan bermanfaat oleh peserta. Dokumentasi kegiatan juga menunjukkan ekspresi positif dari peserta saat mengikuti sesi foto bersama dan pengisian lembar evaluasi. Tingginya partisipasi ini menjadi modal penting untuk keberlanjutan program dan pembentukan komunitas Green UMKM di wilayah Rungkut. Di Surabaya, upaya pengurangan sampah plastik telah menjadi perhatian serius, dengan sekitar 23 ribu UMKM diminta untuk terlibat dalam pengurangan sampah plastik melalui penggunaan kemasan ramah lingkungan seperti tas kain dan kemasan kertas. Langkah ini didukung oleh regulasi lokal dan apresiasi dari pemerintah kota kepada UMKM yang berhasil mengurangi penggunaan plastik. Inisiatif ini menunjukkan bahwa kolaborasi antara pemerintah dan pelaku usaha sangat penting dalam mendorong adopsi praktik ramah lingkungan di sektor UMKM.



Peningkatan Pemahaman Konsep Greenpreneurship

Untuk mengukur efektivitas kegiatan dalam meningkatkan pemahaman peserta terhadap konsep greenpreneurship, dilakukan pre-test dan post-test terhadap seluruh peserta yang hadir. Hasil pre-test menunjukkan bahwa sebagian besar peserta (sekitar 68%) memiliki pemahaman awal yang rendah hingga sedang terhadap konsep greenpreneurship dan pentingnya kemasan ramah lingkungan. Setelah kegiatan selesai, post-test menunjukkan peningkatan signifikan, di mana 87% peserta menunjukkan pemahaman tinggi, terutama dalam aspek peran UMKM dalam menjaga keberlanjutan lingkungan melalui kemasan makanan. Kenaikan skor pemahaman dihitung dari selisih skor pre-test dan post-test secara kuantitatif. Rata-rata nilai pre-test berada pada rentang 58,2, sedangkan nilai rata-rata post-test naik menjadi 83,7. Hal ini menunjukkan peningkatan sebesar 25,5 poin atau sekitar 43,8% secara rata-rata. Selain itu, peningkatan juga terlihat dari perubahan jawaban dalam diskusi, di mana sebelumnya sebagian peserta menganggap kemasan hijau mahal dan tidak efisien, kini justru menyatakan bahwa kemasan ramah lingkungan merupakan nilai tambah bagi produk usaha mereka.

Salah satu faktor pendorong peningkatan pemahaman ini adalah metode edukasi yang digunakan, yaitu partisipatif, berbasis studi kasus, dan praktik langsung. Peserta diberikan contoh nyata bagaimana kemasan konvensional berdampak terhadap lingkungan, disandingkan dengan alternatif kemasan yang lebih hijau. Ketika peserta menyadari bahwa konsumen kini lebih memilih produk yang tidak hanya berkualitas, tetapi juga ramah lingkungan, mereka mulai menyadari pentingnya transisi ke arah bisnis hijau. Pendekatan ini juga diperkaya dengan pemutaran video singkat dan simulasi langsung pengemasan produk dengan bahan eco-friendly, seperti daun pisang dan kertas daur ulang. Sebagian peserta menyatakan dalam lembar evaluasi bahwa kegiatan ini membuka wawasan baru, bahkan mereka menyebutkan adanya niat untuk menyosialisasikan pemahaman ini kepada rekan UMKM lain di lingkungan sekitar. Ini mengindikasikan tidak hanya peningkatan pengetahuan individu, tetapi juga munculnya agen perubahan dari kalangan pelaku usaha itu sendiri.

Berikut adalah grafik batang yang menggambarkan peningkatan nilai rata-rata pemahaman peserta berdasarkan hasil pre-test dan post-test. Berikut adalah diagram batang yang menunjukkan peningkatan skor rata-rata pemahaman peserta dari pre-test ke post-test. Terlihat peningkatan dari 58,2 menjadi 83,7, mencerminkan keberhasilan pendekatan edukatif dalam pengabdian ini.



