

PENGUATAN EKOBUSINESS UKM KULINER MELALUI IMPLEMENTASI KEMASAN KERTAS SEBAGAI ALTERNATIF SUBSTITUSI PLASTIK DI DESA JOMBATAN KABUPATEN JOMBANG

Ninik Sudarwati¹, Nurul Aini², Lia Budi Trisanti³, Nurwiani⁴

1,2,3,4 Universitas PGRI Jombang, Indonesia

*e-mail Korespondensi: ninik.stkipjb@gmail.com

Info Artikel

Diajukan: 28-03-2026
Diterima: 29-03-2026
Diterbitkan: 02-04-2026

Keyword:
eco business, green packaging, paper packaging, culinary MSMEs, plastic substitution

Kata Kunci:
ekobusiness, green packaging, kemasan kertas, UKM kuliner, substitusi plastik

Lisensi:
cc-by-sa

Abstract

The increasing volume of plastic waste from the urban culinary sector has necessitated a transition strategy towards more sustainable business practices. This community service activity aims to strengthen the eco-business of culinary SMEs by implementing paper packaging as an alternative to plastic in the Jombang Kuliner area, Jombang Regency. The approach used was direct education based on face-to-face communication with 15 culinary SMEs in March 2026. The activity stages included preparation (observation and preparation of materials), implementation of outreach activities with demonstrations of paper packaging products, and evaluation based on behavioral change indicators (awareness, interest, evaluation, trial, adoption). The results of the activity showed an increase in business awareness of the environmental and health impacts of plastic use, an increase in interest in paper packaging as an added value for businesses, and the beginning of trials of paper packaging use in daily operations. Some businesses have partially adopted paper packaging while still considering consumer preferences and product characteristics. This implementation not only contributes to reducing plastic use but also strengthens the image of environmentally friendly businesses, which has the potential to increase long-term competitiveness. This activity confirms the effectiveness of direct communication-based educational interventions in encouraging behavioral change and strengthening eco-business practices in urban culinary SMEs.

Abstrak

Peningkatan volume sampah plastik dari sektor kuliner perkotaan mendorong perlunya strategi transisi menuju praktik usaha yang lebih berkelanjutan. Kegiatan pengabdian ini bertujuan memperkuat ekobusiness UKM kuliner melalui implementasi kemasan kertas sebagai alternatif substitusi plastik di kawasan Jombang Kuliner, Kabupaten Jombang. Pendekatan yang digunakan adalah direct education berbasis komunikasi tatap muka kepada 15 pelaku UKM kuliner pada Maret 2026. Tahapan kegiatan meliputi persiapan (observasi dan penyusunan materi), pelaksanaan sosialisasi disertai demonstrasi produk kemasan kertas, serta evaluasi berbasis indikator perubahan perilaku (awareness, interest, evaluation, trial, adoption). Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kesadaran pelaku usaha terhadap dampak lingkungan dan kesehatan dari penggunaan plastik, munculnya ketertarikan terhadap kemasan kertas sebagai nilai tambah usaha, serta mulai dilakukannya uji coba penggunaan kemasan kertas dalam operasional harian. Sebagian pelaku usaha telah mengadopsi kemasan kertas secara parsial dengan tetap mempertimbangkan preferensi konsumen dan karakteristik produk. Implementasi ini tidak hanya berkontribusi pada pengurangan penggunaan plastik, tetapi juga memperkuat citra usaha ramah lingkungan yang berpotensi meningkatkan daya saing jangka panjang. Kegiatan ini menegaskan bahwa intervensi edukatif berbasis komunikasi langsung efektif dalam mendorong perubahan perilaku dan penguatan praktik ekobusiness pada UKM kuliner perkotaan.

