

Pelatihan Desain Kemasan Ramah Lingkungan Bagi UMKM Cluster Craft di Kota Semarang

Rahmadani Nur Permanawati, Sri Wartini, Ida Maftukhah, Nadia Ingrida Kusumadewi
Universitas Negeri Semarang
rahmadaninur@mail.unnes.ac.id

Abstrak

UMKM diharapkan dapat memberikan kontribusi penting dalam penyelesaian permasalahan ekonomi di Indonesia untuk menjamin kesejahteraan rakyat. UMKM merupakan salah satu sektor di Indonesia yang memberikan kontribusi terbesar dan terpenting dalam percepatan pertumbuhan ekonomi nasional. Persaingan bisnis saat ini menuntut pelaku bisnis untuk melakukan perubahan-perubahan ke arah yang lebih baik. Banyak pebisnis dengan berbagai macam skala usaha telah melakukan restrukturisasi dan mempersiapkan diri menjadi lebih profesional dan berorientasi pada model bisnis yang kompetitif, termasuk usaha craft souvenir. Environmental marketing atau pemasaran berbasis kelestarian lingkungan adalah perkembangan baru dalam bidang marketing, serta merupakan peluang strategis dan potensial yang memiliki multiplier effect (keuntungan ganda) baik bagi pelaku bisnis maupun bagi masyarakat umum selaku pengguna. Berberapa hasil studi menyatakan bahwa kesadaran masyarakat terhadap isu lingkungan hidup dan kesediaan masyarakat membayar lebih untuk mendapatkan produk berlabel ramah lingkungan merupakan keberhasilan dari edukasi mengenai lingkungan hidup yang telah digagas selama bertahun-tahun. Tujuan yang ingin dicapai dalam program pengabdian kepada masyarakat ini, yaitu untuk meningkatkan kompetensi UMKM cluster craft kota Semarang dalam mendesain produk souvenir yang berbahan dasar limbah plastik yang inovatif, yang diharapkan dapat meningkatkan citra dan penjualan produk mereka. Secara lingkup yang lebih luas, dapat memajukan potensi berkembangannya UMKM cluster craft di kota Semarang. Target luaran dari pengabdian ini adalah publikasi di media massa, publikasi di jurnal pengabdian nasional, serta video highlight kegiatan

Kata Kunci : Desain Kemasan, Ramah Lingkungan, Pemasaran, UMKM

Abstract

MSMEs are expected to make an important contribution to solving economic problems in Indonesia to ensure people's welfare. MSMEs are one of the sectors in Indonesia that make the largest and most important contribution to accelerating national economic growth. Today's business competition requires business people to make changes for the better. Many business people with various business scales have restructured and prepared themselves to become more professional and oriented towards competitive business models, including the craft souvenir business. Environmental marketing or marketing based on environmental sustainability is a new development in the field of marketing and is a strategic and potential opportunity that has a multiplier effect (double benefits) both for business people and for the general public as users. Several study results state that public awareness of environmental issues and people's willingness to pay more to get products labeled environmentally friendly is the success of environmental education that has been initiated for many years. The aim to be achieved in this community service program is to increase the competency of the Semarang city craft cluster MSMEs in designing souvenir products made from innovative plastic waste, which is expected to improve the image and sales of their products. In a broader scope, it can advance the potential for the development of craft cluster MSMEs in the city of Semarang. The output

targets of this service are publications in mass media, publications in national service journals, as well as video highlights of activities

Keywords: Packaging Design, Environmentally Friendly, Marketing, MSMEs

I. PENDAHULUAN

Mayoritas pelaku usaha di Indonesia masih berbentuk UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah), sehingga kegiatan ekonomi masyarakat banyak didominasi oleh usaha kecil dan menengah. Dari kenyataan tersebut UMKM diharapkan dapat memberikan kontribusi penting dalam penyelesaian permasalahan ekonomi di Indonesia untuk menjamin kesejahteraan rakyat. UMKM merupakan salah satu sektor di Indonesia yang memberikan kontribusi terbesar dan terpenting dalam percepatan pertumbuhan ekonomi nasional. Usaha mikro sangat mampu meningkatkan pendapatan masyarakat. Selain itu, UMKM tentunya juga memberikan kesempatan kerja kepada masyarakat untuk membantu pemerintah mengatasi masalah kemiskinan dan pengangguran. Masalah kemiskinan dan pengangguran masih menjadi tantangan besar bagi Indonesia. Usaha kecil dan menengah tentu saja menjadi pilihan pertama untuk memperkuat diri masyarakat karena kemampuannya menciptakan lapangan kerja.

