

Pelatihan Sablon Manual Kantong Belanja Ramah Lingkungan Sebagai Media Branding Desa Wisata Hijau Bilebante, Lombok Tengah, Nusa Tenggara Barat

Yesi Pandu Pratama Wibowo DC*¹, Siti Adelita Raif Khadijah², Dewi Rachmawati³, Jati
Paras Ayu⁴, Ayu Rakhmi Tiara Hamdani⁵

^{1,2,4,5} Fakultas Bisnis, LSPR Institute of Communication and Business, Jakarta, Indonesia

³ Fakultas Komunikasi, LSPR Institute of Communication and Business, Jakarta, Indonesia

*e-mail: yesi.ppw@lspr.edu¹, adelita.rk@lspr.edu², dewi.r@lspr.edu³, jati.pa@lspr.edu⁴,
ayu.rth@lspr.edu⁵

Abstrak

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Bilebante, Kabupaten Lombok Tengah, sebagai respons terhadap belum adanya kemasan produk lokal yang ramah lingkungan dan mencerminkan identitas visual desa. Sebagai desa wisata hijau, kemasan berkelanjutan yang memuat elemen branding diperlukan untuk memperkuat citra dan daya saing desa. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan kapasitas masyarakat dalam memproduksi kemasan ramah lingkungan melalui penerapan teknik sablon manual pada tote bag, paper bag, dan kardus sebagai media promosi produk dan identitas Desa Wisata Hijau Bilebante. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif melalui sosialisasi, pelatihan teknis sablon manual, dan praktik langsung bersama masyarakat. Kegiatan diikuti oleh 30 peserta yang terdiri atas anggota kelompok sadar wisata, pelaku UMKM, dan masyarakat desa. Sebelum pelatihan, seluruh peserta (100%) belum memiliki pengalaman menggunakan peralatan sablon manual. Setelah mengikuti pelatihan, seluruh peserta (100%) berhasil melakukan sablon secara mandiri setelah 1–2 kali percobaan hingga menghasilkan cetakan yang rapi dan layak pakai pada media kemasan. Produk yang dihasilkan berupa tote bag berlogo Desa Wisata Hijau Bilebante yang dapat dimanfaatkan sebagai kemasan oleh-oleh sekaligus media promosi desa. Program ini menunjukkan bahwa pelatihan keterampilan sederhana berbasis potensi lokal efektif meningkatkan kapasitas masyarakat, memperkuat identitas visual desa, serta mendukung pengembangan ekonomi kreatif yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Kemasan, Sablon Manual, Branding, Desa Wisata, Keberlanjutan.

Abstract

This community service program was implemented in Bilebante Village, Central Lombok, to address the lack of eco-friendly packaging that reflects the visual identity of local products. As a green tourism village, Bilebante requires sustainable packaging integrated with branding elements to strengthen its image and enhance its competitiveness. This program aimed to improve community capacity in producing environmentally friendly packaging through the application of manual screen-printing techniques on tote bags, paper bags, and cardboard boxes, which function both as product packaging and promotional media for the village. A participatory approach was employed through community outreach, technical training, and hands-on practice sessions. The program involved 30 participants consisting of members of the tourism awareness group (Pokdarwis), local MSME actors, and community members. Prior to the training, all participants (100%) had no prior experience in using manual screen-printing equipment. Following the training, all participants (100%) successfully performed manual screen printing independently after one to two practice attempts, producing neat and functional prints on packaging materials. The products generated during the program included tote bags featuring the visual identity of Bilebante Green Tourism Village, which can be utilized both as souvenir packaging and as promotional media. These findings demonstrate that simple, locally adapted skill transfer can effectively enhance community capacity, strengthen village identity, and support the development of a sustainable creative economy.

Keywords: Packaging, Manual Screen Printing, Branding, Tourism Village, Sustainability.

1. PENDAHULUAN

Desa Bilebante, yang terletak di Kecamatan Pringgarata, Kabupaten Lombok Tengah, Nusa Tenggara Barat, merupakan contoh nyata dari transformasi pembangunan berkelanjutan berbasis masyarakat. Kawasan yang dulunya dikenal sebagai "desa debu" akibat aktivitas pertambangan pasir kini telah beralih menjadi desa wisata hijau yang menjunjung tinggi prinsip pelestarian budaya, pemberdayaan masyarakat, dan perlindungan lingkungan (Handayani et al., 2025).

Sejak diresmikan pada tahun 2016 sebagai Desa Wisata Hijau, Bilebante tidak hanya menonjolkan potensi wisata alam dan budaya seperti aktivitas menyusuri sawah, memanah, atau menikmati kuliner khas Lombok, tetapi juga mengembangkan produk UMKM lokal berbasis ekonomi kreatif, seperti olahan rumput laut, jamu tradisional, dan makanan ringan kemasan. Namun, berdasarkan hasil wawancara yang dilaksanakan secara daring dengan Kelompok Sadar Wisata Desa Wisata Hijau Bilebante, hingga kini produk-produk tersebut sebagian besar masih dikemas secara sederhana, belum menggunakan kemasan ramah lingkungan, dan belum memuat elemen identitas visual desa yang kuat, seperti logo atau desain khas lokal. Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai wadah produk, tetapi juga sebagai media promosi visual yang efektif yang mampu menarik perhatian konsumen, termasuk wisatawan. Media promosi merupakan alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan serta merangsang minat penerima, dimana salah satunya melalui kemasan yang dapat berinteraksi langsung dengan konsumen dan menjadi salah satu faktor yang dapat meningkatkan keputusan pembelian (Sadiman, 2022; Pratama et al, 2022, dalam Azizah dan Islam, 2024).

Produsen dapat menyampaikan informasi dan membangun daya tarik melalui penggunaan merek serta desain kemasan yang tepat (Devi & Muallimah, 2019). Dalam konteks Desa Bilebante, keberadaan kemasan yang memiliki nilai estetika, fungsionalitas, dan keberlanjutan sangat penting dalam membangun citra Bilebante sebagai desa wisata hijau yang berdaya saing, khususnya di tengah kompetisi dengan desa wisata lain seperti Desa Sade yang lebih dulu dikenal. Oleh karena itu, penguatan identitas visual melalui kemasan menjadi salah satu elemen kunci dalam memperkuat branding desa dan memperluas jangkauan pasar produk lokal.

Berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara dengan pengelola Desa Wisata Hijau Bilebante, ditemukan beberapa permasalahan mendasar terkait pengembangan produk UMKM dan penguatan branding desa. Permasalahan utama terletak pada belum optimalnya penggunaan kemasan yang tidak hanya berfungsi sebagai wadah produk, tetapi juga sebagai media identitas dan promosi desa wisata. Sebagian besar produk lokal masih menggunakan kemasan sederhana tanpa desain visual yang seragam, belum memanfaatkan logo desa secara konsisten, serta belum mengadopsi konsep *green packaging* secara menyeluruh. Kondisi ini menyebabkan produk UMKM Desa Bilebante belum memiliki diferensiasi visual yang kuat dan masih kurang kompetitif dibandingkan dengan desa wisata lain yang telah mengembangkan sistem branding yang lebih terintegrasi.

Selain itu, terdapat keterbatasan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam mengaplikasikan identitas visual desa ke berbagai media kemasan secara mandiri, khususnya melalui teknik produksi sederhana yang dapat dilakukan di tingkat komunitas. Hal ini berdampak pada rendahnya kapasitas produksi kemasan berbasis branding yang dapat mendukung keberlanjutan promosi desa wisata. Dengan demikian, terdapat kesenjangan antara potensi Desa Wisata Hijau Bilebante sebagai destinasi berbasis keberlanjutan dengan praktik aktual pengemasan produk yang masih bersifat konvensional dan belum berbasis identitas visual yang kuat.

Desain kemasan berfungsi sebagai media komunikasi untuk menyampaikan manfaat produk sekaligus menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan (Badri et al., 2022). Kemasan tidak hanya berperan sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai

sarana untuk menarik perhatian konsumen, serta meningkatkan pengalaman konsumen terhadap produk (Susilawati et al., 2023). Melalui elemen visual seperti logo merek, warna, ilustrasi, tipografi, tata letak, dan bentuk kemasan, desain kemasan mampu membangun identitas produk, meningkatkan brand awareness dan brand image, serta menciptakan brand experience yang dapat memengaruhi keputusan konsumen (Spence & Van Doorn, 2022, dalam Susilawati et al., 2023)



Gambar 1. Logo Desa Wisata Hijau Bilebante

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diinisiasi untuk menjawab tiga masalah utama yang dihadapi mitra: (1) belum adanya kemasan produk yang ramah lingkungan dan mencerminkan identitas visual desa, (2) belum adanya desain logo yang diaplikasikan secara konsisten pada kemasan, dan (3) keterbatasan pengetahuan serta keterampilan masyarakat dalam memproduksi dan menyablon kemasan tersebut secara mandiri. Oleh karena itu, tujuan utama dari program ini adalah meningkatkan kapasitas masyarakat, khususnya pelaku UMKM dan kelompok sadar wisata, dalam memproduksi *shopping bag* dan *shopping box* ramah lingkungan yang dilengkapi logo dan desain khas Bilebante. Penggunaan tas belanja kain yang dapat digunakan berulang kali dianggap lebih ramah lingkungan menggantikan kantong plastik dengan unsur kimia yang sulit diurai di dalam tanah (Rani, 2016). Mengurangi pemakaian kantong plastik saat berbelanja dan menjadikan totebag sebagai alternatif dapat menjadi salah satu cara untuk mengurangi sampah (Humairoh et al., 2024). Kegiatan ini juga bertujuan memperkenalkan teknik sablon manual yang sederhana namun aplikatif, yang dapat dijadikan sebagai keterampilan ekonomi kreatif berkelanjutan.

Branding menjadi salah satu solusi strategis yang dapat diimplementasikan untuk meningkatkan daya saing produk serta memperluas jangkauan pasar, sebagaimana dikemukakan oleh Utami & Syukur (2022, dalam Khair et al., 2024). Dalam konteks Desa Bilebante, penguatan branding sangat diperlukan untuk membangun identitas produk lokal yang unik dan mencerminkan karakteristik desa sebagai destinasi wisata hijau. Dengan membangun citra yang kuat melalui kemasan ramah lingkungan dan desain visual yang konsisten, produk-produk dari Desa Bilebante dapat lebih mudah dikenali dan diminati oleh konsumen, baik dari dalam maupun luar wilayah lokal. Branding dan packaging menjadi faktor penting dalam pengembangan usaha, karena desain kemasan dapat mendorong impulsive buying atau pembelian tanpa rencana (Irawan dan Affan, 2020, dalam Wahid et al., 2025).

Khalayak sasaran dalam program ini terdiri atas ±30 peserta, yang mencakup anggota kelompok sadar wisata, pelaku UMKM lokal, serta warga desa yang tertarik dalam produksi kerajinan atau kemasan. Desa Bilebante sendiri memiliki populasi lebih dari 1.500 jiwa, mayoritas bermata pencaharian sebagai petani, pengrajin, atau pelaku jasa wisata. Potensi desa tidak hanya terletak pada kekayaan sumber daya alam dan budayanya, tetapi juga pada kekuatan sosial seperti semangat gotong royong lintas agama dan keberadaan koperasi desa aktif. Dari sisi lingkungan, lokasi Bilebante yang

strategis dan akses ke jalur wisata menjadikan desa ini sangat potensial untuk berkembang sebagai destinasi unggulan yang ramah lingkungan.

Sebagai pendekatan ilmiah, kegiatan ini berlandaskan konsep *community branding* yang menekankan pentingnya keterlibatan masyarakat dalam membangun identitas dan citra suatu wilayah melalui proses kolaboratif. Pendekatan ini menempatkan persepsi, nilai budaya, serta aspirasi masyarakat sebagai dasar dalam pengembangan identitas tempat, sehingga proses branding tidak hanya bersifat top-down, tetapi juga lahir dari partisipasi aktif komunitas dalam mendukung regenerasi wilayah secara berkelanjutan (Daldanise, 2020). Pendekatan ini tidak hanya berorientasi pada promosi wilayah, tetapi juga dapat diarahkan untuk memperkuat kohesi sosial, regenerasi kawasan, dan pembangunan berkelanjutan (Spina, 2025).

Kajian literatur menunjukkan bahwa desain kemasan yang menarik dapat meningkatkan minat beli konsumen serta memperkuat nilai jual produk (Wadud & Fitriani, 2021). Selain itu, penggunaan identitas merek pada kemasan juga berperan dalam meningkatkan daya ingat konsumen terhadap produk, sehingga produk memiliki nilai jual yang lebih tinggi dibandingkan produk yang belum memiliki merek (Ariyani et al., 2022). Pengembangan kemasan berbahan ramah lingkungan, seperti tote bag kain, paper bag, dan kardus daur ulang, sejalan dengan konsep *green packaging* yang menekankan penggunaan material ekologis, pengurangan dampak lingkungan, serta dukungan terhadap praktik berkelanjutan dalam aktivitas bisnis dan konsumsi (Wandosell et al., 2021).

