

## **PEMBERDAYAAN SDM UMKM GULA JAWA MELALUI GREEN MARKETING DAN INOVASI PACKAGING BERBASIS LINGKUNGAN**

Ratna Agustina<sup>1</sup>  
Mokhamad Tohari Ilyas<sup>2</sup>  
Muhammad Ilham Firmansyah<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Mayjen Sungkono, Indonesia

### ARTICLE INFO

#### **Article history:**

Received : 25 Januari 2026

Revised : 15 Februari 2026

Accepted : 20 Februari 2026

**Key words:** Green Marketing,  
Human Resource Empowerment,  
Packaging Innovation, Palm  
Sugar, SMEs

**DOI:** 10.62335

### ABSTRACT

*This community service program aimed to empower the human resources of palm sugar SMEs in Magelang through the implementation of green marketing strategies and environmentally based packaging innovation. The main challenges faced by the partners included limited understanding of environmentally friendly marketing, lack of packaging innovation, and low product competitiveness in broader markets. The methods employed consisted of training sessions, mentoring activities, and hands-on practice in designing eco-friendly packaging as well as developing promotional strategies based on sustainability values. The results indicated an improvement in the knowledge and skills of SME actors in applying green marketing concepts, along with the creation of more attractive, informative, and environmentally friendly packaging designs. These innovations contributed to enhancing the product image and expanding market opportunities. Overall, the program strengthened the competitiveness of palm sugar SMEs while promoting sustainable business practices aligned with environmental conservation principles.*

### ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan sumber daya manusia (SDM) pada UMKM gula jawa di Magelang melalui penerapan strategi *green marketing* dan inovasi *packaging* berbasis lingkungan. Permasalahan utama yang dihadapi mitra meliputi rendahnya pemahaman mengenai pemasaran ramah lingkungan, keterbatasan inovasi kemasan, serta kurangnya daya saing produk di pasar yang lebih luas. Metode pelaksanaan meliputi pelatihan, pendampingan, dan praktik langsung dalam perancangan kemasan ramah lingkungan serta penyusunan strategi promosi berbasis nilai keberlanjutan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam menerapkan konsep *green marketing*, serta terciptanya desain kemasan yang lebih menarik, informatif, dan ramah lingkungan. Inovasi tersebut berdampak pada peningkatan citra produk dan potensi perluasan pasar. Secara keseluruhan, program ini berkontribusi dalam meningkatkan daya saing

<sup>1</sup>Corresponding author: ratna.agustina.26@gmail.com

UMKM gula jawa sekaligus mendukung praktik usaha berkelanjutan yang selaras dengan prinsip pelestarian lingkungan.

## **PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional karena berkontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja, pemerataan pendapatan, dan penguatan ekonomi lokal. Di berbagai daerah, UMKM menjadi tulang punggung aktivitas ekonomi masyarakat, termasuk pada sektor agroindustri berbasis potensi lokal. Salah satu komoditas unggulan yang berkembang di wilayah Magelang adalah gula jawa atau gula aren yang diproduksi secara tradisional oleh masyarakat pedesaan.

Kabupaten Magelang dikenal sebagai daerah agraris dengan kondisi tanah subur dan iklim tropis yang mendukung pertumbuhan tanaman kelapa dan aren. Produk gula jawa tidak hanya menjadi kebutuhan konsumsi rumah tangga, tetapi juga memiliki nilai ekonomi sebagai produk oleh-oleh khas daerah wisata, khususnya kawasan Candi Borobudur. Keberadaan UMKM gula jawa di wilayah ini menunjukkan adanya keterkaitan antara sektor pertanian, industri rumah tangga, dan pariwisata.

Meskipun memiliki potensi yang besar, UMKM gula jawa di Magelang menghadapi berbagai tantangan, antara lain keterbatasan kapasitas sumber daya manusia (SDM), inovasi produk yang masih rendah, serta strategi pemasaran yang belum optimal. Banyak pelaku usaha masih mengandalkan metode pemasaran konvensional tanpa memperhatikan perubahan perilaku konsumen yang semakin peduli terhadap isu lingkungan dan keberlanjutan.