Kinerja nyata yang dihadapi oleh sebagian besar pelaku usaha terutama mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia yang paling menonjol adalah rendahnya tingkat produktivitas, rendahnya nilai tambah, dan rendahnya kualitas produk. Salah satu elemen penting dalam visual produk adalah kemasan. Sebagian besar kemasan produk UMKM tidak marketable, dibanding produk-produk dari perusahaan bermodal besar, sehingga nilai jual dan daya saing rendah. Faktor penyebabnya adalah rendahnya pemahaman pentingnya kualitas kemasan dan tingkat penguasaan teknologi pengemasan. Peningkatan produktivitas pada UMKM, akan berdampak luas pada perbaikan kesejahteraan rakyat karena UMKM adalah tempat dimana banyak orang menggantungkan sumber kehidupannya. Salah satu alternatif dalam meningkatkan produktivitas UMKM adalah dengan melakukan modernisasi sistem usaha dan perangkat kebijakannya yang sistemik sehingga akan memberikan dampak yang lebih luas lagi dalam meningkatkan daya saing daerah. Hal mendasar yang harus mendapatkan perhatian semua pemangku kepentingan di Indonesia, khususnya para pengusaha UMKM, adalah pentingnya perubahan cara pandang dalam menyikapi persaingan yang timbul, persaingan dari luar tidak lagi dianggap sebagai ancaman, namun sebagai peluang untuk memperbaiki diri dan menjadi lebih baik. Karena kunci kemenangan dalam pasar bebas adalah daya saing. Dalam rangka meningkatkan daya tahan dan daya saing menghadapi pasar global, perlu dilakukan upaya-upaya pemberdayaan bagi UMKM untuk menerapkan prinsip-prinsip manajemen, kaidah ekonomi modern dan pengembangan produk.

Persaingan bisnis dewasa ini menuntut pelaku bisnis untuk melakukan perubahan-perubahan ke arah yang lebih baik¹. Banyak pebisnis dengan berbagai

¹ Andala Rama Putra Barusman et al, "UPGRADING PACKAGING UMKM PRODUSEN GULA SEMUT DI DESA SENDANG BARU LAMPUNG TENGAH" (2023) 2:1J Pengabdi UMKM 8-14.

macam skala usaha telah melakukan restrukturisasi dan mempersiapkan diri menjadi lebih profesional dan berorientasi pada model bisnis yang kompetitif, termasuk usaha craft souvenir². Perusahaan kecil dan menengah yang mengoptimalkan sumber daya finansial mampu meningkatkan kemampuan bersaing melalui pemasaran yang ramah lingkungan³. Ditemukan bahwa kecenderungan konsumen potensial saat ini, mereka telah peduli dengan pemasaran yang ramah lingkungan. Environmental marketing atau pemasaran berbasis kelestarian lingkungan adalah perkembangan baru dalam bidang marketing, serta merupakan peluang strategis dan potensial yang memiliki multiplier effect (keuntungan ganda) baik bagi pelaku bisnis maupun bagi masyarakat umum selaku pengguna⁴. Berberapa hasil studi menyatakan bahwa kesadaran masyarakat terhadap isu lingkungan hidup dan kesediaan masyarakat membayar lebih untuk mendapatkan produk berlabel ramah lingkungan merupakan keberhasilan dari edukasi mengenai lingkungan hidup yang telah digagas selama bertahun-tahun⁵.

Tingkat kesadaran yang tinggi tentang berbagai masalah lingkungan telah menyebabkan perubahan perilaku konsumen. Perubahan sikap konsumen terhadap gaya hidup hijau dan ramah lingkungan telah berkembang dan berdampak khusus pada UMKM⁶. Penting bagi pemilik UMKM untuk menjaga lingkungan, terutama dalam hal pengemasan barang. Hasil penelitian mengatakan bahwa kemasan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen⁷. Desain kemasan tidak dapat dipisahkan dari pemasaran produk, sehingga desain dapat dikatakan juga memberikan kesan kualitas dari suatu produk.

Kemasan yang menarik dapat mempengaruhi psikologi calon konsumen. Konsep desain kemasan dapat menyentuh sisi emosional konsumen sehingga mempengaruhi keputusan pembelian⁸. Sementara itu, kemasan produk dapat berperan sebagai media periklanan. Pengemasan produk yang baik dan menarik dapat menciptakan pasar dan menekan biaya iklan. Konsumen paling banyak meminta

² T Amaliah, "Pelatihan Desain Kemasan Ramah Lingkungan pada Produk Limbah Plastik di Kawasan Teluk Tomini" 2:1 Mopolayio J Pengabdian Ekon.

³ Sri Maulida, "Peluang dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dari Berbagai Aspek Ekonomi." 2:1 J Ilm Manaj Dan Bisnis.

⁴ Kharin Anggraheni Putri et al, "PENDAMPINGAN BRAND POSITIONING UMKM CIRENG BU SUKARNI DESA PASIR LOR KECAMATAN KARANGLEWAS KABUPATEN BANYUMAS" (2023) 2:1 J Pengabdian UMKM 34-46; Arief Rahmana, Muchammad Fauzi & Annisa Maharani Suyono, "PENDAMPINGAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL PRODUK MAKANAN DALAM MENJALANKAN BISNIS DI ERA NEW NORMAL DI KOTA BANDUNG" (2021) 4:1 Al-Khidm 49-57.