Wati et al. (2022) menunjukkan bahwa pelatihan sablon manual untuk produk cenderamata dalam pengembangan desa wisata dapat meningkatkan keterampilan usaha masyarakat serta membuka peluang peningkatan pendapatan ekonomi lokal. Pelatihan sablon berbasis komunitas terbukti dapat meningkatkan keterampilan masyarakat dalam memproduksi cenderamata wisata, memperkuat kapasitas usaha kreatif, serta mendukung peningkatan pendapatan masyarakat lokal di destinasi wisata (Lubis et al., 2025; Zaen et al., 2025).

Sablon adalah metode pencetakan dengan teknik cetak saring yang memanfaatkan cat tekstil sebagai bahan utamanya. Dibandingkan dengan sablon menggunakan mesin, sablon manual cenderung lebih ekonomis karena mengandalkan tenaga manusia serta peralatan yang lebih sederhana dan murah, seperti screen, frame, dan rakel (Arifin et al., 2023).

Program pengabdian ini dirancang berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara dengan pengelola desa wisata Bilebante yang menunjukkan perlunya peningkatan identitas visual dan kemasan ramah lingkungan untuk mendukung promosi produk lokal. Sebagai perbandingan, program serupa telah dilaksanakan di beberapa daerah lain seperti Desa Lamatti Riawang, Kabupaten Sinjai, melalui kegiatan pelabelan kemasan dan pengelolaan akun media sosial untuk produk UMKM Bolu Cukke' (Fakhirah et al., 2023), di Desa Sidodadi Asri dengan fokus pada pengembangan inovasi kemasan produk Wedang Jahe untuk meningkatkan daya tarik pasar (Badri et al., 2022), serta di Desa Tenogo, Kecamatan Paninggaran, melalui optimalisasi desain kemasan produk UMKM sebagai upaya mendukung pertumbuhan ekonomi lokal (Abadi, 2021).

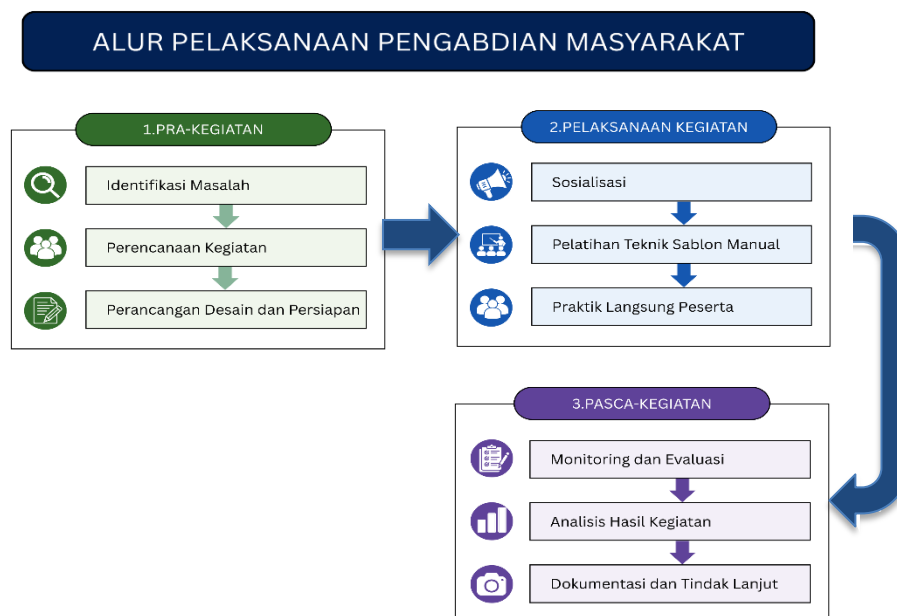
Berbeda dengan berbagai program pengabdian tersebut yang cenderung berfokus pada desain kemasan, pelabelan produk, atau branding UMKM secara terpisah, kegiatan ini mengintegrasikan tiga aspek sekaligus, yaitu penggunaan *green packaging* berbahan ramah lingkungan, transfer keterampilan melalui pelatihan sablon manual yang dapat diterapkan secara mandiri oleh masyarakat, serta penguatan *community branding* Desa Wisata Hijau Bilebante melalui penerapan identitas visual desa pada kemasan produk. Integrasi ketiga aspek tersebut menjadi kontribusi utama kegiatan ini dalam mendukung pengembangan ekonomi kreatif sekaligus memperkuat daya saing desa wisata berbasis keberlanjutan.

Pelatihan berbasis praktik menjadi salah satu pendekatan efektif dalam meningkatkan kapasitas masyarakat desa wisata dalam menghasilkan produk kreatif yang memiliki nilai ekonomi dan identitas destinasi (Prabowo et al., 2025). Melalui pendekatan partisipatif dan pelatihan berbasis praktik langsung, kegiatan ini diharapkan tidak hanya memberikan solusi teknis terhadap permasalahan produksi dan pemasaran produk lokal, tetapi juga memperkuat posisi Desa Bilebante sebagai pelopor desa wisata hijau yang modern, inklusif, serta berdaya secara ekonomi dan ekologis.

2. METODE

Pengabdian masyarakat yang dilakukan bertujuan untuk mengatasi dua bidang permasalahan utama yang dihadapi oleh mitra Desa Bilebante, yaitu bidang produksi dan pemasaran. Produksi kemasan ramah lingkungan memerlukan keterampilan, alat, bahan baku yang sesuai, serta standar kualitas tertentu.

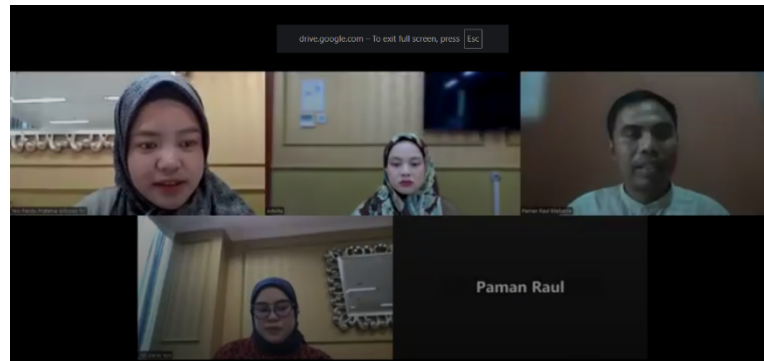
Berikut adalah tahapan-tahapan yang akan dilakukan dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini.