Dalam konteks global, tren green marketing semakin berkembang seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap dampak lingkungan dari aktivitas produksi dan konsumsi. Green marketing menekankan pada upaya promosi produk yang ramah lingkungan, baik dari sisi bahan baku, proses produksi, maupun kemasan. Konsep ini tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Penerapan green marketing pada UMKM gula jawa menjadi relevan karena proses produksi gula aren secara tradisional relatif minim bahan kimia dan lebih ramah lingkungan. Namun demikian, aspek komunikasi nilai keberlanjutan tersebut belum sepenuhnya dimanfaatkan sebagai strategi diferensiasi produk di pasar. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan kapasitas SDM agar mampu memahami dan mengimplementasikan strategi pemasaran berbasis lingkungan secara efektif.

Selain strategi pemasaran, aspek kemasan (*packaging*) juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing produk. Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media komunikasi yang mencerminkan identitas merek dan nilai produk. Inovasi kemasan berbasis lingkungan dapat menjadi solusi untuk mengurangi limbah sekaligus meningkatkan persepsi positif konsumen terhadap produk UMKM.

Penggunaan bahan kemasan ramah lingkungan, desain yang informatif, serta pencantuman nilai-nilai keberlanjutan pada label produk dapat memperkuat citra gula jawa sebagai produk alami dan tradisional. Hal ini sejalan dengan preferensi konsumen modern yang cenderung memilih produk dengan dampak lingkungan lebih rendah.

Pemberdayaan SDM menjadi kunci dalam mengoptimalkan implementasi green marketing dan inovasi kemasan. Melalui pelatihan dan pendampingan, pelaku UMKM dapat

meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kewirausahaan yang adaptif terhadap perubahan pasar. Peningkatan kapasitas ini diharapkan mampu mendorong transformasi usaha yang lebih kompetitif dan berkelanjutan.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat hadir sebagai bentuk kontribusi perguruan tinggi dalam mendukung penguatan UMKM lokal. Pendekatan partisipatif dan berbasis kebutuhan mitra menjadi landasan dalam merancang program pemberdayaan yang aplikatif dan berkelanjutan.

Dengan demikian, pemberdayaan SDM UMKM gula jawa melalui green marketing dan inovasi packaging berbasis lingkungan menjadi langkah strategis untuk meningkatkan daya saing produk sekaligus mendukung pembangunan ekonomi lokal yang berwawasan lingkungan. Program ini diharapkan tidak hanya memberikan dampak jangka pendek berupa peningkatan kualitas produk, tetapi juga menciptakan kesadaran kolektif akan pentingnya praktik usaha yang berkelanjutan.

## **METODE PELAKSANAAN**

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif dengan melibatkan secara aktif pelaku UMKM gula jawa di Magelang sebagai mitra utama. Tahap awal diawali dengan kegiatan identifikasi permasalahan melalui observasi lapangan dan wawancara mendalam untuk mengetahui kondisi usaha, kapasitas sumber daya manusia (SDM), strategi pemasaran yang diterapkan, serta bentuk kemasan yang digunakan. Hasil analisis kebutuhan ini menjadi dasar dalam merancang program pelatihan dan pendampingan yang sesuai dengan karakteristik dan potensi mitra.

Tahap kedua berupa penyusunan materi dan modul pelatihan yang berfokus pada konsep green marketing dan inovasi packaging berbasis lingkungan. Materi yang diberikan mencakup pemahaman mengenai pemasaran ramah lingkungan, perilaku konsumen berwawasan keberlanjutan, strategi branding, serta pentingnya kemasan sebagai media komunikasi produk. Selain itu, diperkenalkan berbagai alternatif bahan kemasan ramah lingkungan yang dapat diterapkan oleh UMKM secara ekonomis dan aplikatif.

Tahap ketiga dilaksanakan melalui kegiatan pelatihan dan workshop secara langsung. Metode yang digunakan meliputi ceramah interaktif, diskusi kelompok, studi kasus, dan praktik perancangan desain kemasan. Pada sesi praktik, peserta didampingi dalam membuat konsep desain kemasan baru yang mencerminkan identitas lokal, nilai keberlanjutan, serta memiliki daya tarik visual yang lebih kompetitif di pasar.

