

# Pengembangan Kemasan *Zero Plastic* serta Label Sehat-Halal Produk Tahu dan Tempe (*Zero Plastic Packaging and Halal-Healthy Label Development of Tahu and Tempe Products*)

Satria Bangsawan<sup>1\*</sup>, Mahrinasari MS<sup>2</sup>, Susilawati Susilawati<sup>3</sup>, Fitria Saftarina<sup>4</sup>; Maristiana Ayu<sup>5</sup>  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung, Bandar Lampung<sup>1\*,2</sup>

Fakultas Pertanian, Universitas Lampung, Bandar Lampung<sup>3</sup>

Fakultas Kedokteran, Universitas Lampung, Bandar Lampung<sup>4</sup>

Program Doktor, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung, Bandar Lampung<sup>5</sup>

[satria.bangsawan61@gmail.com](mailto:satria.bangsawan61@gmail.com)<sup>1\*</sup>, [mahrina.sari@feb.ac.id](mailto:mahrina.sari@feb.ac.id)<sup>2</sup>, [susilawati.1961@fp.unila.ac.id](mailto:susilawati.1961@fp.unila.ac.id)<sup>3</sup>,

[fitria.saftarina@fk.unila.ac.id](mailto:fitria.saftarina@fk.unila.ac.id)<sup>4</sup>, [maristiana2020@gmail.com](mailto:maristiana2020@gmail.com)<sup>5</sup>



## Riwayat Artikel

Diterima pada 10 Oktober 2020

Direvisi pada 28 April 2021

Disetujui pada 21 Mei 2021

## Abstract

**Purpose:** Home industry of tahu and tempe products plays a role in developing economic growth, especially in Bandarlampung City, Indonesia. However, its non-degradable plastic packaging creates harmful environmental effects. In line with this, certified halal-healthy labeling required by Muslim consumers. Therefore, this community service aimed to help the tahu and tempe entrepreneurs in Gunung Sulah Village, Bandarlampung city to know, be aware, and understand the role of zero plastics packaging and certified halal-healthy labeling through training and coaching program.

**Method:** The method used is training and coaching, and then followed by monitoring and evaluation.

**Results:** The results show that knowledge, awareness, and understanding insights of the tahu tempe entrepreneurs increase after joining the training and coaching programs.

**Conclusion:** The entrepreneurs need the alternative zero plastic packagings and are aware that certified halal-healthy labeling is essential to show in the packaging so that the market extends to the modern market; consequently, market share and competitive advantage can improve.

**Keywords:** *Packaging, Label, Halal-Healthy, Tahu and Tempe Products*

**How to cite:** Bangsawan, S., Mahrinasari, M. S., Susilawati, S., Saftarina, F., & Ayu, M. (2021). Pengembangan Kemasan Zero Plastic serta Label Sehat-Halal Produk Tahu dan Tempe. *Yumary: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(4), 183-192.

## 1. Pendahuluan

Kota Bandarlampung, yang merupakan ibu kota Provinsi Lampung memiliki luas wilayah daratan 169,21 km<sup>2</sup> yang terbagi ke dalam 20 Kecamatan dan 126 Kelurahan dengan populasi penduduk 1.015.910 jiwa (berdasarkan data tahun 2017), dan saat ini merupakan pusat jasa, perdagangan, dan perekonomian di provinsi Lampung. Seiring dengan pertumbuhan penduduk yang cukup tinggi dalam lima tahun terakhir (2014-2019) mencapai 1,1 persen per tahun, pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) juga terjadi cukup pesat. Data Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Lampung pada 31 Desember 2017 menunjukkan jumlah UMKM yaitu sebesar 2.125 unit, dengan peran strategis dalam penyerapan tenaga kerja dan pertumbuhan ekonomi di provinsi Lampung khususnya kota Bandarlampung. Salah satu sektor

UMKM yang mendominasi struktur ekonomi provinsi Lampung adalah sektor perdagangan dalam kategori industri olahan makanan, yang menyumbang sebesar Rp 26.474, 76 Miliar pada PDRB Provinsi Lampung tahun 2017.

Salah satu Industri Olahan Makanan berskala UMKM di Kota Bandar Lampung adalah industri tahu dan tempe. Industri tahu dan tempe hingga saat ini semakin tumbuh dan berkembang, sejalan dengan perkembangan jumlah populasi masyarakat Indonesia, karena tahu dan tempe merupakan jenis makanan yang mengandung tingkat protein sangat tinggi yang bermanfaat untuk kesehatan tubuh dengan harga terjangkau. Semua jenis usia dan pendapatan masyarakat memiliki potensi untuk mengonsumsi tahu dan tempe. Bahkan, makanan tahu dan tempe mulai digemari masyarakat di luar Indonesia, seperti Malaysia dan Jepang, karena rasanya yang nikmat serta bergizi tinggi (Hanageoedu, Desember 2011, diakses dari <http://hanageoedu.blogspot.co.id/2011/12/industri-tahu-dan-tempe.html>).