⁵ Masayu Endang Apriyanti, "Pentingnya Kemasan terhadap Penjualan Produk Perusahaan" (2018) 10:1 Sosio E-Kons 20-27; Ninuk Muljani et al, "Pentingnya Merek Dan Kemasan Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Dari Usaha Mikro Dan Kecil" (2020) 3:2 PeKA J Pengabdian Kpd Masy 53-64.

⁶ M R Klimchuk & S A Krasovec, *Packaging Design: Successful Product Branding from Concept to Shelf*, 2d ed (New Jersey: Wiley, 2012).

⁷ Pratiwi Kusumawardani, "Potensi Pembuatan Produk Kemasan Ramah Lingkungan Studi Kasus Kota Bandung" (2014) 1:1 WIDYAKALA J J Pembang JAYA Univ 17-24.

⁸ Yuli Rahmini Suci, "PERKEMBANGAN UMKM (USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH) DI INDONESIA" (2017) 6:1 J Ilm Cano Ekon 51-58.

kemasan yang ramah lingkungan dan mengikuti gaya hidup modern yang didukung dengan kualitas produk⁹.

Adanya pertumbuhan industri, mengakibatkan volume sampah plastik dapat meningkat, karena industri masih mengandalkan plastik sekali pakai sebagai kemasan, plastik kemasan memegang porsi terbesar dalam industri plastik secara global. Kementerian Perindustrian (Kemenperin) mengatakan di Indonesia sendiri potensi pasar untuk kemasan plastik masih sangat besar, karena hampir seluruh sektor industri membutuhkan plastik. Oleh sebab itu, industri plastik masih potensial meskipun dihadapkan pada persoalan limbah plastik yang menjadi masalah lingkungan. Dihadapkan oleh maraknya isu *global warming* hingga masalah sampah kemasan yang terus meningkat secara tidak langsung turut mempengaruhi pola hidup masyarakat. Saat ini, produk-produk ramah lingkungan mendapatkan tempat tersendiri di hati para konsumen. Pembuatan kemasan produk yang lebih berkelanjutan, ramah lingkungan, dan dapat didaur ulang menjadi sorotan saat ini. Situasi ini merupakan tantangan bagi pemasar untuk dapat memenuhi permintaan yang meningkat dengan tetap bertanggung jawab secara sosial dan bertanggung jawab terhadap lingkungan, yaitu menjaga kelestarian lingkungan. Jika perusahaan ingin melakukan pemasaran ramah lingkungan dengan sukses, mereka harus mengintegrasikan konsep *green marketing* ke dalam semua aspek kegiatan pemasaran. Kesadaran masyarakat yang meningkat tentang pentingnya menjaga kelestarian lingkungan hidup membuat banyak produsen dari berbagai macam produk mulai beralih menggunakan bahan-bahan yang tidak merusak lingkungan atau istilah lainnya bahan yang ramah lingkungan. Bahan-bahan yang dimaksud tidak hanya bahan baku produk melainkan juga menyangkut material lainnya seperti kemasan produk, pelabelan, karton pembungkus dan lain sebagainya. Dengan demikian, kemasan harus menarik dan aman, terutama karena fakta bahwa konsumen membutuhkan perusahaan yang mengadopsi proses ramah lingkungan, dan menawarkan produk tanpa efek negatif untuk kesehatan mereka¹⁰.

Beberapa kemasan ramah lingkungan untuk bisnis-bisnis UMKM:

1. Bebas Plastik

Plastik dibuat menggunakan bahan polimer sintetis, sehingga butuh 500 tahun untuk diuraikan. Tentu saja pembuatannya mengorbankan alam dan penguraiannya bisa membahayakan untuk ekosistem. Walaupun plastik bisa didaur ulang, plastik bukan bahan yang dikategorikan ramah lingkungan. Karena plastik murah untuk diproduksi dan cukup efektif untuk kemasan, banyak penjual menggunakannya.

2. Bioplastik

⁹ Phillip Kotler & Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, 10th ed (Jakarta: Erlangga, 2005); Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, 10th ed (Jakarta: PT Indeks, 2005).

¹⁰ SUSANTI SUSANTI, *PENGARUH DESAIN KEMASAN RAMAH LINGKUNGAN, CITRA MEREK RAMAH LINGKUNGAN, DAN PERSEPSI KUALITAS RAMAH LINGKUNGAN TERHADAP KETERIKATAN MEREK RAMAH LINGKUNGAN YANG DIMEDIASI OLEH KEPERCAYAAN RAMAH LINGKUNGAN SURVEY PADA KONSUMEN CHOCOLATE MONGGO DI PROVINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA* (other, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta, 2020) [unpublished].

