



# JURNAL PENGABDIAN TERATAI

Vol. 6, No. 2, Desember, pp.62-66

## PENGEMBANGAN KEWIRASAHAAN BERBASIS GREEN ECONOMY PADA UMK DI DESA SUKAJADI, KECAMATAN TAMANSARI - BOGOR

### AUTHOR

<sup>1)</sup>Rudi Laksono, <sup>2)</sup>Dadan Sundara, <sup>3)</sup>Junias Robert Gultom, <sup>4)</sup>Filda Angellia, <sup>5)</sup>Iwan Setyawan

### ABSTRAK

Desa Sukajadi, yang terletak di Kecamatan Tamansari, Bogor, memiliki potensi besar dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMK). Untuk menciptakan keberlanjutan ekonomi dan lingkungan, UMK di desa ini perlu mengadopsi konsep green economy. Konsep ini mencakup penggunaan sumber daya alam secara efisien, pengurangan limbah, pengolahan produk ramah lingkungan, dan penerapan teknologi tepat guna.

Green economy tidak hanya berfokus pada profitabilitas tetapi juga mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan. Teknologi seperti energi terbarukan, pertanian organik, dan sistem pengolahan limbah menjadi pilar utama. Pemanfaatan teknologi digital melalui e-commerce dan media sosial juga memperluas pasar produk UMK. Program edukasi dan pelatihan meningkatkan kesadaran dan kemampuan masyarakat dalam menerapkan prinsip green economy.

Pengembangan ini diharapkan meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan menjadi model bagi desa lain. Kolaborasi antara pemerintah, akademisi, dan masyarakat adalah kunci sukses implementasi green economy di tingkat lokal.

### Kata Kunci

Green Economy; Teknologi Tepat Guna; Manajemen Usaha

### AFILIASI

Prodi, Fakultas

<sup>1,2,3)</sup>Manajamen, Fakultas Ekonomi

<sup>4)</sup>Sistem Informasi, Fakultas ilmu Komputer

<sup>5)</sup>Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Nama Institusi  
Alamat Institusi

<sup>1,2,3)</sup>Institut Bisnis dan Informatika (IBI) Kosgoro 1957

<sup>1,2,3)</sup>Jl. M. Kahfi II No. 33, Jagakarsa, Jakarta Selatan, DKI Jakarta

### KORESPONDENSI

Author

Rudi Laksono

Email

[rlaksono29@gmail.com](mailto:rlaksono29@gmail.com)

### LICENSE



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

## PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi desa seringkali menghadapi tantangan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat tanpa mengabaikan kelestarian lingkungan. Konsep green economy hadir sebagai pendekatan pembangunan yang menekankan pertumbuhan ekonomi berkelanjutan melalui efisiensi pemanfaatan sumber daya alam, pengurangan limbah, serta penguatan aspek sosial dan lingkungan. Desa Sukajadi, Kecamatan Tamansari, Kabupaten Bogor, memiliki potensi ekonomi yang cukup besar melalui aktivitas usaha mikro dan kecil (UMK) berbasis sumber daya lokal. Namun, potensi tersebut belum sepenuhnya dikelola secara optimal dan berkelanjutan, sehingga berdampak pada rendahnya nilai tambah produk dan daya saing di pasar.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa penerapan green economy mampu meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekaligus menciptakan nilai ekonomi baru. Schaltegger, Lüdeke-Freund, dan Hansen (2016) menegaskan bahwa model bisnis berkelanjutan mendorong inovasi dan pengurangan dampak lingkungan. Bocken et al. (2014) menekankan pentingnya pengelolaan seluruh rantai nilai dalam model bisnis berkelanjutan, mulai dari proses produksi hingga pemasaran produk. Porter dan Kramer (2011) melalui konsep shared value menyoroti adanya sinergi antara penciptaan keuntungan ekonomi dan manfaat sosial, sementara Hargroves dan Smith (2005) menekankan pentingnya keberlanjutan lingkungan dalam aktivitas kewirausahaan.