PENDAHULUAN

Pertumbuhan sektor kuliner perkotaan dalam satu dekade terakhir berkontribusi

signifikan terhadap peningkatan timbunan sampah kemasan sekali pakai, terutama plastik dan styrofoam. Data nasional menunjukkan bahwa plastik merupakan salah satu komponen dominan dalam komposisi sampah perkotaan dan memiliki waktu urai sangat panjang, sehingga menimbulkan tekanan ekologis, kesehatan, dan ekonomi sirkular. Secara eksplisit ditemukan bahwa China, Indonesia, dan Filipina adalah tiga negara teratas penyumbang sampah plastik ke laut, bersama-sama diperkirakan menyumbang sekitar 44% polusi plastik laut global (Worm et al., 2017)

Kabupaten Jombang, khususnya kawasan Jombang Kuliner di Desa Jombatan, merupakan pusat aktivitas ekonomi berbasis UKM yang berkembang pesat karena lokasinya strategis di pusat kota. Intensitas transaksi yang tinggi berbanding lurus dengan penggunaan kemasan sekali pakai. Namun, sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan plastik konvensional karena pertimbangan harga, kemudahan distribusi, dan kebiasaan pasar (Rahayuningsih & Nuryani, 2024). Tanpa intervensi berbasis pemberdayaan, pola ini akan terus memperkuat ketergantungan terhadap kemasan non-biodegradable (Anggita et al., 2025).

Secara teoretis, perubahan menuju praktik ekobusiness tidak cukup hanya melalui regulasi, tetapi memerlukan transformasi perilaku pelaku usaha untuk mengurangi adanya kesenjangan antara kesadaran lingkungan dan tindakan nyata (value-action gap) (Ketelsen et al., 2020). Artinya, pengetahuan tentang bahaya plastik belum tentu mendorong adopsi praktik ramah lingkungan tanpa pendekatan yang kontekstual dan aplikatif. Dalam konteks pemasaran hijau perlu ditekankan bahwa keberhasilan inovasi ramah lingkungan harus mampu mengintegrasikan manfaat ekologis dengan nilai fungsional dan ekonomi bagi pelaku usaha (Vidarshika & Rathnayake, 2024). Selain itu, studi Mutiarasari et al., 2025 menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap kemasan ramah lingkungan berpengaruh terhadap preferensi pembelian, sehingga kemasan kertas tidak hanya berdimensi ekologis tetapi juga strategis dalam membangun citra usaha.

Berdasarkan kerangka tersebut, kemasan kertas sebagai bagian dari green packaging menjadi alternatif substitusi plastik yang realistis bagi UKM kuliner. Thapliyal et al., 2024 menegaskan bahwa transisi kemasan ramah lingkungan merupakan bagian integral dari roadmap industri menuju ekonomi hijau. Namun demikian, sebagian besar studi masih berfokus pada aspek material dan industri besar, sementara intervensi berbasis pemberdayaan UKM kuliner skala lokal masih terbatas.

Kebaruan program pengabdian ini terletak pada pendekatannya yang tidak berhenti pada sosialisasi lingkungan semata, tetapi mengintegrasikan perspektif perubahan perilaku, strategi ekobusiness, dan penguatan daya saing UKM dalam satu kerangka intervensi yang sistematis. Implementasi kemasan kertas diposisikan bukan sekadar sebagai substitusi teknis terhadap plastik, melainkan sebagai instrumen transformasi praktik usaha menuju model bisnis yang lebih berkelanjutan. Pendekatan direct communication berbasis pendampingan mikro memungkinkan dialog kontekstual sesuai karakteristik tiap pelaku usaha, sehingga mampu menjembatani kesenjangan antara pengetahuan dan tindakan nyata. Selain itu, penguatan dimensi nilai tambah ekonomi yang menekankan pentingnya mengintegrasikan manfaat ekologis dengan manfaat fungsional dan pemasaran agar inovasi hijau dapat diterima pelaku usaha dan konsumen. Dengan demikian, program ini menghadirkan model intervensi yang tidak hanya berorientasi pada pengurangan sampah plastik, tetapi juga pada peningkatan citra, kepercayaan konsumen, dan keberlanjutan usaha.