Keberadaan industri tahu dan tempe banyak dikelola dengan metode tradisional. Di sisi lain, niat beli masyarakat untuk produk ini relatif tinggi (Hanageoedu, Desember 2011, diakses dari <http://hanageoedu.blogspot.co.id/2011/12/industri-tahu-dan-tempe.html>). Usaha ini tetap bertahan walaupun diterpa badai krisis ekonomi saat tahun 1997 dan 1998, serta ada gejolak kenaikan harga kedelai impor di tahun 2013. Hingga saat ini bahan baku utama produksi tahu dan tempe sangat tergantung pada pasokan kedelai impor. Oleh karena itu, industri tahu dan tempe perlu dikembangkan agar dapat memacu pertumbuhan industri lainnya, terutama untuk mendorong pertumbuhan industri Pariwisata, di mana industri Pariwisata Indonesia saat ini menjadi salah satu sektor ekonomi primadona, yang diharapkan pertumbuhannya meningkat.

Produk tahu dan tempe menjadi tambahan varian produk Wisata sebagai produk wisata edukasi. Misal, anak usia pendidikan dini (PAUD dan TK) serta usia Pendidikan dasar (SD), dapat memanfaatkan sentra industri tahu dan tempe selain sebagai tempat kunjungan wisata tetapi juga sebagai media pembelajaran untuk lebih memahami usaha dan pentingnya manfaat makanan yang mengandung gizi dan protein untuk kebutuhan kesehatan. Pembelajaran tentang industri tahu dan tempe diharapkan dapat mengubah pola pikir anak-anak sejak dini untuk tidak hanya pemahaman pentingnya makanan sehat tetapi juga pengembangan wirausaha potensial di masa depan.

Di sisi lain, kemasan produk industri tahu tempe masih menggunakan bahan yang tidak ramah lingkungan seperti plastik, walaupun pada beberapa dasawarsa sebelumnya kemasan tahu dan tempe menggunakan daun pisang. Penggunaan daun pisang ini dinilai kurang efektif dan efisien bagi para pelaku di industri tahu dan tempe karena keterbatasan pasokannya, sehingga plastik menjadi alternatif yang mudah didapat dan cenderung lebih murah. Namun, penggunaan plastik ini tidak ramah lingkungan sehingga akan menyebabkan kerusakan lingkungan pada akhirnya.

Oleh karena itu, produk berbasis hijau atau ramah lingkungan sangat diperlukan untuk beralih kepada teknologi bersih dan pencegahan polusi atau kontaminasi terhadap produk yang dapat berdampak pada kesehatan manusia (De Bakker *et al.*, 2002). Terlebih saat ini, kebijakan atas kepedulian lingkungan dan sosial semakin fokus pada produk makanan dan minuman. Pengembangan produk hijau pada tahun terakhir menjadi fokus perhatian oleh beberapa akademisi dan peneliti yang pengukurannya berdasarkan pada deklarasi pengelolaan produk, *eco-label*, penghargaan produk hijau, penggunaan kemasan hijau, inovasi produk yang dikembangkan sesuai dengan lingkungan. Namun, faktanya, produk tahu dan tempe tidak mencantumkan komponen kandungan bahan bebas kimia, seperti aspartam, boraks, formalin, pewarna tekstil, dan MSG; masa berlaku produk; serta penggunaan bahan kemasan dengan kandungan zat kimia berbahaya, contoh Bisphenol A pada plastik dan Styrofoam (Huang *et al.*, 2012; Vandenberg *et al.*, 2007). Pencantuman kandungan bebas bahan kimia, masa berlaku produk, dan penggunaan bahan kemasan plastik yang tidak berdampak negatif bagi lingkungan belum diterapkan sebagai media identifikasi merek produk, yang dikenal dengan penerapan *eco-label*, sehingga produk berada dalam kategori aman untuk dikonsumsi. Oleh karena itu, penerapan *eco-label* menjadi faktor penting.

Penerapan produk hijau sejalan dengan fokus masyarakat saat ini yang mementingkan kehalalan dan kesehatan dari suatu produk. Mayoritas penduduk Indonesia khususnya Lampung merupakan penduduk yang memeluk agama Islam. Kehalalan dan kesehatan dari suatu produk menjadi hal yang diperhatikan sebelum konsumen membeli sebuah barang. Maka, penggunaan kemasan yang ramah

lingkungan, kehalalan, dan kesehatan suatu produk menjadi hal yang harus diperhatikan bagi pelaku UMKM di bidang makanan dan minuman, secara khusus untuk industri tahu dan tempe.

Melihat perkembangan kebutuhan konsumen fokus pada makanan halal dan sehat, maka Industri tahu dan tempe perlu mengadaptasi kebutuhan ini dengan mendesain kemasan produk tahu dan tempe berbasis hijau dan perlu memanfaatkan label halal dan sehat. Salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan ini adalah diawali dengan cara transfer ilmu pengetahuan dan teknologi pengembangan kemasan produk berbasis hijau serta pemanfaatan label halal dan sehat dari para dosen di lingkungan Universitas Lampung melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat.