Tahap keempat berupa pendampingan intensif dalam implementasi hasil pelatihan. Tim pengabdian memberikan bimbingan teknis terkait penerapan strategi promosi berbasis green marketing, penyusunan pesan komunikasi produk, serta evaluasi desain kemasan yang telah dibuat. Pendampingan dilakukan secara berkala untuk memastikan mitra mampu mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh secara konsisten dalam kegiatan usaha.

Tahap terakhir adalah monitoring dan evaluasi untuk mengukur efektivitas program. Evaluasi dilakukan melalui perbandingan tingkat pemahaman peserta sebelum dan sesudah pelatihan, serta penilaian terhadap perubahan desain kemasan dan strategi pemasaran yang diterapkan. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar perbaikan program dan rekomendasi pengembangan lanjutan guna meningkatkan daya saing UMKM gula jawa secara berkelanjutan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada UMKM gula jawa di Magelang berjalan sesuai dengan rencana yang telah disusun. Kegiatan diawali dengan tahap sosialisasi program yang dihadiri oleh pelaku UMKM, perangkat desa, dan tim pelaksana. Pada tahap ini, mitra menunjukkan antusiasme yang tinggi terhadap program pemberdayaan, khususnya dalam upaya meningkatkan daya saing produk melalui strategi pemasaran dan inovasi kemasan.

Hasil identifikasi awal menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih menggunakan pola pemasaran konvensional dan kemasan sederhana tanpa identitas merek yang kuat. Informasi produk pada kemasan juga masih terbatas, sehingga belum mampu memberikan nilai tambah maupun daya tarik visual yang optimal. Temuan ini menjadi dasar dalam penyusunan materi pelatihan yang lebih aplikatif dan sesuai kebutuhan mitra.

Setelah pelaksanaan pelatihan, terjadi peningkatan pemahaman peserta terkait konsep *green marketing*. Peserta mulai memahami pentingnya mengkomunikasikan keunggulan produk gula jawa sebagai produk alami, tradisional, dan minim bahan kimia. Pemahaman ini mendorong perubahan pola pikir dari sekadar menjual produk menjadi membangun citra dan nilai merek yang berkelanjutan.

Pada sesi *workshop* inovasi kemasan, peserta berhasil merancang beberapa desain kemasan baru yang lebih modern namun tetap mempertahankan unsur lokalitas. Desain tersebut memadukan elemen visual khas Magelang dengan informasi produk yang lebih lengkap, seperti komposisi, berat bersih, tanggal produksi, dan pesan ramah lingkungan.

Penggunaan bahan kemasan juga mengalami perubahan. Mitra mulai mencoba alternatif bahan yang lebih ramah lingkungan, seperti kertas kraft, kotak karton daur ulang, dan plastik *biodegradable*. Langkah ini menjadi bentuk komitmen awal dalam mendukung praktik usaha yang lebih berkelanjutan.

Pendampingan lanjutan menunjukkan bahwa mitra mampu mengaplikasikan strategi promosi berbasis digital. Beberapa pelaku UMKM mulai memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan kemasan baru dan mengedukasi konsumen mengenai proses produksi gula jawa yang alami. Konten promosi juga mulai menonjolkan nilai tradisi dan keberlanjutan.

Dari sisi keterampilan teknis, peserta menunjukkan peningkatan kemampuan dalam menyusun pesan promosi yang lebih persuasif dan informatif. Mereka mulai memahami pentingnya *storytelling* dalam membangun kedekatan emosional dengan konsumen, terutama wisatawan yang mencari produk autentik sebagai oleh-oleh khas daerah.

Respon pasar terhadap kemasan baru menunjukkan hasil yang positif. Konsumen menilai kemasan lebih menarik dan layak dijadikan buah tangan. Beberapa mitra melaporkan peningkatan minat beli, terutama pada momen kunjungan wisata dan pameran produk lokal.

Selain peningkatan aspek pemasaran, kegiatan ini juga memperkuat kerja sama antar pelaku UMKM. Diskusi kelompok selama pelatihan mendorong terbentuknya jejaring

komunikasi dan kolaborasi, baik dalam pengadaan bahan kemasan maupun dalam promosi bersama.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan menunjukkan bahwa program pemberdayaan ini memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kapasitas SDM, inovasi produk, dan strategi pemasaran UMKM gula jawa di Magelang. Transformasi yang terjadi menjadi langkah awal menuju pengembangan usaha yang lebih kompetitif, adaptif, dan berorientasi pada keberlanjutan lingkungan.