Sejalan dengan kerangka tersebut, pengabdian ini bertujuan memperkuat kapasitas UKM kuliner dalam mengadopsi praktik ekobusiness melalui peningkatan kesadaran ekologis, perubahan sikap, dan keberanian mencoba kemasan kertas sebagai alternatif

yang lebih ramah lingkungan. Proses pendampingan dirancang untuk mendorong pergeseran bertahap dari tahap kesadaran menuju adopsi, sehingga pelaku usaha tidak hanya memahami urgensi pengurangan plastik, tetapi juga mampu mengimplementasikannya secara realistis sesuai kondisi usaha dan preferensi pasar. Pada saat yang sama, program ini diarahkan untuk membangun model pendampingan yang aplikatif dan dapat direplikasi pada kawasan kuliner lain, sehingga kontribusinya tidak terbatas pada perubahan perilaku individual, melainkan menjadi bagian dari gerakan ekonomi hijau lokal yang lebih luas dan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Kegiatan pengabdian ini dirancang menggunakan pendekatan pemberdayaan berbasis direct communication dengan strategi edukasi tatap muka secara langsung di lokasi usaha. Pendekatan ini dipilih untuk memastikan interaksi dialogis, kontekstual, serta memungkinkan pendampingan yang adaptif terhadap karakteristik masing-masing UKM kuliner. Pelaksanaan kegiatan berlangsung pada bulan Maret 2026 di kawasan Jombang Kuliner, Desa Jombatan, Kecamatan Jombang, Kabupaten Jombang, Jawa Timur, dengan melibatkan 15 pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) bidang kuliner sebagai mitra sasaran.

Secara kronologis, metode pelaksanaan dibagi ke dalam empat tahapan utama, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan sosialisasi dan demonstrasi, tahap evaluasi, serta tahap refleksi dan tindak lanjut.

Tahap Persiapan

Tahap persiapan diawali dengan observasi lapangan untuk mengidentifikasi karakteristik usaha, jenis produk kuliner, pola penggunaan kemasan, serta potensi dan hambatan dalam penerapan kemasan ramah lingkungan. Observasi ini dilakukan secara langsung pada lokasi usaha untuk memperoleh gambaran riil mengenai praktik pengemasan yang digunakan. Selanjutnya dilakukan pendataan calon peserta berdasarkan kriteria pelaku usaha kuliner aktif yang menggunakan kemasan plastik atau styrofoam dalam operasional sehari-hari. Pada tahap ini juga dilakukan koordinasi internal tim pengabdian untuk pembagian tugas, penyusunan jadwal kegiatan, serta penyiapan perangkat pendukung kegiatan.

Tim kemudian menyusun materi sosialisasi yang memuat aspek lingkungan, kesehatan, dan nilai tambah ekonomi dari penggunaan kemasan kertas. Materi dirancang secara sederhana, komunikatif, dan aplikatif agar mudah dipahami pelaku usaha. Selain itu, disiapkan sarana pendukung berupa contoh produk kemasan kertas, bahan demonstrasi, serta pamflet edukatif yang berisi informasi manfaat dan cara penggunaan kemasan kertas dalam usaha kuliner.

Tahap Pelaksanaan Sosialisasi dan Demonstrasi

Tahap pelaksanaan dilakukan secara face to face di lokasi masing-masing usaha peserta. Metode ini memungkinkan komunikasi dua arah sehingga pelaku usaha dapat menyampaikan pertanyaan, kekhawatiran, maupun pertimbangan ekonominya secara langsung. Kegiatan diawali dengan penyampaian informasi mengenai dampak penggunaan plastik terhadap lingkungan dan kesehatan, serta urgensi transisi menuju kemasan yang lebih ramah lingkungan. Selanjutnya dijelaskan manfaat penggunaan kemasan kertas dari aspek keamanan pangan, citra usaha, serta potensi peningkatan kepercayaan konsumen.