Transfer ilmu pengetahuan dan teknologi selalu menjadi keharusan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman para pelaku usaha tahu dan tempe terutama untuk meningkatkan kualitas kemasan dan inovasi produk tahu tempe yang selama ini banyak dipasarkan untuk masyarakat lokal kota Bandarlampung, dan ke depan dapat dipasarkan untuk kebutuhan jenis makanan buah tangan, yang dibawa dan dibeli oleh para wisatawan atau pelancong ke daerah lain, atau dikonsumsi oleh pengunjung wisatawan lokal sebagai aktivitas edukasi bagi pelajar usia dini, atau usia sekolah dasar.

Peningkatan kualitas kemasan tahu tempe berbahan dasar ramah lingkungan sudah saatnya dilakukan, yang selama ini memanfaatkan kemasan plastik. Plastik dianggap sebagai suatu kemasan yang mudah didapat dan memiliki harga yang terjangkau. Namun, limbah plastik ini memerlukan waktu yang lama untuk diurai sehingga dapat memberikan dampak negatif terhadap lingkungan.

Di sisi lain, ada pemberitaan mengenai penggunaan bahan baku yang tidak halal pada makanan dan minuman yang telah membuat masyarakat resah. MUI selaku lembaga independen memiliki hak untuk memberikan penilaian produk halal dengan sertifikasi halal MUI. Sertifikasi Halal MUI pada produk pangan, obat-obat, kosmetika dan produk lainnya dilakukan untuk memberikan kepastian status halal, sehingga dapat menenteramkan batin konsumen dalam mengonsumsinya. Kesenambungan proses produksi halal oleh produsen melalui penerapan Sistem Jaminan Halal sangat diperlukan, dan juga sudah saatnya pencantuman Label Jaminan Halal wajib diterapkan bagi industri Klaster tahu dan tempe secara khusus di Kelurahan Gunung Sulah.

Kelurahan Gunung Sulah Kota Bandarlampung sudah menjadi rekanan desa binaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Lampung sejak tahun 2017. Berdasarkan *roadmap* Desa Binaan tersebut, pada tahun 2020, tim pengabdian desa binaan melanjutkan kegiatan Pengembangan Wisata Edukasi melalui program pengembangan Kemasan produk tahu dan tempe *Zero Plastic* dan Label Halal dan Sehat dengan metode Pelatihan dan Pembinaan. Kegiatan ini bertujuan untuk menumbuhkan kreatifitas dan inovasi usaha tahu dan tempe sebagai produk makanan tujuan Kunjungan Wisata Edukasi Klaster Bisnis tahu dan tempe, khususnya di Kelurahan Gunung Sulah, Kota Bandarlampung, Provinsi Lampung; agar pelaku industri tahu dan tempe mampu mengimplementasikan kemasan *zero plastic* sehingga dapat mengurangi pencemaran lingkungan; dan memotivasi para pengusaha untuk mendapatkan Sertifikasi produk halal dan sehat, sehingga pangsa pasar dan daya saing produk tahu dan tempe meningkat, yang pada akhirnya dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi daerah Lampung.

## 2. Metode

Metode yang digunakan untuk kegiatan pengabdian program pengembangan kemasan *Zero Plastic* dan Label halal dan sehat ini adalah Metode Pelatihan dan Pembinaan dalam bentuk konsultasi, dan terakhir dilaksanakan kegiatan Monitoring dan Evaluasi.

Pelatihan diberikan kepada 35 pengusaha kluster tahu dan tempe di Desa Binaan Kelurahan Gunung Sulah, yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang penggunaan Kemasan *Zero Plastic* dan pemanfaat Sertifikat Halal dan Sehat. Dua kegiatan Pelatihan dilakukan. Pelatihan pertama dilaksanakan pada tanggal 08 Agustus 2020, berlangsung dari pukul 08.00 hingga pk1 17.15, dengan tema "Pengenalan Pengembangan Kemasan "Zero" Plastik dan Sertifikasi Label Halal & Sehat". Materi yang disampaikan yaitu 1. Materi Produk Sehat dan Lingkungan Sehat & Bersih yang disampaikan oleh ibu dr. Fitria Saftarina, M.Sc. 2; Dilanjutkan dengan materi Label Pangan Sehat, yang disampaikan oleh narasumber Dinas Kesehatan Kota Bandarlampung; 3. Materi berikutnya berupa materi Sertifikasi PIRT oleh narasumber dari Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kota Bandar Lampung; 4. Materi Proses

Sertifikasi Halal oleh Ir. Susilawati, M.Si. Setiap Sesi Materi diberikan dalam waktu 2 sesi dengan total waktu 1,5 jam.