## **Pembahasan**

Hasil pengabdian masyarakat menunjukkan bahwa pemberdayaan SDM UMKM gula jawa di Magelang melalui pendekatan green marketing dan inovasi packaging berbasis lingkungan berhasil meningkatkan kapasitas pelaku usaha. Peningkatan pemahaman terhadap konsep *green marketing* menjadi salah satu capaian utama. Sebelumnya, banyak pelaku UMKM hanya mengandalkan pemasaran konvensional, namun setelah pelatihan, mereka mulai mampu menyusun strategi promosi yang menekankan keunggulan produk gula jawa sebagai produk alami, tradisional, dan ramah lingkungan. Hal ini sejalan dengan teori Ottman (2011) bahwa green marketing tidak hanya meningkatkan citra produk tetapi juga meningkatkan loyalitas konsumen yang peduli lingkungan.

Inovasi *packaging* yang dilakukan juga memberikan dampak signifikan. Beberapa peserta berhasil merancang kemasan baru yang menarik, informatif, dan tetap mencerminkan identitas lokal Magelang. Contohnya, salah satu UMKM merancang kemasan gula jawa berbentuk blok kristal yang dibungkus kertas kraft dengan label berwarna coklat alami. Label ini mencantumkan informasi komposisi gula aren, tanggal produksi, serta pesan keberlanjutan seperti “Diproduksi dengan proses tradisional tanpa bahan kimia” dan ikon ramah lingkungan. Desain ini tidak hanya meningkatkan daya tarik visual tetapi juga menekankan nilai ekologis yang sesuai dengan tren konsumen modern.

Selain itu, kemasan lain yang dikembangkan berupa gula jawa dalam bentuk serbuk halus yang dikemas dalam kantong *biodegradable* dengan jendela transparan untuk menampilkan produk. Kantong ini dilengkapi ilustrasi motif batik Magelang dan informasi manfaat gula aren, sehingga produk tidak hanya berfungsi sebagai bahan pangan tetapi juga sebagai souvenir khas daerah. Pendekatan ini membantu membedakan produk UMKM di pasar dan meningkatkan nilai jualnya.

Penerapan strategi *green marketing* dan inovasi *packaging* ini juga berdampak pada peningkatan motivasi pelaku UMKM untuk memperluas jaringan pemasaran. Beberapa pelaku mulai memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan *WhatsApp Business* untuk mempromosikan kemasan baru mereka, menampilkan proses produksi tradisional, serta mengedukasi konsumen mengenai keunggulan gula jawa. Strategi ini sejalan dengan tren konsumen saat ini yang mengutamakan produk yang otentik dan berkelanjutan.

Selain meningkatkan pengetahuan dan keterampilan SDM, kegiatan ini mendorong terbentuknya jejaring kerja sama antar UMKM. Diskusi kelompok dan sesi praktik desain kemasan memfasilitasi pertukaran pengalaman mengenai teknik pengemasan, bahan ramah lingkungan, dan strategi promosi. Kolaborasi ini diharapkan dapat meningkatkan efisiensi

produksi dan pemasaran, sekaligus memperkuat posisi UMKM gula jawa di pasar lokal maupun regional.

Secara keseluruhan, pemberdayaan SDM melalui green marketing dan inovasi packaging berhasil membentuk pemahaman baru bagi pelaku UMKM mengenai nilai strategis dari kemasan dan promosi yang ramah lingkungan. Contoh produk yang telah dikembangkan menunjukkan bahwa inovasi sederhana namun tepat sasaran dapat meningkatkan daya tarik produk, memperkuat citra merek, dan mendukung praktik usaha berkelanjutan.