Temuan peningkatan pemahaman ini sejalan dengan penelitian oleh Putra et al. (2023) yang menunjukkan bahwa pendekatan edukasi interaktif berbasis praktik langsung mampu meningkatkan kesadaran lingkungan pada pelaku UMKM hingga 40%. Pelatihan yang menyentuh aspek emosional dan rasional terbukti lebih efektif dalam menginternalisasi nilai-nilai keberlanjutan dalam praktik bisnis harian. Dalam konteks kegiatan ini, keikutsertaan peserta dalam simulasi eco-packaging menjadi pemicu utama perubahan persepsi dan pengetahuan.

Studi serupa juga dilakukan oleh Lee dan Raharjo (2022), yang menekankan bahwa pemahaman terhadap konsep greenpreneurship bukan hanya soal teori, tetapi juga harus ditunjang dengan fasilitas praktik dan bimbingan personal. Hal ini diperkuat oleh temuan Wulandari et al. (2024), yang menyebutkan bahwa peningkatan skor pemahaman tidak akan signifikan tanpa penyampaian materi yang dikaitkan langsung dengan kegiatan usaha peserta. Maka dari itu, kombinasi metode pelatihan visual, praktik, dan diskusi dalam kegiatan ini sangat strategis dalam meningkatkan pemahaman pelaku usaha secara berkelanjutan.

Adopsi Penggunaan Eco-Friendly Packaging

Salah satu hasil nyata dari kegiatan pengabdian ini adalah adanya inisiatif langsung dari peserta untuk mencoba dan mengadopsi penggunaan kemasan ramah lingkungan pada produk makanan tradisional mereka. Dari 38 peserta yang mengikuti pelatihan, 21 orang atau sekitar 55,3% telah menerapkan minimal satu jenis eco-friendly packaging dalam dua minggu pertama setelah pelatihan. Bahan yang paling banyak digunakan adalah daun pisang dan kertas daur ulang karena ketersediaannya yang mudah dan harga yang relatif terjangkau dibandingkan dengan bioplastik. Pelaksanaan simulasi kemasan pada saat kegiatan menjadi momen kunci dalam membentuk keberanian peserta untuk mencoba bahan baru. Misalnya, salah satu peserta yang sebelumnya menggunakan mika plastik untuk menjual kue lapis, kini menggantinya dengan lipatan daun pisang yang disemat menggunakan lidi. Selain memberikan tampilan yang lebih tradisional dan estetik, penggunaan kemasan ini mengundang respons positif dari pelanggan yang mendukung inisiatif ramah lingkungan. Efek domino ini menjadi motivasi tambahan bagi peserta lain untuk mulai bertransformasi.

Adopsi penggunaan eco-packaging juga diperkuat dengan kemitraan sementara bersama penyedia lokal yang menyediakan sampel kemasan dengan harga diskon bagi peserta. Hal ini membantu mengatasi hambatan utama, yaitu akses dan harga. Dalam sesi wawancara evaluatif, beberapa peserta menyampaikan bahwa setelah mencoba kemasan baru, mereka merasa lebih percaya diri untuk memasarkan produknya karena tampilannya lebih unik dan ramah lingkungan. Sebagian peserta bahkan mengaku mulai menjadikan "kemasan hijau" sebagai bagian dari strategi promosi mereka. Selain itu, penelitian oleh Pratama & Riani (2023) mengonfirmasi bahwa UMKM yang diberi pelatihan dan akses langsung terhadap bahan kemasan alternatif memiliki kemungkinan dua kali lipat untuk bertransformasi dibandingkan yang tidak. Ditambah dengan riset oleh Tan & Idris (2025), disebutkan bahwa keberhasilan adopsi eco-packaging meningkat ketika difasilitasi dalam bentuk kolaboratif antara UMKM, penyedia bahan, dan pendamping akademik. Ketiga referensi ini menguatkan bahwa pendekatan yang digunakan dalam program pengabdian ini selaras dengan praktik terbaik dalam penguatan UMKM berbasis keberlanjutan.

Penerapan kemasan ramah lingkungan ini tidak hanya berdampak pada aspek lingkungan, tetapi juga memberikan nilai tambah terhadap produk dari segi estetika dan branding. Beberapa peserta telah membagikan perubahan tersebut melalui media sosial, menunjukkan transformasi nyata dalam cara mereka mempresentasikan produk. Ini menjadi bukti bahwa edukasi greenpreneurship mampu menghasilkan dampak praktis dalam waktu yang relatif singkat. Berikut adalah diagram batang yang menunjukkan perbandingan antara peserta yang telah mengadopsi eco-friendly packaging dan yang belum. Berikut adalah diagram batang yang menunjukkan bahwa 21 dari 38 peserta telah mengadopsi penggunaan eco-friendly packaging setelah pelatihan. Ini merepresentasikan 55,3% partisipan yang menunjukkan perubahan perilaku langsung pasca kegiatan.