Setelah pemaparan materi, dilakukan demonstrasi penggunaan berbagai jenis kemasan kertas sesuai karakteristik produk, termasuk teknik pengemasan yang aman dan praktis. Peserta diberikan kesempatan untuk mencoba secara langsung penggunaan kemasan tersebut. Pada tahap ini juga dibagikan pamflet edukatif sebagai media penguatan

informasi agar dapat dipelajari kembali secara mandiri. Pendekatan personal ini bertujuan membangun kesadaran, minat, serta kesiapan mencoba kemasan kertas sebagai alternatif substitusi plastik dalam praktik usaha sehari-hari.

Tahap Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk mengukur respons dan perubahan perilaku awal pelaku usaha setelah mendapatkan intervensi. Teknik evaluasi menggunakan wawancara mendalam terhadap perwakilan peserta dengan mengacu pada indikator perubahan perilaku yang meliputi aspek kesadaran (awareness), ketertarikan (interest), penilaian (evaluation), percobaan (trial), dan penyesuaian atau adopsi (adoption).

Pada aspek kesadaran, diidentifikasi pemahaman pelaku usaha mengenai dampak plastik dan manfaat kemasan kertas. Pada aspek ketertarikan dan penilaian, digali persepsi terhadap kekuatan, estetika, serta potensi daya tarik konsumen. Tahap percobaan diamati melalui kesediaan peserta menyediakan dan mencoba kemasan kertas dalam transaksi nyata. Sementara pada tahap adopsi, dievaluasi sejauh mana pelaku usaha mulai menyesuaikan praktik pengemasan dengan tetap mempertimbangkan preferensi konsumen dan karakteristik produk. Selain wawancara, dilakukan pencatatan temuan lapangan terkait kendala teknis maupun nonteknis sebagai bahan perbaikan program di masa mendatang.

Tahap Refleksi dan Tindak Lanjut

Tahap akhir berupa refleksi bersama tim pengabdian untuk menganalisis efektivitas metode yang digunakan serta tingkat respons peserta. Hasil evaluasi menjadi dasar penyusunan rekomendasi tindak lanjut, termasuk kemungkinan pendampingan lanjutan, perluasan jangkauan peserta, dan penguatan jejaring penyedia kemasan kertas yang terjangkau bagi UKM. Melalui tahapan yang sistematis dan kronologis ini, metode pelaksanaan tidak hanya berorientasi pada penyampaian informasi, tetapi juga mendorong terjadinya proses pembelajaran, percobaan, dan adopsi praktik ekobusiness secara bertahap pada pelaku UKM kuliner di Kabupaten Jombang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pelaksanaan kegiatan pengabdian di kawasan Jombang Kuliner berlangsung secara sistematis mulai dari tahap perencanaan hingga evaluasi dan tindak lanjut. Seluruh proses terdokumentasi dalam bentuk foto kegiatan yang menunjukkan alur intervensi secara nyata di lapangan.

Tahap Perencanaan dan Persiapan Lapangan

Tahap awal diawali dengan koordinasi internal tim pengabdian untuk menyusun strategi intervensi, pembagian peran, serta penetapan jadwal pelaksanaan. Perencanaan difokuskan pada tiga aspek utama, yaitu kesiapan materi edukasi, kesiapan media sosialisasi, dan kesiapan contoh produk kemasan kertas yang aplikatif sesuai karakteristik usaha kuliner di lokasi. Berdasarkan hasil observasi awal, sebagian besar pelaku UKM menggunakan plastik dan styrofoam sebagai kemasan utama karena alasan praktis dan biaya. Temuan ini menjadi dasar dalam merancang materi yang tidak hanya menekankan aspek lingkungan, tetapi juga manfaat kesehatan, citra usaha, dan potensi peningkatan daya saing.