Pelatihan kedua dilaksanakan dengan tema “Pengembangan Inovasi Kemasan dan Produk serta Pemasaran produk tahu dan tempe”, yang berlangsung pada tanggal 16 September 2020. Kegiatan pelatihan kedua menyajikan materi, yaitu 1. Peluang Bisnis Inovatif berbasis Label Ramah Lingkungan yang disampaikan oleh Prof. Dr. Satria Bangsawan, S.E.; 2. Strategi Pemasaran Produk Olahan tahu dan tempe yang disampaikan oleh Prof. Dr. Mahrinasari MS, S.E, M.Sc; 3. Inovasi Kemasan “Zero” Plastik pada Produk Tempe dan Tahu yang disampaikan oleh Ir. Susilawati, M.Si.; 4. Inovasi Produk Alternatif Tahu, Tempe dan Oncom, yang disampaikan oleh Ir. Susilawati, M.Si; dan 5. Analisis Manfaat dan Biaya Kemasan Sehat dan Halal oleh Maristiana Ayu, S.E., M.S.Ak., Akt.CA.

Setelah acara Pelatihan, Tim Pengabdian melaksanakan kegiatan Pembinaan dalam bentuk Konsultasi. Kegiatan Pembinaan berlangsung dalam waktu terhitung dari tanggal 13 Agustus hingga Tanggal 14 September 2020, melalui media komunikasi WA online dan via Tatap Maya (Zoom Meeting), serta Tatap Langsung di Tempat desa binaan Kelurahan Gunung Sulah dan atau di Kantor FEB Unila, dengan tetap melaksanakan Protokol Kesehatan untuk menghindari Virus Covid19.

Monitoring dan Evaluasi dilaksanakan pada tahap akhir kegiatan yang berlangsung pada tanggal 17 September 2020. Proses Monitoring Berjalan lancar, dengan meninjau perkembangan aktivitas Proses Produksi, sebagai tindak lanjut dari kegiatan Pelatihan dan Pembinaan. Pelaksanaan metode kegiatan tersebut merupakan Solusi atas kondisi kegiatan Usaha tahu dan tempe yang selama ini masih memanfaatkan kemasan Plastik “non biodegradable”, yang dapat menimbulkan bahaya bagi kesehatan dan merusak lingkungan.

Aspek perlindungan atas kerusakan lingkungan dan penciptaan produk sehat merupakan hal yang penting sebagai perwujudan atas pemanfaatan konsep Produk Hijau (*green product*). Penerapan konsep Produk Hijau diharapkan dapat meminimalkan dampak negatif produk terhadap lingkungan dan sosial, mengoptimalkan penggunaan sumber daya secara efisien, dan mencegah pembangkitan limbah ([Pujari, 2006](#); [Yi-Chan dan Tsai, 2007](#)). [D’Souza et al. \(2006\)](#) mengungkapkan bahwa penting menerapkan pengelolaan produk berbasis ramah lingkungan, ada *eco-label* (kemasan hijau ramah lingkungan), ada penghargaan terhadap penerapan produk hijau, ada penggunaan kemasan hijau, ada inovasi produk yang berbasis pada lingkungan sehat dan alami. [Bangsawan et al. \(2017\)](#) menemukan bahwa produk ramah lingkungan di area wisata bahari menjadi kebutuhan pengunjung karena mereka tahu dan sadar akan manfaat produk hijau. Namun, dalam tataran kondisi empiris, banyak produk produksi UMKM belum menerapkan konsep *green product*, khususnya penerapan *eco-label* yang mencerminkan produk sehat dan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen atas produk Halal.

Produk Halal, juga merupakan penerapan konsep “*green product*” karena produk yang dihasilkan memerhatikan kepentingan masyarakat *religius*, khususnya bagi perilaku konsumen Muslim. Kandungan produk “Halal” berarti diproses dan diolah secara syariat Islam, yang berarti secara zatnya tidak mengandung zat yang diharamkan, seperti bangkai, darah, dan daging babi seperti yang dituang dalam Al-Qur.'an Surat Al Maidah ayat 3. Kondisi lain, masyarakat di Indonesia memiliki gaya hidup (*lifestyle*) tinggi dalam mengonsumsi makanan dan minuman. Terutama mengonsumsi produk baru, konsumen antusias mengonsumsi tanpa memerhatikan kandungan komposisi makanan dan minuman tersebut sehat dan aman bagi tubuh. Hal ini diduga akibat kekurangan pengetahuan konsumen atas kebutuhan produk sehat dan halal. Oleh karena itu, produsen selayaknya memulai untuk menciptakan produk sehat dan halal, untuk memberikan pembelajaran dan pengetahuan bagi konsumennya. Hal ini didukung oleh pemikiran [De Magistris dan Gracia \(2008\)](#); [Mei et al. \(2012\)](#) yang mengungkapkan bahwa pengetahuan produk sebagai faktor penentu untuk memilih produk berbasis penerapan *eco-labelling*. Meskipun demikian, [Rana dan Paul \(2017\)](#) mengungkapkan bahwa kesadaran konsumen akan makanan sehat semakin meningkat. [Priherdityo \(2016\)](#) menjelaskan bahwa konsumen Indonesia mulai menyadari untuk mengonsumsi makanan sehat. Demikian juga dengan [Mahrinasari \(2019\)](#); [Molinillo et al. \(2020\)](#) mengungkapkan bahwa konsumen akan membeli produk hijau/makanan organik dengan kepemilikan label sehat yang berisikan tanpa kandungan bahan kimia berbahaya. Di lain pihak, [Bangsawan dan Mahrinasari \(2018\)](#); [Mohd Suki \(2016\)](#) menjelaskan bahwa pengetahuan konsumen memiliki korelasi positif atas kualitas produk dan berdampak pada niat beli.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan kurang lebih selama 3 (tiga) bulan dari Juli sampai dengan September 2020 yang terbagi dalam 3 tahap, yaitu tahap Persiapan, Pelatihan, dan tahap pembinaan serta pelaksanaan Monitoring dan Evaluasi kegiatan.