Gambar 2. Alur Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

a. Pra Kegiatan

Pada tahap pra kegiatan, dimulai dengan identifikasi masalah yang dihadapi oleh mitra, Desa Bilebante, terkait dengan produksi dan pemasaran. Kegiatan ini mencakup dua aspek utama, yaitu identifikasi permasalahan dalam pengadaan kemasan ramah lingkungan, serta perancangan strategi pemasaran untuk branding Desa Bilebante. Identifikasi terhadap permasalahan yang dihadapi mitra di Desa Bilebante bertujuan untuk mengetahui kendala dalam penggunaan kemasan ramah lingkungan, seperti keterbatasan keterampilan produksi, bahan baku, atau peralatan. Mitra lokal di Desa Bilebante belum menggunakan bahan ramah lingkungan seperti kain katun atau kanvas untuk *paper bag*, *tote bag*, dan kardus. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk memberikan pemahaman dan keterampilan dasar tentang bahan baku dan proses produksinya.



Gambar 3. Proses Pra Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Setelah mengetahui permasalahan yang ada, tahap berikutnya adalah menyusun rencana kegiatan, yang mencakup dua aspek utama yaitu sosialisasi kantong belanja *paper bag*, *tote bag*, dan kardus serta merancang strategi pemasaran yang efektif untuk memperkenalkan kantong belanja ini sebagai bagian dari branding Desa Bilebante. Pada tahap ini juga mencakup penjadwalan dan anggaran yang diperlukan untuk setiap tahap, serta penentuan pihak-pihak yang akan terlibat dalam setiap bagian dari kegiatan ini, baik dari pihak pengabdian masyarakat maupun dari masyarakat setempat. Pada tahap ini juga dilakukan perancangan desain kemasan yang akan digunakan pada *paper bag*, *tote bag*, dan kardus. Pada tahap ini juga dilakukan penjadwalan dan anggaran untuk setiap kegiatan, serta penentuan pihak-pihak yang akan terlibat, termasuk masyarakat setempat dan tim pengabdian masyarakat.

Tabel 1 merupakan rincian peralatan yang dibutuhkan untuk pencetakan logo pada kantong belanja yang dapat dikerjakan secara mandiri oleh masyarakat Desa Bilebante.

Tabel 1. Peralatan Pencetakan Logo pada Kantong Belanja

Set Sablon Manual

- Frame Screen Sablon ukuran 30 x 40
 - Rakel
 - Obat Afdruk
 - Sensitizer
 - Thinner M4/M3 (pengencer tinta sablon)
 - Seristrip (pembersih screen)
 - Pigmen
 - Binder
 - Rubber Paste Putih
 - Rubber Paste Warna
-

Kantong Belanja Tote Bag:

- Ukuran kecil (dimensi 30cm x 35cm, pegangan 25-30cm): untuk souvenir kecil seperti gantungan kunci, pernik-pernik, dan makanan ringan
 - Ukuran medium (dimensi 35cm x 40cm, pegangan 25-30cm): untuk kerajinan tangan, pakaian ringan (kaos)
 - Ukuran besar (dimensi 40cm x 45cm, pegangan 35-45cm): untuk produk kerajinan besar seperti kain tenun atau beberapa produk sekaligus
-

Kantong Belanja Paper Bag:

- Ukuran kecil (dimensi 20cm x 10cm x 25cm): untuk produk kecil seperti aksesoris, gantungan kunci, pernik-pernik, dan makanan ringan
 - Ukuran medium (dimensi 30cm x 10cm x 40cm): untuk pakaian, kain tenun, kerajinan tangan, koleksi atau hiasan
-

Box Belanja (Kardus)

- Ukuran sedang (dimensi 30cm x 25cm x 25cm): untuk sebagian besar souvenir yang tidak terlalu besar namun memerlukan sedikit lebih banyak ruang.
 - Ukuran besar (dimensi 50cm x 45cm x 35cm): untuk beberapa oleh-oleh besar yang ingin dibeli dalam satu kali transaksi.
-

Tim pengabdian menyediakan beberapa set alat sablon, serta lebih dari 15 lusin shopping bag berbagai jenis bahan, ukuran, dan warna (hijau dan putih untuk branding Desa Wisata Hijau), serta shopping box seperti yang dirincikan dalam Tabel 2, sebagai variasi praktik masyarakat Desa Bilebante, serta sebagai variasi kemasan untuk selanjutnya dimanfaatkan oleh Desa Bilebante untuk pengemasan oleh-oleh. Dalam rangka mendukung keberhasilan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, anggota mahasiswa turut berperan aktif sejak tahap persiapan, yaitu sebagai penghubung antara tim pelaksana dengan fasilitator pelatihan dan berkoordinasi langsung dengan instruktur pelatihan, memastikan materi, metode dan kebutuhan pelatihan dapat terpenuhi sesuai rencana, mencakup penjadwalan, kebutuhan alat dan media pendukung kegiatan, dan kesiapan lokasi pelatihan.

b. Pelaksanaan Kegiatan

Tahap pertama dalam penyelesaian aspek permasalahan produksi dimulai dengan kegiatan sosialisasi kepada masyarakat Desa Bilebante mengenai pentingnya penggunaan Kantong belanja ramah lingkungan sebagai bagian dari upaya mengurangi penggunaan plastik sekali pakai dan memperkuat identitas desa wisata. Dalam kegiatan ini, masyarakat diperkenalkan pada berbagai jenis kemasan ramah lingkungan yang dapat dimanfaatkan untuk produk oleh-oleh khas Desa Bilebante, seperti tote bag berbahan kanvas atau blacu, paper bag dari kertas daur ulang, serta kardus kemasan. Setelah tahap sosialisasi, kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan keterampilan cetak sablon manual sebagai bagian dari program pengabdian masyarakat di Desa Bilebante. Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan kemampuan praktis kepada masyarakat mitra dalam mencetak logo atau identitas visual Desa Wisata Hijau Bilebante ke berbagai media ramah lingkungan seperti tote bag berbahan kain, paper bag dari kertas daur ulang, dan kardus kemasan. Kegiatan ini sekaligus menjadi bagian dari upaya pemberdayaan dan pengurangan penggunaan plastik sekali pakai, dengan mendorong penggunaan Kantong belanja ramah lingkungan berlogo khas desa. Selain memperkuat identitas visual Desa Bilebante, pelatihan ini diharapkan dapat membuka peluang ekonomi kreatif baru yang berbasis pada nilai-nilai keberlanjutan dan kearifan lokal.

c. Pasca Kegiatan

Setelah seluruh rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat selesai dilaksanakan, tahap selanjutnya yang direncanakan adalah monitoring dan evaluasi (monev) untuk menilai tingkat keberhasilan program secara menyeluruh. Monitoring dan evaluasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa tujuan utama kegiatan, yaitu peningkatan kesadaran, pengetahuan, dan keterampilan masyarakat dalam penggunaan serta

produksi kemasan ramah lingkungan untuk mendukung branding Desa Wisata Hijau Bilebante, telah tercapai secara optimal.