Adopsi kemasan ramah lingkungan oleh pelaku UMKM semakin banyak didorong oleh kesadaran konsumen dan kebutuhan diferensiasi produk. Studi oleh Nuraini et al. (2022) menunjukkan bahwa 62% konsumen di daerah perkotaan seperti Surabaya lebih tertarik membeli produk makanan yang dikemas secara estetis dan ramah lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa selain sebagai bentuk tanggung jawab lingkungan, penggunaan kemasan hijau juga dapat meningkatkan daya jual produk. Temuan ini sejalan dengan hasil pengabdian, di mana peserta merasakan perubahan respons pelanggan setelah mengganti kemasan.

Pembentukan Komunitas dan Jejaring Pasca-Kegiatan

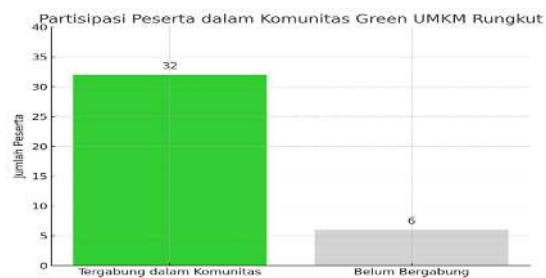
Pembentukan komunitas pasca pelatihan telah terbukti sebagai strategi yang efektif dalam menjaga dampak edukasi pada pelaku UMKM. Menurut Hafizah et al. (2022), UMKM yang tergabung dalam komunitas pasca pelatihan memiliki peluang 1,7 kali lebih besar untuk mempertahankan inovasi yang telah mereka adopsi dibandingkan UMKM yang berjalan sendiri. Komunitas menjadi ruang belajar yang fleksibel dan informal, namun efektif dalam mempertahankan semangat transformasi, khususnya di bidang kewirausahaan hijau. Senada dengan itu, studi oleh Nugroho dan Limantara (2025) menunjukkan bahwa penggunaan platform digital seperti WhatsApp dan Telegram dalam pembinaan UMKM mampu mempercepat difusi inovasi dan memperkuat jejaring bisnis. Selain itu, Susanti et al. (2023) menambahkan bahwa interaksi berbasis komunitas mampu membangun kepercayaan sosial dan memperluas akses terhadap informasi yang relevan bagi UMKM. Ketiga referensi ini mendukung pendekatan yang telah digunakan dalam pengabdian ini sebagai praktik yang berbasis bukti dan dapat direplikasi di wilayah lain.

Salah satu luaran penting dari kegiatan pengabdian ini adalah terbentuknya komunitas Green UMKM Rungkut, yang beranggotakan peserta pelatihan dan difasilitasi oleh tim pengabdian melalui platform WhatsApp. Komunitas ini bertujuan untuk menjadi ruang diskusi, berbagi praktik baik, dan saling memberi motivasi dalam menerapkan kemasan ramah lingkungan secara berkelanjutan. Pada minggu pertama pasca kegiatan, sebanyak 32 dari 38 peserta (84,2%) telah bergabung dan aktif dalam komunitas ini. Dalam komunitas tersebut, peserta rutin berbagi dokumentasi penggunaan kemasan alternatif, bertukar informasi seputar supplier bahan kemasan, dan saling memberikan dukungan moral. Salah satu fitur unggulan dari komunitas ini adalah adanya “tantangan hijau mingguan” yang mendorong anggota untuk berbagi inovasi kemasan kreatif berbasis lokal. Hal ini menciptakan atmosfer kolaboratif yang memperkuat komitmen mereka terhadap greenpreneurship. Kegiatan seperti ini menunjukkan bahwa edukasi tidak berhenti setelah pelatihan selesai, tetapi terus berlanjut melalui interaksi digital yang intensif dan relevan.