Tim pelaksana pada saat tahap persiapan mengadakan koordinasi dan komunikasi serta melaksanakan rapat Penyusunan dan Pembahasan Program Kerja, dan juga membahas Penentuan Pemateri dan Koordinasi Persiapan Pelaksanaan Kegiatan antara Tim Pelaksana dan Kelompok Klaster Usaha tahu dan tempe Gunung Sulah. Kegiatan ini dilaksanakan berlangsung melalui via Zoom karena pertimbangan kondisi Covid19, terhitung dari Maret minggu keempat hingga Minggu keempat bulan Juli 2020.

Tahap kedua, Tim pelaksana mengadakan pelatihan tentang Pengenalan Pengembangan Desain Kemasan “Zero” Plastik dan Label Halal – Sehat pada tanggal 08 Agustus 2020 yang berlokasi di Masjid Muallimin, Kelurahan Gunung Sulah Kota Bandar Lampung, dan dihadiri oleh 35 peserta berasal dari kelompok Klaster usaha tahu dan tempe. Pelatihan dibuka oleh Prof. Dr. Satria Bangsawan, S.E., M.Si. Kemudian, pelatihan berikutnya dilaksanakan pada tanggal 16 September 2020 di Masjid Muallimin Kelurahan Gunung Sulah Kota Bandar Lampung, yang dihadiri juga oleh 35 peserta, dengan Tema Pelatihan berupa Pengembangan Inovasi Kemasan dan Produk serta Pemasaran produk tahu dan tempe. Waktu pelaksanaan pelatihan pada tanggal 08 Agustus 2020 dimulai dari pukul 08.00 sampai dengan pukul 17.15. Sedangkan, Waktu pelaksanaan pelatihan kedua pada tanggal 16 September 2020 dimulai pukul 08.30 berakhir pukul 17.15. Terdapat jeda waktu pelatihan yang cukup lama dari tanggal 08 Agustus 2020 Pelatihan pertama, ke Pelatihan kedua tanggal 16 September 2020. Hal ini dilakukan karena pertimbangan terbatasnya waktu para pengusaha dan kondisi Covid19.

Tahap pembinaan berupa konsultasi dilaksanakan via tatap muka satu kali Di FEB Unila, dan satu kali di lingkungan usaha tahu dan tempe Kelurahan Gunung Sulah, dan lima kali melalui daring via media WA. Kemudian, tim pelaksana melakukan Monitoring dan Evaluasi, yang dilaksanakan pada tanggal 17 September 2020.

Sebelum memulai materi pelatihan, tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat melakukan *pre-test* terhadap peserta pelatihan untuk mengukur sejauh mana pengetahuan peserta terhadap *kemasan zero plastic*, dan Sertifikasi Label Halal dan Sehat. Pelaksanaan *post-test* juga diberikan pada sesi pelatihan kedua sebelum ditutup untuk mengetahui adakah peningkatan pengetahuan dan pemahaman para peserta pelatihan.

Instrumen pre-test dan post-test berisikan pertanyaan materi yang sangat relevan dengan materi pelatihan. Peserta pelatihan wajib memilih jawaban yang paling tepat dari beberapa alternatif jawaban. Hasil pre-test dan post-test menunjukkan peningkatan pengetahuan dan pemahaman, yang diukur dari perolehan nilai rata-rata peserta pelatihan (Tabel 4.1). Selain itu, partisipasi para peserta pada sesi diskusi sangat aktif. Antusias dan keaktifan peserta juga terjadi pada proses pembinaan, dengan banyak permintaan waktu konsultasi kepada tim pelaksana.