Dalam rencana pelaksanaannya kami menggunakan media dengan materi edukatif yang dirancang secara ringkas dan komunikatif dalam bentuk pamflet sebagai berikut:



Gambar 1. Pamflet Sosialisasi

Pamflet tersebut memuat informasi tentang dampak plastik terhadap lingkungan, manfaat kemasan kertas, serta contoh visual penggunaan kemasan kertas untuk berbagai jenis produk kuliner. Media ini berfungsi sebagai penguatan pesan agar pelaku usaha dapat mempelajarinya kembali setelah kegiatan berlangsung.

Selain penyusunan materi, tim juga menyiapkan berbagai contoh kemasan kertas seperti kertas pembungkus makanan, kantong kertas, serta model lipatan yang sesuai untuk makanan kering maupun basah. Tahap ini memastikan bahwa saat pelaksanaan, peserta tidak hanya menerima informasi konseptual tetapi juga melihat bukti konkret dan aplikatif.

Tahap Pelaksanaan Sosialisasi dan Demonstrasi

Tahap pelaksanaan dilakukan secara langsung di lokasi usaha masing-masing peserta, dengan proses komunikasi tatap muka antara tim pengabdian dan pelaku UKM. Pendekatan ini memungkinkan diskusi dua arah yang lebih intensif dibandingkan model seminar klasikal. Adapun dokumentasi kegiatan ini dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2. Sosialisasi kepada pedagang pisang lecker



Gambar 2. Sosialisasi kepada pedagang siomay

Proses pelaksanaan berlangsung secara kronologis sebagai berikut:

Pertama, tim memberikan penjelasan mengenai urgensi pengurangan plastik sekali pakai dengan mengaitkan pada kondisi nyata di sekitar kawasan kuliner, termasuk tingginya volume sampah plastik di tempat penampungan. Diskusi dilakukan secara dialogis untuk menggali persepsi awal peserta tentang kemasan ramah lingkungan.

Kedua, dilakukan pemaparan manfaat kemasan kertas dari tiga perspektif utama, yaitu kesehatan (tidak mengandung zat kimia berbahaya seperti pada plastik tertentu), kebersihan (sekali pakai dan higienis), serta citra usaha (menunjukkan kepedulian terhadap lingkungan). Pada tahap ini, beberapa pelaku usaha mulai menyampaikan bahwa terdapat konsumen yang sudah meminta alternatif kemasan non-plastik.

Ketiga, dilakukan demonstrasi langsung penggunaan kemasan kertas. Tim memperagakan teknik pelipatan, cara membungkus makanan agar tetap rapi dan aman, serta memberikan contoh variasi desain kemasan yang menarik. Peserta diberikan kesempatan mencoba secara langsung, sehingga terjadi proses pembelajaran berbasis praktik.

Interaksi yang terjadi selama demonstrasi menunjukkan adanya peningkatan minat. Beberapa pelaku usaha menanyakan ketahanan kertas terhadap makanan berminyak, daya tahan saat dibawa konsumen, serta perbandingan biaya dengan plastik. Diskusi ini menunjukkan adanya pergeseran dari tahap kesadaran menuju tahap evaluasi dan pertimbangan rasional.

Tahap Evaluasi Perubahan Perilaku

Evaluasi dilakukan melalui wawancara mendalam terhadap perwakilan pelaku usaha dengan menggunakan indikator **perubahan** perilaku yang meliputi kesadaran (awareness), ketertarikan (interest), penilaian (evaluation), percobaan (trial), dan penyesuaian (adoption).

Pada tahap kesadaran, mayoritas peserta menyatakan memahami dampak negatif plastik dan mulai menyadari bahwa kemasan dapat menjadi bagian dari strategi bisnis berkelanjutan. Kesadaran ini tidak hanya berbasis informasi lingkungan, tetapi juga pertimbangan tren konsumen yang semakin peduli terhadap kesehatan dan kebersihan. Pada tahap ketertarikan, terlihat adanya respon positif terhadap bentuk dan tampilan kemasan kertas yang dinilai lebih estetik dan berpotensi meningkatkan nilai jual produk.