UMKM gula jawa di Magelang telah mengembangkan berbagai produk dengan inovasi kemasan berbasis lingkungan untuk meningkatkan daya saing dan menarik konsumen. Salah satu produk adalah gula jawa kristal Borobudur, yang dikemas dalam blok kristal dengan kertas kraft cokelat alami dan label berbahan kertas daur ulang. Label tersebut mencantumkan komposisi, tanggal produksi, dan pesan ramah lingkungan, serta desain minimalis dengan motif lokal, sehingga mengurangi penggunaan plastik dan menekankan proses produksi tradisional tanpa bahan kimia. Produk gula jawa serbuk halus Magelang dikemas dalam kantong *biodegradable* transparan yang menampilkan ilustrasi batik Magelang, jendela transparan memperlihatkan produk, dan informasi manfaat serta proses tradisional disertakan untuk edukasi konsumen, sekaligus mendukung keberlanjutan.

Selain itu, UMKM juga menawarkan gula jawa batangan premium dalam kemasan kertas kraft 100 gram dengan pita alami, menampilkan cerita UMKM dan ikon ramah lingkungan, sehingga menjadi souvenir khas yang bernilai jual tinggi. Gula jawa organik dikemas dalam *pouch compostable* 200 gram dengan label edukatif tentang nutrisi dan proses organik, mengurangi limbah plastik serta mendorong praktik pertanian berkelanjutan. Ada pula gula jawa tradisional cair yang dikemas dalam botol kaca 250 ml dengan tutup kayu; botol kaca dapat digunakan ulang dan label menampilkan motif tradisional, sehingga mengurangi sampah plastik dan menekankan nilai tradisi. Semua inovasi ini menunjukkan bagaimana UMKM di Magelang mampu memadukan estetika kemasan, nilai budaya lokal, dan praktik ramah lingkungan untuk meningkatkan citra produk serta daya saing di pasar.



**Gambar 1.** Kemasan *Biodegradable*

## **SIMPULAN**

Pelaksanaan program pemberdayaan SDM UMKM gula jawa di Magelang melalui strategi *green marketing* dan inovasi *packaging* berbasis lingkungan berhasil meningkatkan kapasitas pengetahuan, keterampilan, dan sikap pelaku usaha. Mitra UMKM kini mampu memahami pentingnya pemasaran ramah lingkungan, mengkomunikasikan nilai produk gula

jawa yang alami dan tradisional, serta merancang kemasan yang lebih menarik, informatif, dan berkelanjutan. Inovasi ini tidak hanya meningkatkan citra produk, tetapi juga mendorong konsumen untuk lebih menghargai produk lokal yang peduli lingkungan.

Selain itu, program ini menunjukkan bahwa integrasi antara inovasi kemasan dan strategi pemasaran dapat memperkuat daya saing UMKM di pasar lokal maupun regional. Pemberdayaan SDM sekaligus membentuk jejaring kerja sama antar pelaku UMKM, meningkatkan motivasi untuk menerapkan praktik usaha berkelanjutan, dan mendorong pengembangan ekonomi lokal yang berwawasan lingkungan. Hasil ini menegaskan bahwa kombinasi edukasi, pendampingan, dan inovasi produk merupakan pendekatan efektif dalam mendukung UMKM menuju usaha yang lebih kompetitif dan ramah lingkungan.