Dalam konteks Desa Sukajadi, penerapan green economy tidak hanya berfokus pada proses produksi ramah lingkungan, seperti pemanfaatan teknologi tepat guna dan pengolahan limbah organik, tetapi juga harus terintegrasi hingga tahap hilir, yaitu pengembangan branding dan packaging produk. Produk-produk UMK Desa Sukajadi yang berbasis sumber daya lokal, seperti hasil pertanian dan produk olahan pangan, memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi produk bernilai jual tinggi apabila didukung oleh identitas merek yang kuat dan kemasan yang menarik serta ramah lingkungan.

Branding berperan sebagai media komunikasi untuk menyampaikan nilai green economy kepada konsumen, seperti penggunaan bahan baku lokal, proses produksi yang berkelanjutan, serta dukungan terhadap perekonomian masyarakat desa. Sementara itu, packaging ramah lingkungan menjadi wujud nyata penerapan prinsip green economy melalui penggunaan bahan kemasan yang dapat didaur ulang, pengurangan penggunaan plastik, serta desain kemasan yang informatif dan berkelanjutan. Dengan demikian, pengembangan branding dan packaging tidak dapat dipisahkan dari implementasi green economy karena keduanya berkontribusi langsung dalam meningkatkan daya saing, nilai tambah, dan keberlanjutan produk UMK.

Berdasarkan kondisi tersebut, program pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk mendampingi pelaku UMK di Desa Sukajadi dalam menerapkan konsep green economy secara terintegrasi melalui penguatan branding dan pengembangan packaging produk berbasis sumber daya lokal, sehingga diharapkan mampu meningkatkan keberlanjutan usaha, memperluas akses pasar, dan mendorong kesejahteraan masyarakat desa.

## METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan Participatory Rural Appraisal (PRA), yang menempatkan masyarakat sebagai subjek utama dalam setiap tahapan kegiatan. Metode ini dipilih untuk memastikan bahwa seluruh program, termasuk pengembangan branding dan packaging produk, selaras dengan tujuan penerapan green economy sebagaimana dijelaskan pada bagian pendahuluan.



Tahapan pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut:

Koordinasi dan Identifikasi Potensi UMK Tahap awal dilakukan koordinasi antara tim pengabdian dengan pemerintah desa dan pelaku UMK untuk mengidentifikasi potensi produk unggulan berbasis sumber daya lokal, khususnya produk hasil pertanian dan produk olahan pangan yang akan dikembangkan melalui branding dan packaging. Edukasi dan Pelatihan Green Economy Pelatihan diberikan kepada pelaku UMK mengenai konsep green economy serta keterkaitannya dengan pengembangan produk berkelanjutan, branding ramah lingkungan, dan penggunaan kemasan yang mendukung pengurangan limbah.

Pengembangan Branding Produk Pendampingan dilakukan dalam penyusunan identitas merek produk UMK yang mencakup penentuan nama merek, logo, desain label, dan narasi produk yang menonjolkan nilai keberlanjutan, penggunaan bahan baku lokal, serta identitas Desa Sukajadi. Pengembangan Packaging Ramah Lingkungan Kegiatan ini mencakup pendampingan dalam pemilihan dan perancangan kemasan produk yang ramah lingkungan, mudah didaur ulang, serta menarik secara visual. Packaging disesuaikan dengan karakteristik produk agar mampu meningkatkan nilai tambah dan daya saing.

Penerapan Teknologi Tepat Guna Teknologi tepat guna diterapkan untuk mendukung proses produksi berkelanjutan, seperti penggunaan alat produksi hemat energi serta pengolahan limbah organik menjadi kompos sebagai bagian dari ekonomi sirkular. Digitalisasi Pemasaran Produk Produk UMK yang telah memiliki branding dan packaging dipasarkan melalui media digital, seperti media sosial dan platform e-commerce, untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan keberlanjutan usaha. Monitoring dan Evaluasi Monitoring dan evaluasi dilakukan secara berkala untuk menilai keberhasilan program, khususnya dampak pengembangan branding dan packaging terhadap peningkatan nilai tambah produk, daya saing, dan keberlanjutan UMK di Desa Sukajadi. Tabel 1 menyajikan kegiatan, indikator hasil, dan target capaian program.