**Tabel 4.1 Hasil Uji Pengetahuan dan Pemahaman Setelah Pelatihan**

<b>Pelatihan</b>	<b>Jumlah Peserta</b>	<b>Nilai Rata-rata Pre-Test</b>	<b>Nilai Rata-rata Post-Test</b>
1 (08 Agustus 2020) & II (16 September 2020)	35	54	75

Diskusi aktif selalu ditunjukkan para peserta pada setiap sesi materi diskusi, terutama pada sesi pemanfaatan kemasan *Zero* Plastik (materi: Pembuatan kemasan *Biodegradable Film* dari ampas Rumput Laut). Pembuatan kemasan “*Biodegradable Film*” disampaikan oleh Ir. Susilawaty, M.Si (Ahli Tehnologi Hasil Pengolahan Pangan, dari Universitas Lampung).



Gambar 1. Kemasan Tempe

Antusias peserta juga dilihat pada sesi materi perolehan Perizinan Usaha Rumah Tangga (PIRT), yang disampaikan oleh bapak Muntahar S.E., MM, dari **Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kota Bandar Lampung**. Registrasi perolehan PIRT menjadi syarat utama untuk meningkatkan perluasan pasar produk tahu dan tempe ke pasar modern.



Gambar 2. Materi Prosedur Perizinan

Keaktifan peserta juga terjadi pada sesi diskusi perolehan Sertifikat Halal dan Peluang memproduksi dan memasarkan alternatif produk inovasi berupa makanan *crispy* dari Tahu, Tempe dan Oncom, yang juga disampaikan oleh Ir. Susilawaty, M.Si.



Gambar 3. Materi Perolehan Sertifikat Halal



Gambar 4. Materi Produk Oncom Crispy



Gambar 5. Materi Produk Tempe Crispy

Sesi diskusi diberikan pada setiap Sesi Materi Pelatihan, dengan alokasi waktu 30 menit, dan ternyata waktu Diskusi masih tidak cukup, sehingga terjadi perpanjangan waktu Diskusi selama 15 menit.



Gambar 6. Materi Label Pangan

Beberapa materi lain dengan sesi diskusi yaitu materi Peran Label Pangan sebagai bagian dari identifikasi Label Sehat, dengan beberapa muatan label; Peluang Bisnis Inovatif Berbasis *Eco-Label*; materi Strategi Pemasaran Produk tahu dan tempe; dan Analisis Biaya Manfaat Kemasan Inovatif.

Materi Peran Label pangan disampaikan oleh narasumber dari **Dinas Kesehatan Kota Bandarlampung**. Sedangkan, materi Peluang Bisnis Inovatif berbasis *Eco-Label* disampaikan oleh Prof. Dr. Satria Bangsawan, Materi Strategi Pemasaran disampaikan oleh Prof. Dr. Mahrinasari MS, S.E., M.Sc., dan Analisis Biaya Manfaat Kemasan Inovatif oleh Maristiana Ayu, S.E., M.S.Ak., Akt.CA.



Gambar 7. Materi Strategi Pemasaran

Hasil Pelatihan dan Pembinaan tersebut diharapkan memberikan perubahan sikap para pengusaha Kluster tahu dan tempe di desa binaan Kelurahan Gunung Sulah, Bandar Lampung, terutama untuk menerapkan kemasan “Biodegradable Film”. Stimulasi pengetahuan dapat mengubah sikap secara positif bersesuaian dengan konsep *Teori of Reasoned Action* (Fishbein dan Ajzen, 1975). Ajzen (1991) mengungkapkan bahwa sikap merujuk pada tingkat perilaku seseorang yang memiliki evaluasi atas objek dengan hasil evaluasi berupa menyenangkan atau tidak. Chen dan Tung (2014) mengungkapkan bahwa sikap merupakan emosi psikologis konsumen melalui aktivitas evaluasi, dan jika sikap yang dimiliki positif, maka niat berperilaku cenderung positif. Kemudian, Yang dan Hsu (2017) mengungkapkan bahwa pembentukan sikap dipengaruhi oleh kesadaran, yang dibentuk dari pengetahuan yang diterima. Studi Bangsawan dan Mahrinasari (2018) juga menunjukkan bahwa sikap positif dibentuk oleh pengetahuan. Berarti, jika pengetahuan tentang kemasan *zero plastic* serta sertifikasi Halal dan Sehat dan Inovasi diversifikasi produk tahu dan tempe (produk *Crispy* tahu dan tempe) telah diterima melalui Pelatihan dan Pembinaan, maka sikap positif pengusaha akan terbentuk, dan sikap ini akan menciptakan niat berperilaku untuk menerapkan kemasan *zero plastic* serta sertifikat halal dan sehat, dan juga inovasi alternatif produk *crispy tahu dan tempe*.