## DAFTAR PUSTAKA

- (2023). Pemberdayaan UMKM serbuk herbal lokal melalui inovasi kemasan dan digital marketing di Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(4). <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i4.4031>
- (2024). Green marketing horizon: Industry sustainability through marketing and innovation. *Journal of Innovation & Knowledge*, 9(4), 100606. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2024.100606>
- Agustina, R., & Dewianawati, D. (2024). Kolaborasi bazar kewirausahaan UMKM guna meningkatkan omzet penjualan di kelurahan meri kota Mojokerto. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Lamin*, 3(1), 1-8.
- Agustina, R., Al Hakim, Y. R., Irfan, M., Sigita, D. S., Setyaasih, S., Sunaryo, A., & Lukito, H. (2025). Peran Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Pemanfaatan Media Sosial Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Ibu PKK Desa Watesprojo, Kemlagi, Mojokerto. *Pelayanan Unggulan: Jurnal Pengabdian Masyarakat Terapan*, 2(2), 32-45.
- Ayuanti, R. N., Hermawan, A., & Selviasari, R. (2024). A systematic literature review of SMEs family business, digital innovation, business sustainability based on Google Scholar scientific mapping. *Formosa Journal of Science and Technology*, 3(4), 691–704. <https://doi.org/10.55927/fjst.v3i4.9082>
- Barragán-Hernández, A. D., & Aguilar-Fernández, M. (2024). Strategic dimensions of eco-innovation adoption in manufacturing SMEs. *Systems*, 12(7), 246. <https://doi.org/10.3390/systems12070246>
- Fidianto, Y., Baginda, T. R. K., Sari, W., Aswin, R., & Wahyudin, I. (2025). Penguatan pola pikir kreatif SDM melalui inovasi kemasan untuk meningkatkan daya saing UMKM di Desa Karet. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Magister*. <https://doi.org/10.32493/jiim.v3i3.54865>
- Fito, M., & Helmi, S. (2025). Strategi pemasaran hijau untuk pangan dan perilaku konsumen berkelanjutan pada UMKM Karanganyar. *Jurnal Akademik Pengabdian Masyarakat*, 4(2). <https://doi.org/10.61722/japm.v4i2.7850>
- Gilang Prathivi, M. D., Sihombing, R., & Juniarto, A. (2025). The influence of green finance and green marketing on SME performance: The moderating role of innovation capability. *Proceedings of the National Conference Business, Management, and Accounting*.

- Husna, F. M., Bintang, R., Permadi, B., Anggraini, Y., & Hasanah, A. (2023). Pengembangan UMKM melalui inovasi produk dan digital marketing di Desa Aras Kec. Air Putih Kab. Batubara. *Journal of Human and Education (JAHE)*, 3(2), 414–419. <https://doi.org/10.31004/jh.v3i2.264>
- Khan, F. A., Sheikh, A. A., & Zainab, F. (2024). The impact of SMEs capability for service innovation and its tactical green marketing on sustainable business performance. *Journal of Small Business Strategy*, 34(2), 95–108.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Najibah, D., & Fazizah, A. (2025). Penerapan inovasi kemasan produk sebagai upaya branding UMKM Kopi Dua Gunung. *Bantnese: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(2), Article 11617. <https://doi.org/10.30656/ps2pm.v7i2.11617>
- Ottman, J. A. (2011). *The New Rules of Green Marketing: Strategies, Tools, and Inspiration for Sustainable Branding*. Berrett-Koehler Publishers.
- Prathivi, M. D. G., & Sihombing, R. (2025). Pendampingan strategi green marketing berbasis media sosial pada UMKM minuman sehat REFREZZ. *Lentera Pengabdian*, 3(03), Article 903. <https://doi.org/10.59422/lp.v3i03.903>
- Ridha, M., Agustina, R., Setiawan, E., Dewianawati, D., Lukito, H., Sabani, N., & Mubarok, A. (2024). Sosialisasi Manajemen Berbasis Digital Bagi Pelaku Umkm Di Desa Mojopilang Kecamatan Kemlagi Kabupaten Mojokerto. *Indonesian Journal of Community Dedication*, 2(2), 220-227.
- Rodrigues, M., & Franco, M. (2023). Green innovation in small and medium-sized enterprises (SMEs): A qualitative approach. *Sustainability*, 15(5), 4510. <https://doi.org/10.3390/su15054510>
- Rosyihuddin, M., Sudarmiatin, E. T. D. R., Wardhana, A. H., & Hermawan, A. (2025). Green marketing practices in SME sector: A bibliometric information study. *Journal of Information Systems Engineering and Management*, 10(14s).
- setyaasih, setyaasih, Nova Ashriana, A., & Agustina, R. (2026). Human Resource Quality Improvement Strategy Using Fuzzy Logic in the Mojokerto Footwear Industry as an Effort to Restore the Competitiveness of Local Brands. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 9(1), 42–54. <https://doi.org/10.15642/manova.v9i1.2271>
- Sumarlin, F. A., & Nuvriasari, A. (2024). The effect of green innovation, environmental awareness, and competitive advantage on MSME marketing performance. *Research Horizon*, 4(5), 189–202. <https://doi.org/10.54518/rh.4.5.2024.382>
- Syah, S. U. (2025). Peningkatan daya saing kuliner UMKM melalui pengemasan produk. *IPTEKIN Jurnal Kebijakan Pembangunan dan Inovasi*.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.