Bioplastik adalah sebuah kemasan seperti plastik yang dibuat dari tanaman. Karena bioplastik dibuat dari tanaman, kemasan ini mudah diurai. Bahan ini hanya meninggalkan sedikit jejak karbon dibandingkan bahan lainnya. Ada beberapa cara untuk membuat bioplastik. Bioplastik biasanya terbuat dari sumber yang dapat diperbarui seperti glukosa (gula), pati, atau protein yang berasal dari berbagai tanaman. Bioplastik berbeda dari plastik biasa yang menggunakan bahan dasar gas alami seperti petroleum, yang mana bukan sumber yang dapat diperbarui. Beberapa bahan-bahan yang sering digunakan untuk membuat bioplastik adalah rumput laut, ganggang, pati jagung, jagung, kacang-kacangan, tebu, dan akar sayur. Tanaman-tanaman ini bisa ditanam kembali berkali-kali. Bioplastik biasanya tidak berbahaya untuk manusia dan hewan, tetapi benda ini tidak boleh dimakan karena beberapa bioplastik terbuat dari bahan yang tidak bisa dimakan. Bioplastik mengurai dalam waktu singkat. Yaitu dalam waktu tiga sampai enam bulan saja. Sehingga, jika bioplastik dibuang sembarangan di alam bebas, dampak yang dihasilkan tidak sebesar plastik berbahan biasa. Selain itu, bioplastik tidak akan mencemari lingkungan karena terbuat dari bahan-bahan yang tidak beracun. Kekurangan dari bioplastic adalah harganya lebih mahal dibanding plastik biasa.

3. Alternatif Kertas

Menggunakan kertas sebagai alternatif menjadi pilihan tepat untuk sebuah bisnis menjadi ramah lingkungan. Banyak bisnis yang menggunakan kemasan kertas untuk pengiriman, seperti menggunakan kardus atau amplop kertas. Jadi, banyak bahan kertas yang bisa langsung digunakan. Beberapa penjual menggunakan kertas berkerut sebagai bantalan produk mudah pecah agar tidak pecah saat pengiriman. Kertas jenis ini dapat digunakan sebagai pengganti bubble wrap atau *packing peanuts*. Walaupun kertas sulit digunakan kembali, banyak kertas dan kardus yang didaur ulang, sehingga kemasan kertas cukup diminati untuk keberlanjutan.

4. Kemasan dari kompos

Menggunakan kemasan yang berasal dari bahan-bahan kompos adalah salah satu pilihan alternatif yang baik. Tak hanya mencegah penumpukan bahan-bahan berbahaya, kemasan kompos juga berkontribusi dalam regenerasi tanah subur. Jadi, semuanya diuntungkan. Kemasan dari kompos biasanya berbahan dasar tanaman dan menggunakan bahan yang mudah diurai. Banyak orang tidak memiliki tempat kompos di rumahnya. Namun, beberapa perusahaan manajemen sampah dan daur ulang, menawarkan pengambilan kompos. Jasa pengambilan kompos akan mengambil sampah-sampah dan memprosesnya secara benar sehingga sampah tersebut akan terurai dengan baik. Jasa pengambilan kompos belum sebanyak jasa pengambilan sampah dan daur ulang, namun bisnis ini terus berkembang.

5. Kemasan yang dapat digunakan kembali

Beberapa *brand* menyisipkan tulisan kecil di dalam kemasan ramah lingkungan untuk memberikan pembeli sebuah ide dan inspirasi cara menggunakan kembali kemasan mereka. Para penjual mengajak pembeli untuk ikut serta pada gerakan keberlanjutan dengan cara mengajak pembeli menceritakan bagaimana kemasan

tersebut digunakan kembali oleh mereka melalui media sosial dengan *hashtag* tertentu. Hal ini menjadi menyenangkan bagi para pembeli, serta membuat brand tersebut lebih terkenal.

6. Kemasan berbahan dasar bambu

Bambu adalah tanaman yang tumbuh dengan cepat di berbagai jenis tempat. Ada ratusan jenis bambu yang tumbuh di seluruh dunia. Karena tanaman ini berjumlah banyak dan terkadang terasa terlalu banyak, bambu menjadi pilihan ramah lingkungan untuk berbagai macam produk, salah satunya kemasan. Kayu dari bambu sangat kokoh dan bisa langsung digunakan dengan bentuk asli, atau bisa juga sebuah produk dibuat dengan bahan bambu. Ada banyak jenis kemasan bambu. Jenis-jenis bahan seperti kertas dan kardus bisa dibuat dari bambu. Tempat untuk cairan juga dapat dibuat dari bambu, contohnya seperti cairan pembersih atau produk kosmetik. Beberapa manufaktur bahkan membuat kemasan berbahan dasar campuran bambu dan kaca. Bambu tak hanya bahan yang ramah lingkungan, namun juga memiliki banyak fungsi, serta kokoh dan memiliki tampilan yang menarik.