Monitoring dan evaluasi dilakukan menggunakan beberapa instrumen, yaitu lembar observasi, dokumentasi kegiatan dan produk, serta wawancara singkat untuk memperoleh umpan balik dari peserta. Lembar observasi digunakan untuk menilai keterlibatan peserta selama kegiatan serta kemampuan peserta dalam mengoperasikan peralatan sablon manual. Dokumentasi dilakukan terhadap proses pelatihan dan hasil produk yang dihasilkan peserta, sedangkan wawancara singkat digunakan untuk mengidentifikasi persepsi peserta terhadap manfaat dan kemudahan penerapan keterampilan yang diperoleh.

Keberhasilan program dianalisis secara deskriptif kuantitatif dan kualitatif berdasarkan hasil observasi dan dokumentasi kegiatan. Analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk menyajikan persentase ketercapaian peserta dalam menyelesaikan praktik sablon manual, sedangkan analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menggambarkan proses pelaksanaan kegiatan dan keterlibatan peserta selama pelatihan. Indikator keberhasilan program meliputi: (1) tingkat partisipasi aktif peserta selama kegiatan berlangsung; (2) kemampuan peserta melakukan praktik sablon secara mandiri; dan (3) kualitas hasil cetak yang dinilai berdasarkan kerapian serta kelayakan penggunaan produk. Capaian setiap indikator disajikan dalam bentuk deskripsi dan persentase keberhasilan peserta dalam menghasilkan produk sablon yang layak pakai.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada hari Selasa, 20 Mei 2025 ini bertujuan untuk menyebarluaskan ilmu pengetahuan dan keterampilan praktis mengenai teknik sablon manual serta pentingnya *branding* melalui kemasan ramah lingkungan kepada masyarakat Desa Bilebante. Kegiatan ini tidak hanya fokus pada transfer teknologi, tetapi juga memberikan nilai tambah ekonomi dan sosial melalui peningkatan kapasitas pelaku UMKM dan kelompok sadar wisata dalam menghasilkan produk kemasan yang berkualitas dan berdaya saing.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui serangkaian pelatihan teori dan praktik sablon manual (dapat dilihat pada Gambar 4), dimulai dari pengenalan bahan ramah lingkungan seperti blacu, kanvas, kertas daur ulang, dan kardus, hingga tahapan proses sablon yang meliputi pembuatan desain, pemindahan desain ke screen, serta teknik pencetakan. Peserta juga dilibatkan secara aktif dalam praktik langsung dengan bimbingan intensif dari tim pengabdian. Melalui metode ini, tujuan utama yakni peningkatan pengetahuan dan keterampilan praktis peserta berhasil dicapai.

Sosialisasi ini menghadirkan dua narasumber yang memberikan materi dari dua sudut pandang yang saling melengkapi.

- Narasumber pertama menyampaikan materi mengenai strategi branding desa wisata, yang mencakup pentingnya identitas visual, pemanfaatan logo, pemilihan warna dan desain yang konsisten, serta bagaimana kemasan produk dapat menjadi media promosi yang efektif bagi Desa Bilebante. Materi ini bertujuan membangun pemahaman masyarakat bahwa branding tidak hanya soal estetika, tetapi juga bagian dari nilai jual dan daya saing produk lokal.
- Narasumber kedua memberikan materi teknis mengenai karakteristik dan pemanfaatan bahan ramah lingkungan untuk pembuatan kemasan. Peserta dikenalkan dengan jenis-jenis bahan yang mudah diperoleh dan dikelola secara lokal, seperti kain blacu atau kanvas yang dapat dijahit secara manual, serta kertas daur ulang yang cocok untuk pembuatan paper bag. Selain itu, dijelaskan pula tentang prinsip keberlanjutan dan bagaimana pemilihan kemasan yang tepat dapat

mendukung citra “Desa Wisata Hijau”



Gambar 4. Materi Pelatihan Teori dan Praktik Sablon Manual

Melalui penyampaian materi dari kedua narasumber tersebut, masyarakat tidak hanya memperoleh wawasan teoritis, tetapi juga memahami hubungan antara kemasan ramah lingkungan, branding, dan identitas desa wisata. Kegiatan ini menjadi fondasi penting sebelum peserta melanjutkan ke tahap pelatihan keterampilan sablon manual, di mana mereka akan mengaplikasikan langsung konsep yang telah dipelajari pada media kemasan. Dalam pelatihan ini, tim pengabdian juga menghadirkan instruktur sablon manual yang merupakan praktisi percetakan lokal dari Lombok, yang telah berpengalaman dalam produksi kemasan kreatif dan produk cetak berbasis komunitas. Kehadiran instruktur lokal ini memberikan nilai tambah, karena selain memahami teknik cetak sablon secara teknis, ia juga memahami konteks dan kebutuhan lokal, sehingga materi yang disampaikan lebih relevan dan mudah dipahami oleh peserta. Pelatihan dilakukan secara langsung (hands-on), dimulai dari pengenalan alat dan bahan sablon manual, pembuatan screen sablon sederhana, teknik penempatan desain/logo, hingga proses pencetakan ke media kemasan. Peserta diberikan kesempatan untuk mencoba sendiri proses sablon, dengan bimbingan dari instruktur, sehingga mereka mampu menghasilkan produk sablon dengan hasil yang layak secara estetika dan fungsional.