Pelaku usaha mulai mempertimbangkan aspek diferensiasi usaha dibandingkan pesaing. Pada tahap evaluasi, peserta menimbang aspek teknis seperti kekuatan bahan dan biaya. Beberapa menyatakan akan mencoba secara terbatas terlebih dahulu untuk melihat respon konsumen. Tahap percobaan ditunjukkan dengan mulai tersedianya kemasan kertas sebagai opsi bagi konsumen. Pelaku usaha menawarkan pilihan antara plastik dan kertas untuk menguji preferensi pasar. Pada tahap adopsi, sebagian pelaku usaha mulai menyediakan kemasan kertas secara rutin, meskipun masih berdampingan dengan plastik sebagai alternatif. Hal ini menunjukkan bahwa proses transisi bersifat bertahap dan adaptif terhadap kondisi pasar.

Refleksi dan Tindak Lanjut

Refleksi internal tim menunjukkan bahwa pendekatan tatap muka efektif dalam membangun kepercayaan dan membuka ruang dialog kritis. Model komunikasi personal memudahkan klarifikasi kendala teknis yang mungkin tidak muncul dalam forum besar.

Sebagai tindak lanjut, direkomendasikan adanya pendampingan lanjutan dalam bentuk penguatan jejaring pemasok kemasan kertas dengan harga terjangkau serta monitoring berkala untuk melihat perkembangan tingkat adopsi. Selain itu, diperlukan strategi kolaboratif dengan pemerintah daerah atau pengelola kawasan kuliner untuk memperluas dampak program.

Dari seluruh proses yang dilaksanakan pada kegiatan ini, menunjukkan bahwa intervensi edukatif berbasis praktik langsung mampu mendorong perubahan perilaku secara bertahap pada pelaku UKM kuliner. Transformasi tidak terjadi secara instan, tetapi melalui proses kesadaran, pertimbangan, percobaan, hingga penyesuaian usaha yang lebih ramah lingkungan. Pendekatan ini memperlihatkan potensi replikasi pada kawasan kuliner lain dalam rangka memperkuat ekobusiness dan mendukung transisi menuju ekonomi hijau lokal.

Pembahasan

Hasil pelaksanaan pengabdian menunjukkan bahwa intervensi berbasis komunikasi langsung mampu mendorong perubahan perilaku pelaku UKM kuliner secara bertahap dari kesadaran hingga tahap adopsi parsial kemasan kertas. Temuan ini sejalan dengan (Pertiwi & Antari, 2025) yang menjelaskan adanya kesenjangan antara pengetahuan lingkungan dan tindakan nyata (*value-action gap*). Dalam konteks kegiatan ini, sebelum intervensi, pelaku usaha pada umumnya telah mengetahui isu sampah plastik, namun belum memiliki dorongan kuat untuk mengubah praktik pengemasan. Pendekatan tatap muka yang dialogis terbukti efektif dalam menjembatani kesenjangan tersebut karena mampu menghubungkan isu lingkungan dengan kepentingan ekonomi dan citra usaha secara langsung (Iman et al., 2025).

Proses perubahan yang diamati melalui tahapan *awareness*, *interest*, *evaluation*, *trial*, dan *adoption* menunjukkan pola yang konsisten dengan teori difusi inovasi, di mana adopsi inovasi berlangsung secara bertahap melalui proses pertimbangan rasional dan pengalaman langsung. Pada tahap awal, peningkatan kesadaran dipicu oleh informasi mengenai dampak ekologis dan kesehatan dari plastik. Temuan ini mendukung hasil penelitian yang menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan memiliki hubungan signifikan dengan perilaku penggunaan *green packaging* (Ainil Mardiah et al., 2025). Artinya, aspek kognitif merupakan fondasi penting dalam membentuk niat perubahan.