7. Gabus

Gabus adalah sebuah bahan yang digunakan untuk menciptakan kemasan ramah lingkungan. Gabus terbuat dari kulit pohon ek khusus. Kemasan berbahan dasar pohon ek cenderung kokoh dan menarik untuk dilihat. Kulit pohon ek dapat tumbuh kembali dan dapat dipanen berulang kali. Hal ini tentunya memiliki beberapa dampak baik. Pertama, kulit pohon yang dapat tumbuh dan terisi kembali membuktikan bahwa kulit ini tidak merusak pohon. Kelebihan yang kedua adalah pohon ek tak henti-hentinya menyerap karbondioksida melalui fotosintesis seraya lapisan kulit pohon tumbuh kembali. Gabus dapat digunakan untuk membuat berbagai jenis wadah. Dikarenakan, gabus memiliki daya tahan lama dan menyerap getaran, gabus dapat dimanfaatkan sebagai kemasan yang membutuhkan pengamanan ekstra selama perjalanan.

8. Bahan-bahan Daur Ulang

Bahan-bahan daur ulang juga bisa menjadi bahan kemasan yang bagus. Bahan-bahan ini termasuk kaca, plastik, kardus, kertas daur ulang, dan masih banyak lagi. Bahkan, banyak bisnis menggunakan plastik daur ulang di kemasan mereka. Walaupun ini bukan pilihan yang paling berkelanjutan, hal ini membantu mengurangi penggunaan plastik sekali pakai. Di luar kemasan, beberapa perusahaan membuat produk menggunakan bahan daur ulang.

Upaya untuk meningkatkan nilai jual dan potensi UMKM cluster craft ini dapat dilakukan dengan upaya edukasi dalam bentuk pelatihan desain kemasan ramah lingkungan. Tujuan yang ingin dicapai dalam program pengabdian kepada masyarakat ini, yaitu untuk meningkatkan kompetensi UMKM cluster craft kota Semarang dalam mendesain produk souvenir yang berbahan dasar limbah plastik yang inovatif, yang diharapkan dapat meningkatkan citra dan penjualan produk mereka. Desain kemasan dan souvenir yang dihasilkan dari limbah plastik sesungguhnya merupakan satu

kesatuan yang tak terpisahkan yang dibutuhkan agar produk souvenir dapat memiliki nilai tambah guna meningkatkan penjualan produk.

A. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Dari uraian yang telah dijabarkan diatas, maka rumusan masalah yang dihadapi adalah: “Bagaimana pemanfaatan desain kemasan ramah lingkungan dapat meningkatkan citra dan penjualan pada UMKM cluster craft di Kota Semarang?”

B. Tujuan Kegiatan

Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk memberikan edukasi dan pelatihan bagi pengelola UMKM cluster craft di kota Semarang mengenai pentingnya pemanfaatan desain kemasan ramah lingkungan guna meningkatkan citra dan penjualan produk mereka. Secara lingkup yang lebih luas, dapat memajukan potensi berkembangannya UMKM cluster craft di kota Semarang.

C. Manfaat Kegiatan

Manfaat dari terealisasikannya program pengabdian ini adalah meningkatkan citra dan penjualan dari UMKM cluster craft di kota Semarang. Dengan meningkatnya penjualan, lebih lanjut tim pengabdian berharap profit UMKM akan semakin meningkat, dan efek domino akan berjalan. Selain dari segi penjualan, manfaat lain adalah meningkatnya kesadaran para pelaku UMKM untuk menjaga kelestarian lingkungan dengan memanfaatkan desain kemasan ramah lingkungan.

D. SOLUSI, TARGET DAN LUARAN

1. Solusi

Berdasarkan permasalahan yang diidentifikasi, maka solusi permasalahan yang akan dilakukan beserta pihak yang menerima solusi dan peran mitra dipaparkan Tabel 1.

Tabel 1. Solusi Permasalahan Masyarakat Sasaran

No	Permasalahan	Solusi Permasalahan Masyarakat Sasaran	Pihak yang Menerima Solusi	Peran Mitra
1.	Aspek pemasaran melalui pelatihan desain kemasan ramah lingkungan	<ul style="list-style-type: none"> Memberikan pengenalan mengenai aspek pemasaran dan desain kemasan Melakukan pelatihan mengenai desain kemasan ramah 	UMKM cluster craft di kota Semarang	Komunitas pemberdayaan dan pemerintah (antara lain Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang) memberikan dukungan dan partisipasi

		lingkungan <ul style="list-style-type: none"> • Memberikan pendampingan pembuatan kemasan produk ramah lingkungan guna meningkatkan citra dan menjaga kelestarian lingkungan. 		
--	--	--	--	--

2. Target

Kelompok sasaran yang dijadikan kelompok binaan dalam program pengabdian masyarakat adalah UMKM cluster craft di kota Semarang, yang secara rinci dijelaskan sebagai berikut:

- a. Pengelola UMKM di kota Semarang
- b. Pelaku UMKM cluster craft di kota Semarang

3. Luaran

Luaran dari kegiatan pengabdian ini adalah meningkatnya citra dan penjualan pada UMKM cluster craft di kota Semarang dengan memanfaatkan desain kemasan ramah lingkungan. Dengan meningkatnya citra dan penjualan, diharapkan UMKM mendapatkan pemasukan dan laba yang jauh meningkat sehingga dapat membenahi aspek lain guna keberlangsungan jangka panjang. Disisi lain, pengabdian ini juga diharapkan dapat berkontribusi terhadap kelestarian lingkungan. Selain itu, ada beberapa luaran yang dapat dirangkum sebagai berikut:

Tabel 2. Luaran Program

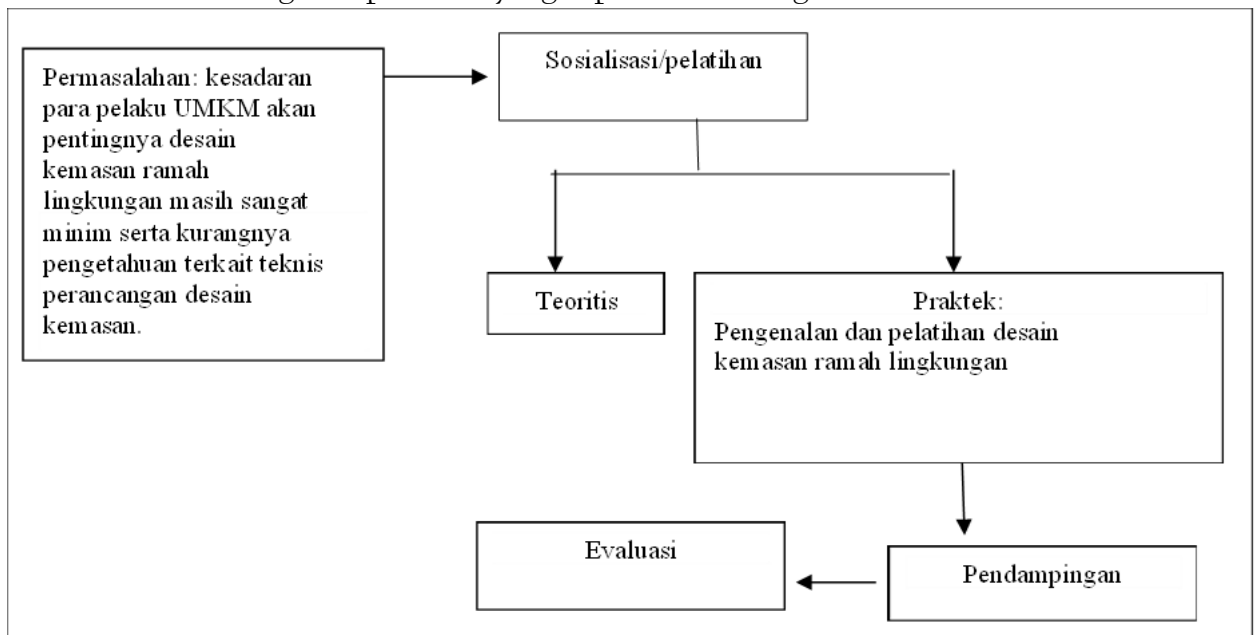
No	Jenis Luaran	Indikator Capaian
1.	Peningkatan citra dan penjualan produk melalui desain kemasan ramah lingkungan	Jumlah penjualan dan laba yang meningkat
2.	Peningkatan potensi atau popularitas UMKM cluster craft	Banyaknya konsumen baru
3.	Publikasi pada Media	Kegiatan pengabdian terpublikasi di media cetak/ <i>on line</i> .
4.	Artikel Pengabdian	Terbitnya di jurnal pengabdian

5.	Video Highlight Kegiatan	Terbuatnya video highlight kegiatan pengabdian
----	--------------------------	--

II. METODE PELAKSANAAN

A. Kerangka Pemecahan Masalah

Pada kegiatan pengabdian ini dilakukan dalam bentuk pelatihan melalui pemberian teori dan praktik. Secara ringkas alur pemecahan masalah dalam pengabdian ini dilakukan melalui kegiatan pelatihan yang dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 2. Kerangka Pemecahan Masalah

B. Keterkaitan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini melibatkan beberapa instansi, yaitu: Universitas Negeri Semarang, serta pelaku UMKM cluster craft di kota Semarang. Dari pihak Universitas Negeri Semarang melaksanakan kegiatan pengabdian sebagai pemateri kegiatan pelatihan dan pendampingan. Sedangkan pelaku UMKM cluster craft di kota Semarang sebagai target kegiatan pengabdian.