Gambar 5. Praktik Sablon Manual

Gambar 5 menunjukkan sesi praktik sablon manual, di mana selama sesi berlangsung, kegiatan dilaksanakan secara partisipatif dengan sistem rotasi agar seluruh peserta memperoleh pengalaman langsung yang setara. Sebanyak 30 peserta dibagi dalam beberapa kelompok kecil dan secara bergantian melakukan praktik pencetakan pada berbagai media kemasan yang telah disediakan. Untuk mendukung kelancaran proses pelatihan, tim pengabdian menyediakan beberapa set lengkap alat sablon manual yang digunakan secara bergantian oleh peserta, sehingga proses praktik dapat berlangsung efektif tanpa mengurangi kesempatan setiap peserta untuk mencoba secara langsung. Sistem ini memungkinkan peserta tetap aktif terlibat sambil menunggu giliran, sekaligus memberikan ruang untuk observasi dan pembelajaran dari praktik peserta lainnya. Selain itu, dalam kegiatan ini juga disediakan lebih dari 15 lusin shopping bag dengan berbagai jenis media kemasan ramah lingkungan sebagai bahan praktik, yang terdiri atas tote bag berbahan kain (blacu dan kanvas), paper bag berbahan kertas daur ulang, serta box/kardus kemasan. Shopping bag tersebut terdiri dari 3 variasi warna, yaitu hijau, putih, dan coklat, sehingga warna cat juga disesuaikan, yaitu cat berwarna hijau untuk kain terang, dan cat berwarna putih untuk kain gelap.

Keberagaman media ini bertujuan untuk memberikan pengalaman aplikatif kepada peserta dalam menghadapi karakteristik bahan yang berbeda-beda, khususnya terkait daya serap tinta, tingkat kesulitan pencetakan, serta hasil akhir visual pada masing-masing jenis kemasan. Dengan demikian, peserta tidak hanya memahami teknik sablon secara teknis, tetapi juga memperoleh wawasan praktis mengenai pemilihan media kemasan yang sesuai untuk kebutuhan branding dan produk UMKM. Selama proses praktik berlangsung, tim pengabdian secara aktif melakukan observasi terhadap partisipasi dan keterampilan peserta. Observasi dilakukan untuk melihat tingkat keterlibatan peserta dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari persiapan alat, proses pencetakan, hingga evaluasi hasil sablon. Selain itu, tim juga menilai perkembangan keterampilan peserta dalam mengoperasikan alat sablon manual, ketepatan dalam menempatkan desain, serta kerapian hasil cetakan pada berbagai media kemasan. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa tingkat partisipasi peserta tergolong sangat tinggi, ditandai dengan antusiasme dalam mencoba secara langsung, keberanian melakukan percobaan ulang, serta keterlibatan aktif dalam diskusi dan tanya jawab selama praktik berlangsung.

Dalam pelaksanaan praktik, setiap peserta diberikan kesempatan untuk melakukan percobaan sablon hingga lima kali pada berbagai media yang berbeda. Meskipun demikian, sejak percobaan pertama hingga kedua, sebagian besar peserta sudah mampu menghasilkan cetakan yang baik dan rapi sesuai standar kelayakan produk. Percobaan berikutnya lebih difokuskan sebagai latihan penguatan keterampilan dan eksplorasi pada variasi media kemasan, sehingga peserta dapat memahami perbedaan karakteristik masing-masing bahan. Hal ini menunjukkan bahwa teknik sablon manual dapat dengan cepat dikuasai oleh masyarakat melalui pendekatan praktik langsung yang terstruktur. Melalui mekanisme pembelajaran berbasis rotasi dan praktik langsung pada berbagai jenis media tersebut, seluruh peserta dapat terlibat aktif. Pendekatan ini juga terbukti meningkatkan efektivitas pembelajaran, karena peserta dapat saling mengamati, berdiskusi, dan memperbaiki teknik secara bertahap. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan alat dan bahan secara terstruktur dengan sistem rotasi mampu mendukung pencapaian hasil pelatihan secara optimal.

Adapun indikator keberhasilan kegiatan ini meliputi:

1. Peningkatan pengetahuan peserta mengenai komponen dan fungsi peralatan sablon manual.
2. Pemahaman yang baik terhadap tahapan proses sablon secara teori dan praktik.
3. Kemampuan peserta melakukan praktik sablon mandiri dengan hasil cetak yang rapi dan layak pakai.

4. Partisipasi aktif dan antusiasme peserta selama seluruh rangkaian pelatihan.
5. Terbentuknya produk nyata berupa tote bag hasil sablon manual sebagai bukti transfer keterampilan.

Sebelum pelatihan, hasil observasi menunjukkan bahwa seluruh peserta belum memiliki pengalaman sama sekali dalam menggunakan alat sablon manual, bahkan belum mengenal jenis-jenis peralatannya. Namun, melalui metode pelatihan yang disampaikan secara teoritis, visual (dengan contoh langsung), dan praktik hands-on, peserta menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam pemahaman maupun keterampilan. Setiap peserta diberi kesempatan yang sama untuk mencoba proses sablon secara langsung, sebanyak 1–2 kali hingga berhasil mencetak desain pada media shopping bag dengan baik. Keberhasilan mencetak ini menjadi indikator ketercapaian keterampilan dasar sablon manual. Kualitas hasil sablon dievaluasi melalui observasi terhadap kerapian cetakan, kejelasan logo, dan kelayakan penggunaan produk sebagai kemasan. Hasil observasi menunjukkan bahwa seluruh produk yang dihasilkan peserta memenuhi kriteria layak pakai, seperti terlihat pada Gambar 6, meskipun terdapat variasi kecil pada tingkat kerapian akibat perbedaan ketelitian dan pengalaman masing-masing peserta.



Gambar 6. Hasil Sablon Peserta

Hasilnya, seluruh peserta (100%) berhasil melakukan proses sablon secara mandiri setelah 1–2 kali percobaan dengan hasil cetak yang rapi dan layak pakai. Temuan ini menunjukkan bahwa metode pelatihan berbasis praktik langsung efektif dalam mentransfer keterampilan dasar sablon manual kepada masyarakat Desa Bilebante. Keunggulan kegiatan ini terletak pada pendekatan partisipatif dan aplikatif yang sesuai dengan kondisi masyarakat Desa Bilebante. Kegiatan mampu menjawab kebutuhan nyata akan kemasan produk yang ramah lingkungan dan berbranding kuat, sekaligus membuka peluang usaha baru bagi pelaku UMKM.

Kendala yang ditemui dalam pelaksanaan kegiatan ini relatif minim. Hanya terdapat tantangan terkait ketersediaan bahan baku ramah lingkungan yang perlu dijaga keberlanjutannya agar produksi kemasan dapat berlangsung secara konsisten. Selain itu, umur peralatan seperti printer sablon juga menjadi perhatian penting untuk memastikan kelancaran proses produksi jangka panjang. Namun, secara umum, peserta mampu mengikuti pelatihan dengan baik tanpa hambatan berarti.