Namun demikian, kesadaran saja tidak cukup. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa minat dan keputusan mencoba kemasan kertas muncul ketika pelaku usaha melihat potensi nilai tambah, baik dari sisi estetika maupun persepsi konsumen. Sejalan dengan (Rahmah et al., 2025) yang menyatakan bahwa inovasi ramah lingkungan akan lebih mudah diterima

apabila menawarkan manfaat fungsional dan ekonomi yang jelas. Dalam kegiatan ini, kemasan kertas tidak hanya dipresentasikan sebagai solusi ekologis, tetapi juga sebagai strategi diferensiasi usaha dan peningkatan citra higienis di mata konsumen. Temuan terkait meningkatnya ketertarikan pelaku usaha karena adanya konsumen yang mulai meminta kemasan non-plastik menegaskan bahwa persepsi konsumen terhadap kemasan ramah lingkungan memengaruhi preferensi pembelian (Indriani & Nia, 2023). Dengan demikian, keputusan pelaku UKM untuk mencoba kemasan kertas tidak hanya dipengaruhi faktor internal, tetapi juga tekanan normatif dari pasar.

Dari perspektif material dan keberlanjutan industri, substitusi plastik dengan bahan yang lebih mudah terurai telah menjadi agenda global dalam roadmap green packaging. Meskipun sebagian besar literatur tersebut berfokus pada industri skala besar, hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa prinsip yang sama dapat diterapkan pada skala mikro melalui pendekatan pemberdayaan. Artinya, transformasi menuju ekonomi hijau tidak harus dimulai dari kebijakan makro, tetapi dapat dibangun dari praktik usaha kecil yang terakumulasi secara kolektif.

Pada tahap evaluasi dan adopsi, sebagian pelaku usaha masih mempertahankan plastik sebagai alternatif. Fenomena ini mencerminkan proses transisi yang realistis dan adaptif. Teori perilaku lingkungan menjelaskan bahwa perubahan dipengaruhi oleh faktor situasional seperti biaya, ketersediaan bahan, serta persepsi risiko usaha. Oleh karena itu, adopsi parsial yang terjadi dalam kegiatan ini justru menunjukkan dinamika perubahan yang alami dan berpotensi berkembang lebih luas apabila didukung oleh akses bahan baku yang stabil dan dukungan kebijakan lokal.

Secara konseptual, hasil kegiatan ini memperkuat argumen bahwa penguatan ekobusiness pada UKM memerlukan integrasi tiga dimensi utama: dimensi ekologis (pengurangan plastik), dimensi ekonomi (nilai tambah dan daya saing), serta dimensi sosial (persepsi dan preferensi konsumen). Ketika ketiga dimensi ini diintegrasikan dalam satu intervensi yang komunikatif dan aplikatif, peluang adopsi inovasi ramah lingkungan menjadi lebih besar.

Dengan demikian, pembahasan ini menegaskan bahwa pendekatan pemberdayaan berbasis komunikasi langsung yang mengaitkan aspek teori perilaku, pemasaran hijau, dan keberlanjutan material merupakan strategi yang efektif dalam mendorong transisi UKM kuliner menuju praktik ekobusiness yang lebih berkelanjutan. Hasil ini memberikan kontribusi empiris bahwa perubahan menuju ekonomi hijau di tingkat lokal dapat dimulai dari transformasi perilaku pelaku usaha mikro secara bertahap dan terstruktur.

KESIMPULAN

Pelaksanaan pengabdian menunjukkan bahwa pendekatan direct communication berbasis pendampingan mikro efektif dalam mendorong transformasi perilaku UKM kuliner menuju praktik ekobusiness yang lebih berkelanjutan. Intervensi tidak hanya meningkatkan kesadaran pelaku usaha terhadap dampak plastik, tetapi juga menumbuhkan ketertarikan, percobaan, hingga adopsi parsial kemasan kertas sebagai alternatif substitusi. Temuan utama menunjukkan bahwa integrasi manfaat ekologis dengan nilai ekonomi dan citra usaha menjadi faktor kunci dalam mendorong perubahan.