#### 4. Kesimpulan dan Saran

Kegiatan pengabdian ini telah dilaksanakan dengan lancar dan baik dalam kurun waktu 3 bulan (Juli-September 2020), dengan jumlah peserta sebanyak 35 peserta dari kelompok klaster usaha tahu dan tempe Kelurahan Gunung Sulah, Kota Bandar Lampung. Kegiatan pengabdian dilakukan dengan metode Pelatihan dan Pembinaan dalam bentuk konsultasi. Dalam pelaksanaannya, kegiatan-kegiatan tersebut dibagi ke dalam 3 tahapan yaitu: 1. Tahap Persiapan dan Koordinasi antar TIM Pelaksana dengan Wakil dari kelompok Klaster usaha tahu dan tempe Kelurahan Gunung Sulah; 2. Tahap Pelatihan dengan Tema “1. Pengenalan Pengembangan Desain Kemasan “Zero” Plastik dan Label Halal – Sehat; 2. Pengembangan Inovasi Kemasan dan Produk serta Pemasaran Produk tahu dan tempe”; 3. Tahap Pembinaan serta Monitoring & Evaluasi

Secara umum, seluruh kegiatan pelatihan dan pembinaan terlaksana dengan baik, dan para peserta terlihat antusias dalam menerima pelatihan dan cukup aktif dalam proses pembinaan. Kegiatan ini memiliki pengaruh pada peningkatan pengetahuan, kesadaran, dan pemahaman para pengusaha tahu dan tempe di Kelurahan Gunung Sulah, yang berdampak pada pembentukan sikap positif, yang selanjutnya berniat untuk memanfaatkan Kemasan “Zero Plastic” dan Sertifikasi Halal dan Sehat, yang berguna untuk meningkatkan daya saing produk yang berkualitas, sehingga perluasan pangsa pasar dapat terjamin tidak hanya pada pasar lokal, tetapi juga pada daya saing di pasar nasional. Secara khusus, pemasaran produk tahu dan tempe juga mampu memasuki pasar modern yang membutuhkan syarat Sertifikat Sehat dan Halal. Sertifikat Sehat teridentifikasi dari kepemilikan *Eco-Label*, dan Merek dengan mencantumkan izin PIRT.

Hasil evaluasi sesaat sebelum penutupan pelatihan dan hasil monitoring dan evaluasi atas kegiatan pembinaan menunjukkan bahwa pengetahuan dan pemahaman para pengusaha tahu dan tempe di desa binaan Kelurahan Gunung Sulah meningkat dan mereka memiliki sikap positif untuk menerapkan Kemasan “Biodegradable Film” dan memiliki Sertifikasi Halal dan Sehat melalui kepemilikan Logo Halal serta Sehat, dan ada tampilan izin PIRT. Namun, niat untuk menerapkan program tersebut masih perlu mendapatkan dukungan pihak eksternal dan membutuhkan pembinaan yang serius dalam jangka tertentu di masa depan. Hal ini diperlukan karena para pengusaha tahu dan tempe berkeinginan untuk membentuk Kelompok Usaha terutama bertujuan untuk mengakses pasar ke pasar modern dan meningkatkan diversifikasi produk dalam bentuk produk *crispy* dari Bahan Tempe, Tahu, dan Oncom sebagai program pengembangan industri dari Hulu ke Hilir, sehingga Keunggulan Bersaing dapat dicapai.

Para pelaku usaha tahu dan tempe Kelurahan Gunung Sulah juga hendaknya memiliki komitmen yang tinggi selain sikap positif untuk tetap terus memperhatikan aspek kehalalan, kebersihan dan kesehatan produk tahu dan tempe. Para pelaku usaha tahu dan tempe Kelurahan Gunung Sulah hendaknya memiliki media sosial khusus bagi pemasaran produk inovasi tahu dan tempe, yang selanjutnya perlu diberikan

bimbingan dan pelatihan Pemasaran berbasis Digital, karena hasil pembinaan banyak yang belum tahu dan memahami penerapan konsep Pemasaran Digital.

Kegiatan pengabdian masyarakat semacam ini sebaiknya perlu diterapkan dan dikembangkan secara berkala dan meluas ke berbagai Kelurahan/kelurahan di Kota dan Kabupaten lain di Provinsi Lampung.

### Ucapan Terima Kasih

Tim pengabdian kepada masyarakat mengucapkan banyak terima kasih kepada para pihak, yaitu