Tingkat kesulitan produksi relatif rendah karena menggunakan metode sablon manual yang sederhana dan biaya terjangkau, sehingga peluang pengembangan di masa depan sangat terbuka lebar. Produk hasil sablon dapat dikembangkan menjadi merchandise wisata yang menarik dan mendukung citra Desa Bilebante sebagai desa wisata hijau. Dokumentasi kegiatan, seperti foto proses pelatihan dan hasil produk,

memperkuat bukti keberhasilan serta dapat digunakan sebagai media promosi dan referensi pelaksanaan kegiatan serupa.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini berhasil memberikan dampak positif jangka pendek antara kondisi sebelum dan sesudah pelatihan, berupa peningkatan pengetahuan dan keterampilan, serta potensi jangka panjang dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat dan pelestarian lingkungan melalui kemasan produk yang berkelanjutan.

Tabel 2. Hasil Evaluasi Pelaksanaan Kegiatan

Indikator Evaluasi	Sebelum Pelatihan	Hasil Setelah Pelatihan
Jumlah Peserta	30 Peserta Mendaftar	30 Peserta mengikuti kegiatan hingga selesai
Pengalaman menggunakan sablon manual	0 peserta (0%) memiliki pengalaman	30 peserta (100%) mampu melakukan sablon mandiri
Praktik sablon	Belum pernah dilakukan	Seluruh peserta berhasil setelah 1-2 kali percobaan
Produk hasil pelatihan	Belum ada	>10 lusin shopping bag berlogo Desa Wisata Hijau Bilebante berhasil diproduksi
Partisipasi peserta	-	Seluruh peserta terlibat aktif dalam sesi praktik

Dapat dilihat pada Tabel 2, sebelum kegiatan dilaksanakan, seluruh peserta (100%) belum memiliki pengetahuan maupun keterampilan dalam penggunaan alat sablon manual, serta belum pernah melakukan proses pencetakan pada media kemasan ramah lingkungan. Kemasan produk UMKM di Desa Bilebante juga masih bersifat konvensional tanpa identitas visual desa yang terintegrasi. Kondisi ini menunjukkan rendahnya kapasitas masyarakat dalam mengaplikasikan branding melalui media kemasan.

Setelah pelatihan dilakukan, terjadi peningkatan kemampuan secara signifikan. Seluruh peserta (100%) mampu memahami proses sablon manual dan melakukan praktik secara mandiri setelah 1–2 kali percobaan. Bahkan hingga percobaan kelima, peserta telah mampu melakukan eksplorasi pada berbagai jenis media kemasan seperti tote bag, paper bag, dan kardus, meskipun sejak percobaan awal sudah menunjukkan hasil cetakan yang layak dan rapi. Selain itu, dihasilkan lebih dari 10 lusin produk kemasan berlogo Desa Wisata Hijau Bilebante yang dapat digunakan sebagai media promosi desa.

Perubahan ini menunjukkan bahwa metode pelatihan berbasis praktik langsung (*hands-on training*) efektif dalam meningkatkan keterampilan teknis masyarakat, sekaligus mendorong transformasi dari kemasan konvensional menuju kemasan berbasis branding dan berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Bilebante berhasil memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan masyarakat, khususnya pelaku UMKM dan kelompok sadar wisata, dalam produksi kemasan ramah lingkungan dengan teknik sablon manual. Melalui pelatihan ini, peserta tidak hanya memperoleh pemahaman tentang pentingnya identitas visual desa dan peran kemasan sebagai media branding, tetapi juga mampu mengaplikasikan keterampilan praktis dalam proses pembuatan shopping bag dan shopping box yang berkelanjutan. Keberhasilan ini ditunjukkan dari partisipasi aktif peserta dan hasil produk sablon yang cukup rapi dan fungsional, yang dapat langsung digunakan sebagai produk siap jual. Kelebihan utama dari program ini adalah pendekatan partisipatif dan

praktis yang mampu mentransfer ilmu sekaligus membangun kemandirian masyarakat dalam produksi kemasan yang mendukung pariwisata hijau Desa Bilebante.

Namun, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu menjadi perhatian, antara lain ketersediaan bahan baku ramah lingkungan yang harus dijaga keberlanjutannya dan keterbatasan umur alat produksi seperti printer sablon, yang berpotensi menjadi kendala dalam jangka panjang. Selain itu, kegiatan ini masih berfokus pada keterampilan dasar sablon manual sehingga belum mencakup pengembangan desain lanjutan dan strategi pemasaran digital secara komprehensif. Oleh karena itu, ke depan, pengembangan kegiatan ini dapat difokuskan pada pelatihan lanjutan serta pembentukan kelompok produksi kemasan mandiri yang dapat mengelola bahan baku dan peralatan secara lebih efektif. Inovasi produk kemasan juga dapat diperluas dengan melibatkan desain yang lebih variatif serta integrasi strategi pemasaran digital agar jangkauan promosi produk lokal Desa Bilebante semakin luas. Dengan demikian, program pengabdian ini tidak hanya berkontribusi pada peningkatan kapasitas masyarakat dan pelestarian lingkungan, tetapi juga berpotensi memperkuat ekonomi lokal serta posisi Desa Bilebante sebagai desa wisata hijau yang berdaya saing tinggi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada LSPR Institute of Communication and Business atas dukungan finansial yang telah diberikan sehingga pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik. Terima kasih juga kami sampaikan kepada pihak pengelola wisata Desa Bilebante beserta seluruh masyarakat atas kerja sama dan partisipasinya selama proses pelaksanaan kegiatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, M. T. (2021). Optimalisasi Desain Kemasan Produk Umkm Desa Tenogo Kecamatan Paninggaran. *Community: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 46–51. <https://doi.org/10.51903/Community.V1i3.271>
- Arifin, M., Maknunah, J., Rosady, S. D. N., & Novitasari, E. (2023). Pelatihan Keterampilan Wirausaha Sablon Manual Di Desa Siser, Kecamatan Laren, Lamongan. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 56–60. <https://doi.org/10.30762/Welfare.V1i4.715>
- Ariyani, D., Riono, S. B., & Sucipto, H. (2022). Pelatihan Branding Equity Untuk Membangun Brand Image Pada Pelaku Umkm Di Desa Ciawi Dalam Meningkatkan Daya Jual. *Kreatif: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 2(3), 100–106. <https://doi.org/10.55606/Kreatif.V2i3.493>
- Azizah, E. R. N., & Islam, M. A. (2024). Desain Kemasan Sebagai Media Promosi Produk Nirwana Batik Di Desa Wisata Bejijong Kabupaten Mojokerto. *BARIK*, 6(2), 52–65. <https://doi.org/10.26740/Jdkv.V6i2.63260>
- Badri, R. E., Pratisti, C., & Putri, A. S. (2022). Pengembangan Inovasi Kemasan Produk Untuk Meningkatkan Daya Tarik Umkm Wedang Jahe Di Desa Sidodadi Asri. *Pakmas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(2), 347–353. <https://doi.org/10.54259/Pakmas.V2i2.1268>
- Daldanise, G. (2020). From Place-Branding To Community-Branding : A Collaborative Decision-Making Process For Cultural Heritage Enhancement. *Sustainability*, 12(24), 1–23. <https://doi.org/10.3390/Su122410399>
- Devi, S. C., & Muallimah, H. (2019). Perancangan Kemasan Sebagai Media Promosi Borondong Majalaya. *Kreatif (Jurnal Karya Tulis, Rupa, Eksperimental Dan Inovatif)*, 01(01), 36–43. <https://journalkreatif.utb-univ.ac.id/index.php/Files/Article/View/9/10>