Meskipun adopsi belum sepenuhnya menggantikan plastik, proses transisi telah dimulai dan menunjukkan potensi keberlanjutan apabila didukung secara konsisten. Oleh karena itu, disarankan adanya pendampingan lanjutan, penguatan akses terhadap pemasok kemasan kertas yang terjangkau, serta dukungan kebijakan kawasan kuliner ramah lingkungan agar perubahan perilaku dapat berkembang dari tahap parsial menuju adopsi yang lebih luas dan permanen.

DAFTAR RUJUKAN

- Ainil Mardiah, S. E., Refki Riyantori, S. T., & Trinda Farhan Satria, S. T. (2025). *UMKM dan Masa Depan Hijau: Kajian Strategi Keberlanjutan untuk Membangun Ketahanan Jangka Panjang*. PT Arunika Aksa Karya.
- Anggita, M., Christi, N., Tiffani, I., & Marianti, M. M. (2025). Penerapan Green Practice pada Bisnis Usaha Kecil Menengah (UKM) Kuliner di Kota Bandung. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*. <https://doi.org/10.47467/elmal.v6i3.6907>
- Iman, N., Nitawati, E. Y., Handayani, S., & Zainuddin, A. (2025). Optimalisasi greenpreneurship melalui edukasi eco-friendly packaging pada pelaku usaha makanan tradisional wilayah Rungkut Surabaya Timur: Pengabdian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 3(4), 5540–5549.
- Indriani, R., & Nia, A. H. (2023). Pengaruh Service Recovery Dan Product Quality Terhadap Customer Retention (Studi Kasus Pt. Bintang Motor Kota Bengkulu). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen Dan Ekonomi Islam (Jam-Ekis)*, 6(2), 242–258. <https://doi.org/10.36085/jamekis.v6i2.5342>
- Ketelsen, M., Janssen, M., & Hamm, U. (2020). Consumers' response to environmentally-friendly food packaging - A systematic review. *Journal of Cleaner Production*, 254, 120123. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.120123>
- Mutiarasari, N., Hartini, S., Kurniawati, M., & Sangadji, S. (2025). Evaluation of green marketing tourism implementation in destinations: A systematic literature review. *International Journal of Innovative Research and Scientific Studies*. <https://doi.org/10.53894/ijirss.v8i1.4581>
- Pertiwi, N. P. S. D., & Antari, N. P. B. W. (2025). Edukasi Pemilik UMKM untuk Meningkatkan Penggunaan Produk Eco-Friendly di Desa Tegal Harum, Denpasar. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 1789–1794.
- Rahayuningsih, H., & Nuryani, A. (2024). Eco-Packaging Pada Produk Wisata Kuliner Berbahan Jamu Dan Rempah-Rempah. *Nuansa Akademik: Jurnal Pembangunan Masyarakat*. <https://doi.org/10.47200/jnajpm.v9i4.2207>
- Rahmah, M. H., Irfan, M., & Ayuandiani, W. (2025). Produksi Eco-Packaging dari Serat Limbah Pelepeh Pisang Loka Pere Melalui Pemberdayaan KWT Bura Asso Desa Adolang untuk Mendukung Ekonomi Sirkular dan Pengurangan Sampah Plastik. *Sipakaraya: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 80–91.
- Thapliyal, D., Karale, M., Diwan, V., Kumra, S., Arya, R., & Verros, G. (2024). Current Status of Sustainable Food Packaging Regulations: Global Perspective. *Sustainability*. <https://doi.org/10.3390/su16135554>
- Vidarshika, W. O., & Rathnayake, H. D. (2024). Ways of Avoiding the Green Marketing Myopia as a Driver for Customer Satisfaction: A systematic Journal Review. *International Journal of Research Publication and Reviews*. <https://doi.org/10.55248/gengpi.5.0424.1037>
- Worm, B., Lotze, H., Jubinville, I., Wilcox, C., & Jambeck, J. (2017). Plastic as a Persistent Marine Pollutant. *Annual Review of Environment and Resources*, 42, 1–26. <https://doi.org/10.1146/annurev-enviro-102016-060700>