C. Metode Kegiatan

Secara rinci metode program pengabdian ini dijabarkan sebagai berikut:

1. Persiapan Kegiatan

a. Persiapan Tempat

Tempat kegiatan yang tepat adalah tempat yang memudahkan perencanaan dan pelaksanaan kegiatan.

b. Persiapan Alat

Persiapan alat dengan melakukan pembelian seluruh peralatan yang dibutuhkan dalam proses diskusi, seperti LCD, backdrop dll.

c. Kerjasama

Kerjasama ini dijalin dengan Dinas Koperasi dan UMKM kota Semarang. Kemudian, setelah program ini mendapat persetujuan dari penyedia dana kegiatan (Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang), akan dilakukan kerjasama dengan sasaran program yaitu pelaku UMKM cluster craft di kota Semarang. Kerjasama diharapkan dapat membantu kelancaran program ini dan dapat bermanfaat bagi masyarakat.

2. Pelaksanaan Kegiatan

a. Sosialisasi

Sosialisasi program segera dilaksanakan setelah ada izin dari pihak UMKM kota Semarang. Dalam sosialisasi ini bisa dilakukan kesepakatan mengenai waktu pelaksanaan program dan hal lain yang terkait dengan program pengabdian ini.

b. Pengadaan Bahan Dasar dan Bahan Penunjang

Bahan dasar dan penunjang dipersiapkan dengan cara membeli perlengkapan dan peralatan yang diperlukan selama kegiatan pengabdian.

c. Penyuluhan

Hal ini merupakan semacam pemberian gambaran manfaat desain kemasan ramah lingkungan bagi pelaku bisnis

d. Praktik Pelatihan

Praktik dilakukan dengan memberikan pengenalan mengenai aspek pemasaran dan desain kemasan, melakukan pelatihan mengenai desain kemasan ramah lingkungan, serta memberikan pendampingan pembuatan kemasan produk ramah lingkungan guna meningkatkan citra dan menjaga kelestarian lingkungan.

e. Monitoring

Sebagai tindak lanjut program ini perlu adanya monitoring untuk mengetahui apakah kegiatan terlaksana atau tidak. Selain itu monitoring juga dilaksanakan untuk mengetahui apakah praktik pelatihan dan pendampingan ini memberi dampak signifikan atau tidak.

f. Evaluasi Kegiatan

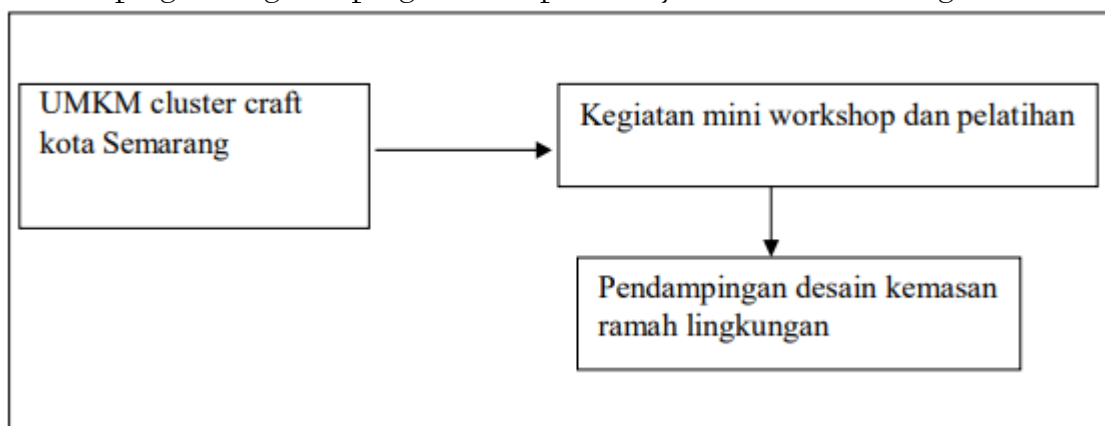
Pengevaluasian dilakukan untuk mengetahui tingkat penyerapan materi oleh masyarakat sasaran, mengevaluasi tanggapan dari masyarakat, menganalisis dan memperbaiki hasil program

g. Penyusunan Laporan

Penyusunan laporan akan direncanakan setelah kegiatan berakhir untuk melaporkan rangkaian dan hasil kegiatan secara institusi kepada penyedia dana ini.