1. Kepada Rektor Universitas Lampung, yang telah memfasilitasi kegiatan pengabdian desa binaan di Kelurahan Gunung Sulah, Kota Bandarlampung.
2. Kepada para Narasumber, khususnya dari Dinas Kesehatan Kota Bandar Lampung, dan Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kota Bandar Lampung.
3. Kepada Kepala Kantor Kelurahan Gunung Sulah, Kota Bandarlampung, yang telah membantu tim bersama sama untuk membina dan memotivasi pengembangan UMKM Klaster tahu dan tempe di Kelurahan Gunung Sulah, agar dapat berdaya saing dan berkembang untuk mendukung pengembangan sektor Wisata Edukasi produk tahu dan tempe di Kota Bandarlampung.
4. Kepala Dinas Pariwisata Kota Bandarlampung dan Jajarannya, yang telah mendukung program desa binaan ini untuk menunjang pengembangan Wisata Edukasi Kluster produk tahu dan tempe di Kelurahan Gunung Sulah Bandarlampung.
5. Kepada Ketua Lembaga Penelitian yang telah menugaskan tim pengabdian kepada masyarakat dalam program desa binaan agar dapat berkontribusi kepada para pengusaha UMKM klaster Produk tahu dan tempe di desa binaan Kelurahan Gunung Sulah Kota Bandarlampung, sehingga usaha yang dikelola mampu berkembang dan berdaya saing.
6. Kepada para semua pengusaha tahu dan tempe yang telah berpartisipasi aktif untuk meningkatkan pengelolaan kualitas produk tahu dan tempe.
7. Kepada semua pihak terkait lainnya, yang telah mendukung tercapainya tujuan kegiatan ini.

### Referensi

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Bangsawan, S., & Mahrinasari, M. S. (2018). Efek Pengetahuan pada Sikap dan dampaknya pada Niat Pembelian Produk Hijau. In *Laporan Riset Mandiri*.
- Bangsawan, S., Marquette, C. J., & Mahrinasari, M. S. (2017). Consumer Restaurant Experience, Electronic Word of Mouth and Purchase Intention in the Indonesian Restaurant Industry. *Journal for Global Business Advancement*, 10(6), 613–630. <https://doi.org/10.1504/JGBA.2017.091945>
- Chen, M. F., & Tung, P. J. (2014). Developing an Extended Theory of Planned Behavior Model to Predict Consumers' Intention to Visit Green Hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 36, 221–230. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.09.006>
- D'Souza, C., Taghian, M., Lamb, P., & Peretiakos, R. (2006). Green Products and Corporate Strategy: An Empirical Investigation. *Society and Business Review*, 1(2), 144–157. <https://doi.org/10.1108/17465680610669825>
- De Bakker, F. G. A., Fisscher, O. A. M., & Brack, A. J. P. (2002). Organizing Product-Oriented Environmental Management from a Firm's Perspective. *Journal of Cleaner Production*, 10(5), 455–464.
- De Magistris, T., & Gracia, A. (2008). The Decision to Buy Organic Food Products in Southern Italy. *British Food Journal*, 110(9), 929–947. <https://doi.org/10.1108/00070700810900620>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Addison-Wesley.
- Huang, Y. Q., Wong, C. K. C., Zheng, J. S., Bouwman, H., Barra, R., Wahlström, B., Neretin, L., & Wong, M. H. (2012). Bisphenol A (BPA) in China: A Review Of Sources, Environmental Levels, And Potential Human Health Impacts. *Environment International*, 42, 91–99.
- Mahrinasari, M. S. (2019). Impact of Safety Concerns on a Lifestyle. *Journal of Security and Sustainability*

- Issues*, 9(1), 269–280. [https://doi.org/10.9770/jssi.2019.9.1\(20\)](https://doi.org/10.9770/jssi.2019.9.1(20))
- Mei, O. J., Ling, K. C., & Piew, T. H. (2012). The Antecedents of Green Purchase Intention Among Malaysian Consumers. *Asian Social Science*, 8(13), 248–263.
- Mohd Suki, N. (2016). Green Product Purchase Intention: Impact of Green Brands, Attitude, and Knowledge. *British Food Journal*, 118(12), 2893–2910. [doi.org/10.1108/BFJ-06-2016-0295](https://doi.org/10.1108/BFJ-06-2016-0295)
- Molinillo, S., Vidal-Branco, M., & Japutra, A. (2020). Understanding the Drivers of Organic Foods Purchasing of Millennials: Evidence from Brazil and Spain. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52, 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101926>
- Priherdityo, E. (2016). *Survei: Masyarakat Indonesia Mulai Sadar Makanan Sehat*. CNN Indonesia. <https://m.cnnindonesia.com>
- Pujari, D. (2006). Eco-innovation and New Product Development: Understanding the Influences on Market Performance. *Technovation*, 26(1), 76–85. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2004.07.006>
- Rana, J., & Paul, J. (2017). Consumer Behavior And Purchase Intention For Organic Food: A Review And Research Agenda. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 38(February), 157–165. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.06.004>
- Vandenberg, L. N., Hauser, R., Marcus, M., Olea, N., & Welshons, W. V. (2007). Human Exposure To Bisphenol A (BPA). *Reproductive Toxicology*, 24(2), 139–177.
- Yang, C. M., & Hsu, T. F. (2017). Effects of Skepticism about Corporate Social Responsibility Advertising on Consumer Attitude. *Social Behavior and Personality*, 45(3), 453–467. <https://doi.org/10.2224/sbp.5788>
- Yi-Chan, C., & Tsai, C.-H. (2007). The Effect of Green Design Activities on New Product Strategies and Performance: An Empirical Study among High-Tech Companies. *International Journal of Management*, 24(2), 276–288.