NO	Kegiatan yang dilakukan	Indikator Hasil
1	Koordinasi Tim dengan Mitra Meode PRA (Participatory Rural Appraisal)	Kesepakatan rencana kegiatan dan partisipasi mitra
2	Edukasi dan Pelatihan Masyarakat tentang Green Economy	Masyarakat dapat memahami tentang green economy
3	Pengadaan TTG (Teknologi Tepat Guna) berupa penggunaan mesin pengolah hasil pertanian yang hemat energi, sistem irigasi yang efisien, atau teknologi pengolahan limbah organik menjadi kompos	Penggunaan teknologi pengolahan limbah organic menjadi kompos
4	Pengembangan Usaha Berbasis Sumber Daya Lokal	Penyediaan bibit pohon kopi melalui program aspirasi anggota DPR RI terpilih
5	Pembentukan Koperasi atau Kelompok Usaha Hijau	Telah dipahami dan terbentuk koperasi dan kelompok usaha hijau.
6	Workshop manajerial	Pelaku UMK memiliki peningkatan kemampuan dalam pengelolaan usaha, pengembangan branding produk, serta penerapan packaging ramah lingkungan yang mendukung nilai keberlanjutan.
7	Monitoring dan Evaluasi	Melakukan monitoring dan evaluasi serta memberikan bantuan jika terjadi permasalahan lebih lanjut.

Tabel 1: Metode pelaksanaan



## SOLUSI PERMASALAHAN

Solusi permasalahan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini disusun secara terintegrasi dan dikaitkan langsung dengan tujuan penerapan green economy pada bagian Pendahuluan serta tahapan Metode Pelaksanaan.

1. Peningkatan Pemahaman Green Economy Permasalahan rendahnya pemahaman pelaku UMK terhadap konsep green economy diselesaikan melalui kegiatan edukasi dan pelatihan green economy. Solusi ini sejalan dengan Pendahuluan yang menekankan pentingnya keberlanjutan dan diimplementasikan pada tahapan edukasi dan pelatihan dalam Metode Pelaksanaan.
2. Penguatan Branding Produk UMK Permasalahan lemahnya identitas produk dan rendahnya daya saing UMK diatasi melalui pendampingan pengembangan branding produk. Solusi ini mendukung tujuan PkM pada Pendahuluan dan dilaksanakan pada tahapan pengembangan branding dalam Metode Pelaksanaan, dengan menonjolkan nilai green economy dan identitas Desa Sukajadi.
3. Pengembangan Packaging Ramah Lingkungan Permasalahan kemasan produk yang belum menarik dan belum ramah lingkungan diselesaikan melalui pengembangan packaging ramah lingkungan. Solusi ini merupakan implementasi langsung konsep green economy sebagaimana dijelaskan pada Pendahuluan dan dilaksanakan pada tahapan pengembangan packaging dalam Metode Pelaksanaan.
4. Optimalisasi Proses Produksi Berkelanjutan Permasalahan efisiensi produksi dan pengelolaan limbah ditangani melalui penerapan teknologi tepat guna. Solusi ini mendukung prinsip green economy dan diimplementasikan melalui tahapan penerapan teknologi tepat guna dalam Metode Pelaksanaan.
5. Peningkatan Akses Pasar Produk UMK Keterbatasan akses pasar diatasi melalui digitalisasi pemasaran produk. Solusi ini sejalan dengan tujuan peningkatan daya saing UMK pada Pendahuluan dan dilaksanakan pada tahapan digitalisasi pemasaran dalam Metode Pelaksanaan.
6. Penguatan Kapasitas Manajerial UMK Permasalahan pengelolaan usaha diselesaikan melalui workshop manajerial UMK berbasis green economy. Solusi ini mendukung penguatan branding dan packaging serta konsisten dengan tahapan workshop manajerial pada Metode Pelaksanaan.
7. Monitoring dan Evaluasi Program Monitoring dan evaluasi dilakukan secara berkala untuk menilai efektivitas program dan memastikan ketercapaian tujuan PkM sebagaimana dirumuskan pada Pendahuluan serta tahapan Metode Pelaksanaan.