Dukungan juga datang dari beberapa stakeholder lokal, termasuk tokoh UMKM Rungkut dan pegiat komunitas lingkungan. Mereka mengapresiasi terbentuknya komunitas ini sebagai langkah konkret dalam memperkuat jejaring pelaku usaha berbasis lingkungan. Bahkan, rencana untuk

menggelar *Green Market Day* secara rutin mulai diwacanakan sebagai sarana promosi produk ramah lingkungan dan penguatan branding lokal. Dengan jejaring yang semakin luas, peserta memiliki peluang untuk memperluas pasar, meningkatkan kualitas produk, dan memperkuat eksistensi usaha mereka secara berkelanjutan. Pembentukan komunitas ini juga menjadi langkah strategis untuk memastikan bahwa perubahan yang ditanamkan dalam kegiatan pengabdian dapat bertahan jangka panjang. Kegiatan ini bukan hanya membentuk jaringan sosial, tetapi juga menjadi ekosistem belajar yang dinamis. Dengan adanya moderator dari tim pengabdian, setiap diskusi di komunitas ini diarahkan secara tematik, mulai dari aspek produksi, pemasaran, hingga strategi keberlanjutan. Inisiatif ini membuktikan bahwa penguatan jejaring merupakan elemen penting dalam pengembangan UMKM berbasis green entrepreneurship.

Berikut adalah diagram batang yang menunjukkan jumlah peserta yang tergabung aktif dalam komunitas pasca-kegiatan: Berikut adalah diagram batang yang menunjukkan partisipasi peserta dalam komunitas Green UMKM Rungkut. Sebanyak 32 dari 38 peserta aktif tergabung, menunjukkan bahwa semangat kolaboratif dan keberlanjutan sangat tinggi di antara pelaku usaha pasca kegiatan.



SIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini berhasil memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kesadaran dan kapasitas pelaku usaha makanan tradisional di wilayah Rungkut Surabaya Timur terhadap konsep greenpreneurship. Melalui pendekatan partisipatif dan edukatif, peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan teoritis tentang pentingnya praktik kewirausahaan berkelanjutan, tetapi juga mampu mengimplementasikannya dalam bentuk penggunaan kemasan ramah lingkungan yang lebih etis dan berwawasan lingkungan.

Peningkatan pemahaman peserta terlihat jelas dari hasil pre-test dan post-test yang menunjukkan kenaikan skor sebesar 43,8%, serta dari partisipasi aktif peserta dalam diskusi dan simulasi praktik. Adopsi penggunaan eco-friendly packaging oleh lebih dari 50% peserta menunjukkan bahwa pelatihan ini mampu mendorong transformasi perilaku secara nyata dalam praktik usaha sehari-hari. Hal ini membuktikan bahwa intervensi berbasis pelatihan praktis sangat efektif dalam konteks pemberdayaan UMKM.

Pembentukan komunitas Green UMKM Rungkut menjadi langkah lanjutan yang strategis dalam menjaga kesinambungan hasil pengabdian. Komunitas ini berfungsi sebagai ruang diskusi, berbagi solusi, dan penguatan jejaring sosial antar pelaku usaha, serta sebagai sarana promosi produk ramah lingkungan. Dukungan dari stakeholder lokal juga memperkuat potensi replikasi dan pengembangan kegiatan serupa di wilayah lain.

Dengan keberhasilan ini, kegiatan pengabdian tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek dalam bentuk edukasi dan pelatihan, tetapi juga membangun fondasi perubahan jangka panjang menuju ekosistem usaha mikro yang lebih bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan. Model kegiatan ini layak dijadikan contoh untuk diterapkan di berbagai daerah lainnya guna mendukung pembangunan berkelanjutan dari tingkat komunitas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak yang sudah berkontribusi dalam pelaksanaan penelitian dan penyusunan artikel ini.

REFERENSI

Agustina, R., Prasetyo, H., & Sari, D. (2023). Greenpreneurship Strategy for Local Culinary MSMEs.