- Fakhirah, D., Nurhayati, R., Ningsih, D. A., Jumardi, & Salfianur. (2023). Pengembangan Usaha Melalui Pelabelan Kemasan Dan Pembuatan Akun Sosial Media Pada Produk Umkm Bolu Cukke ' Di Desa Lamatti Riawang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi Dan Hukum (Jpmeh)*, 2(1), 59–67. <https://Journal.Uiad.Ac.Id/Index.Php/Jpmeh/Article/View/1908/951>
- Handayani, P. S., Risyanti, Y. D., & Supriyanto, S. (2025). Revitalisasi Desa Wisata Hijau Melalui Penguatan Ekosistem Masyarakat Untuk Mewujudkan Pariwisata Berkelanjutan Di Desa Bilebante, Lombok. *Juwita: Jurnal Pariwisata Nusantara*, 4(3), 147–156. <https://doi.org/10.20414/Juwita.V4i3.14413>
- Humairoh, Atikah, A., & Bintoro, S. C. (2024). Sosialisasi Penggunaan Kantong Belanja Ramah Lingkungan (Reusable) Untuk Meminimalisir Sampah Plastik Pada Ibu- Ibu Tpk Di Kelurahan Bugel Kota Tangerang. *Abdisoshum: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sosial Dan Humaniora*, 3(3), 209–215. <https://doi.org/10.55123/Abdisoshum.V3i3.4119>
- Khair, H. S., Salsabila, P. F., Iskandar, N., Hasibuan, I. R., & Suhardi. (2024). Pemberdayaan UMKM Donat Riski Sukaraja Untuk Pengentasan Kemiskinan Melalui Digitalisasi Dan Branding. *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 219–227. <https://doi.org/10.52072/Abdine.V4i2.981>
- Lubis, M. P. D., Sasria, N., Tanjung, R. A., Yusra, M. I., Robiansyah, Anggraini, F., Pata'allo, L. P., & Salam, N. (2025). Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Pembuatan Cinderamata Baju Sablon Menggunakan Teknik Polyflex Bagi Masyarakat Kampung Semarang Rt 27 Km 15 Karang Joang. *Inovasi Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 29–34. <https://doi.org/10.54082/Ijpm.664>
- Prabowo, R. R., Ayu, J. P., Wibowo, Y. P. P., & Khadijah, S. A. R. (2025). Penerapan Pelatihan Standardisasi Komoditi Pertanian Dan Perikanan Di Desa Golo Mori Sebagai Bagian Dari Supply Chain Hotel Dan Resto Di Labuan Bajo , Kabupaten Manggarai Barat. *Praxis:Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 29–36. <https://doi.org/10.47776/Hd6pxp84>
- Rani, M. S. (2016). Komunikasi Lingkungan Sebagai Fondasi Dalam Kampanye Penggunaan Tas Belanja Kain Ramah Lingkungan (Green Bag) Di Indonesia. *Prosiding Iccic: Komunikasi Industri & Komunitas*, 952–960. <https://dspace.uc.ac.id/bitstream/handle/123456789/757/Rs1605065.pdf?sequence=1&isallowed=Y>
- Spina, L. Della. (2025). Community Branding And Participatory Governance : A Glocal Strategy For Heritage Enhancement. *Heritage*, 8(6), 1–17. <https://doi.org/10.3390/Heritage8060188>
- Susilawati, Fajrina, N., & Pramesti, R. D. (2023). Peran Elemen Visual Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Kemasan Produk. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Desain Komunikasi Visual*, 8(2), 322–332. <https://doi.org/10.55732/Jikdiskomvis.V8i2.903>
- Wadud, A. M., & Fitriani, E. (2021). Pelatihan Desain Kemasan Dalam Rangka Peningkatan Nilai Jual Produk Umkm Di Kabupaten Kuningan. *Dimasejati*, 3(2), 177–186. <https://journal1.uinss.ac.id/index.php/Dimasejati/Article/View/9249/4101>
- Wahid, A., Nuriyanto, Munir, M., Sucipto, Mas'ud, I., & Hermansyah. (2025). Perluasan Pasar UKM Sandal Alkopi Melalui Strategi Branding Dan Packaging Di Pasuruan. *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 220–230. <https://doi.org/10.52072/Abdine.V5i1.1296>
- Wandosell, G., Parra-Meroño, M. C., Alcayde, A., & Baños, R. (2021). Green Packaging From Consumer And Business Perspectives. *Sustainability*, 13(3), 1–19. <https://doi.org/10.3390/Su13031356>
- Wati, L., Mulatsih, L. S., Jatmiko, P., Muntaz, F., & Damayanti, S. (2022). Pemberdayaan

Masyarakat Dalam Mengembangkan Potensi Wisata Panirama Tabek Patah. *Jurnal Implementasi Riset (Iris)*, 2(2), 83–90. <https://doi.org/10.37301/Iris.V2i2.55>

Zaen, M. T. A., Bagye, W., & Purwata, I. (2025). Pemberdayaan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Bonjeruk Permai Desa Bonjeruk. *Jurnal Abdi Insani*, 12(11), 5907–5917. <https://doi.org/10.29303/Abdiinsani.V12i11.3027>