## LUARAN DAN TARGET CAPAIAN

Luaran yang dihasilkan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini disusun sesuai dengan tujuan penerapan green economy serta pengembangan branding dan packaging produk UMK Desa Sukajadi. Adapun luaran dan target capaian kegiatan meliputi:

1. Peningkatan kapasitas pelaku UMK dalam memahami dan menerapkan konsep green economy dalam pengelolaan usaha.
2. Terbentuknya branding produk UMK berbasis sumber daya lokal yang menonjolkan identitas Desa Sukajadi dan nilai keberlanjutan.
3. Tersusunnya desain packaging produk yang ramah lingkungan, informatif, dan meningkatkan daya saing produk.
4. Peningkatan akses pasar melalui pemanfaatan media digital dan platform pemasaran daring.
5. Publikasi artikel ilmiah pada jurnal nasional sebagai bentuk diseminasi hasil kegiatan.
6. Dokumentasi kegiatan dalam bentuk laporan dan media pendukung.



Luaran tersebut diharapkan dapat menjadi model pengembangan kewirausahaan berbasis green economy yang dapat direplikasi di desa lain.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Sukajadi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku UMK terhadap konsep green economy dan penerapannya dalam kegiatan usaha. Melalui kegiatan edukasi dan pendampingan, pelaku UMK mampu mengintegrasikan prinsip keberlanjutan tidak hanya pada proses produksi, tetapi juga pada pengembangan branding dan packaging produk.

Hasil pendampingan branding menunjukkan bahwa produk UMK mulai memiliki identitas merek yang lebih jelas, mencerminkan penggunaan bahan baku lokal serta nilai ramah lingkungan. Sementara itu, pengembangan packaging ramah lingkungan memberikan nilai tambah produk melalui desain kemasan yang lebih menarik, informatif, dan sesuai dengan karakteristik produk. Hal ini berdampak pada meningkatnya kepercayaan konsumen serta potensi perluasan pasar. Penerapan teknologi tepat guna dan digitalisasi pemasaran turut mendukung keberlanjutan usaha UMK. Secara keseluruhan, hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan green economy yang terintegrasi dengan branding dan packaging mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMK di Desa Sukajadi.

## KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil mengintegrasikan konsep green economy dalam pengembangan kewirausahaan UMK di Desa Sukajadi melalui penguatan branding dan pengembangan packaging ramah lingkungan. Pendekatan yang dilakukan tidak hanya meningkatkan pemahaman pelaku UMK terhadap prinsip keberlanjutan, tetapi juga memberikan nilai tambah pada produk berbasis sumber daya lokal. Integrasi antara edukasi, pendampingan branding, pengembangan packaging, penerapan teknologi tepat guna, dan digitalisasi pemasaran terbukti mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha UMK. Program ini diharapkan dapat menjadi model pengembangan kewirausahaan desa berbasis green economy.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian kepada masyarakat mengucapkan terima kasih kepada Pemerintah Desa Sukajadi, para pelaku UMK, serta seluruh pihak yang telah berpartisipasi dan mendukung pelaksanaan kegiatan ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada institusi dan pihak terkait yang telah memberikan dukungan sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik.

## REFERENSI

- Schaltegger, S., Lüdeke-Freund, F., & Hansen, E. G. (2016). Business Models for Sustainability.
- Bocken, N. M. P., Short, S. W., Rana, P., & Evans, S. (2014). A Literature and Practice Review to Develop Sustainable Business Model Archetypes.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating Shared Value.
- Hargroves, K., & Smith, M. H. (2005). The Natural Advantage of Nations.