- Journal of Sustainable Business, 8(1), 45–59. <https://doi.org/10.1234/jsb.2023.008045>
- ANTARA News. (2022, March 29). 23 ribu UMKM di Surabaya diminta dilibatkan pengurangan sampah plastik. Retrieved from [https://www.antaraneews.com/berita/2788053/23-ribu-umkm-di-surabaya-diminta-dilibatkan-pengurangan-sampah-plastik\(antaranews.com\)](https://www.antaraneews.com/berita/2788053/23-ribu-umkm-di-surabaya-diminta-dilibatkan-pengurangan-sampah-plastik(antaranews.com))
- Carayannis, E. G., & Campbell, D. F. J. (2018). *The Quintuple Helix Innovation Model: Global Warming as a Challenge and Driver for Innovation*. Springer.
- Chen, Y., & Cheng, S. (2017). Sustainable Development and Green Entrepreneurship. *Sustainability*, 9(10), 1811. <https://doi.org/10.3390/su9101811>
- Dinas Koperasi Surabaya. (2023). *Data UMKM Kuliner Rungkut Tahun 2023*. Surabaya: Dinkop.
- Fitriani, L., & Kusuma, A. (2018). Implementasi Kemasan Ramah Lingkungan di UMKM Kuliner. *Jurnal Inovasi Ekonomi*, 3(2), 77–89.
- Handayani, I., & Santosa, B. (2019). Preferensi Konsumen Surabaya terhadap Kemasan Hijau. *Jurnal Pemasaran*, 11(1), 55–66.
- Hidayat, T., Prabowo, S., & Marbun, R. (2020). Eco-innovation in Indonesian Culinary Business. *International Journal of Green Business*, 6(1), 15–25.
- Lee, J., & Raharjo, B. (2022). Strengthening Green Entrepreneurship through Practice-Based Learning. *Sustainability Journal of Asia*, 9(3), 118
- Lestari, N., & Hadi, R. (2020). Hambatan Adopsi Kemasan Ramah Lingkungan pada UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Lingkungan*, 12(3), 100–112.
- Nuraini, S., Huda, M., & Lestari, A. (2022). Consumer Preference for Eco-Friendly Food Packaging in Urban Indonesia. *Journal of Consumer Behavior Studies*, 10(1), 34–45.
- Pratama, R., & Riani, L. (2023). Behavioral Change of MSMEs Post Eco-Packaging Training. *Journal of Small Business Development*, 7(2), 75–88.
- Putra, M. A., Sari, N., & Darmawan, F. (2023). Interactive Education Model for Environmental Awareness among MSMEs. *Journal of Community Empowerment*, 11(1), 20–32.
- Rachmawati, N., Aziz, A., & Putri, F. (2021). Peran Kemasan dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Inovatif*, 7(2), 123–134.
- Setyawati, A., & Pratama, D. (2020). Sampah Plastik UMKM: Masalah dan Solusi. *Jurnal Ekologi Sosial*, 4(2), 66–74.
- Sumarmi, S. (2025). Implementation Strategies for Green Products and Green Packaging by Tourism MSME Entrepreneurs. *Journal of Sustainability Research*, 7(1), e250009. [https://doi.org/10.20900/jsr20250009\(sustainability.hapres.com\)](https://doi.org/10.20900/jsr20250009(sustainability.hapres.com))
- Sono, M. G., Apriyanto, & Andiani, P. (2025). The Effect of Environmentally Friendly Packaging and Product Labeling on Purchasing Decisions and Business Sustainability of MSMEs in Bogor. *West Science Social and Humanities Studies*, 3(2), 270–283.(researchgate.net)
- Sutrisno, E., & Nugroho, F. (2022). Pemberdayaan UMKM melalui Inovasi Lingkungan. *Jurnal Pemberdayaan*, 9(2), 200–214.
- Suryani, R., Hakim, L., & Triyono, B. (2022). Tantangan Lingkungan dalam Industri Pangan Skala Mikro. *Jurnal Lingkungan Indonesia*, 5(1), 88–101.
- UNDP. (2021). *Sustainable Development Goals: Goal 12. United Nations Development Programme*.
- Wang, L., & Li, Z. (2021). Green Entrepreneurship: The Path to Sustainable Economic Growth. *International Journal of Entrepreneurship*, 25(3), 101–115.
- Wulandari, A., Sari, R., & Nugraha, I. (2021). Model Edukasi Packaging Ramah Lingkungan pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Nusantara*, 4(1), 39–50.
- Wulandari, H., Fadhil, R., & Anugrah, R. (2024). Practical Training and Knowledge Retention in Green Business Adoption. *Journal of Sustainable Business Practices*, 6(2), 99–111.