D. Rancangan Evaluasi

Evaluasi program kegiatan pengabdian kepada masyarakat didesain sebagai berikut:



Evaluasi dilakukan secara terus menerus selama kegiatan berlangsung dan ditujukan untuk melihat keaktifan peserta, baik dalam proses perekayasaan, sosialisasi, maupun praktek pemasaran dengan menggunakan desain kemasan ramah lingkungan bagi produk mereka. Adapun untuk melihat tingkat keberhasilan tim pengabdian kepada masyarakat, memakai indikator sebagai berikut:

1. Meningkatnya citra dan penjualan dari UMKM cluster craft di kota Semarang
2. Meningkatnya potensi dan popularitas UMKM yang terlihat dari peningkatan jumlah konsumen
3. Meningkatnya mutu kemasan/packaging dari UMKM cluster craft kota Semarang
4. Meningkatnya kesadaran akan kelestarian lingkungan dari pelaku UMKM

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini diikuti oleh anggota komunitas UMKM cluster craft di kota Semarang. Pelaksanaan ini dilakukan secara luring pada hari Selasa, 15 Agustus 2023 di aula Moh.Hatta FEB UNNES. Ada pun kegiatan yang telah dilakukan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, yaitu:

1. Memberikan pengenalan mengenai aspek pemasaran dan desain kemasan

Aspek pemasaran merupakan faktor utama keberhasilan suatu perusahaan untuk menempatkan produk dan pasarnya. Aspek pemasaran yang tepat tentunya akan

meningkatkan performa dan profit perusahaan. Memahami aspek pemasaran memegang peranan penting dalam keberlangsungan UMKM karena dengan pemahaman yang baik para UMKM diharapkan dapat menentukan studi kelayakan atau identifikasi pada bisnis yang sedang berjalan. Aspek pemasaran yang disampaikan mencakup berbagai hal terkait marketing yang menjadi faktor penting untuk memutuskan bagaimana atau sejauh mana strategi, teknik, rencana, dan praktik pemasaran dijalankan demi mencapai lead sales. Para pelaku UMKM cluster craft juga diberikan pengenalan mengenai desain kemasan. Melalui kemasan konsumen mampu memberikan penilaian terhadap karakter dan citra produk. Melalui kemasan produsen mampu menyampaikan nilai, isi, dan manfaat sebuah produk. Kemasan juga mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian oleh sebab itu kemasan sering dikatakan sebagai silent salesman.

2. Melakukan pelatihan mengenai desain kemasan ramah lingkungan

Para pelaku UMKM juga diberikan pelatihan mengenai desain kemasan ramah lingkungan. Kemasan ramah lingkungan adalah kemasan yang didesain agar tidak menciptakan dampak buruk bagi lingkungan. Bahan-bahan dasar untuk pembuatan kemasan ini yang menjadi poin penting. Ada beberapa poin agar sebuah kemasan produk dapat dikatakan ramah lingkungan. Pertama, kemasan tersebut bukanlah penghasil karbon emisi dengan jumlah banyak. Beberapa jenis bahan yang digunakan oleh manufaktur dapat menciptakan karbon dioksida berlebih sehingga berdampak buruk pada lingkungan dan alam. Emisi karbon ini dapat menyebabkan pemanasan global dan perubahan iklim. Sehingga, agar sebuah kemasan produk dapat dikatakan ramah lingkungan, bahan-bahan pembuatan ini tidak boleh menjadi penyumbang dari penyebab masalah-masalah lingkungan ini. Poin kedua dari syarat utama sebuah kemasan produk dikatakan ramah lingkungan adalah tidak adanya limbah berlebih yang dihasilkan. Limbah berlebih ini dapat memenuhi tempat pembuangan akhir dan berdampak buruk pada lingkungan. Kemasan ramah lingkungan pada dasarnya mudah di daur ulang, dapat menjadi kompos, dan digunakan kembali. Singkatnya, kemasan berkelanjutan adalah kemasan yang tidak meracuni lingkungan alam, mulai dari cara pembuatan hingga kemasan itu dibuang.

3. Memberikan pendampingan pembuatan kemasan produk ramah lingkungan guna meningkatkan citra dan menjaga kelestarian lingkungan.

Para pelaku UMKM diberikan pendampingan pembuatan kemasan produk ramah lingkungan guna meningkatkan citra dan menjaga kelestarian lingkungan. Pendampingan dilakukan oleh Bapak Godham Eko Saputro selaku owner Bapak Pucung Studio dan dimoderatori langsung oleh Ibu Sri Wartini selaku ketua kelompok pengabdian ini. Peningkatan pemahaman tentang pengemasan ramah lingkungan juga penting dilakukan untuk mengikuti tren saat ini dimana semua produksi dan produk mengarah ke keberlanjutan (sustainable). Penggunaan packaging ramah lingkungan akan menambah nilai tambah. Tren saat ini segala sesuatu yang organik dicari masyarakat, karena masyarakat ingin lebih ramah lingkungan. Selama ini, branding dan

kemasan produk menjadi titik lemah dari para pelaku UMKM. Akibatnya, produk yang dihasilkan UMKM tidak bisa dikenal masyarakat luas. Dengan adanya pendampingan ini, harapannya para pelaku UMKM dapat tumbuh dan berkembang serta meningkatkan penggunaan desain kemasan ramah lingkungan di lingkungan kota Semarang.

A. SIMPULAN HASIL YANG DICAPAI

Kegiatan pengabdian ini diikuti oleh anggota komunitas UMKM cluster craft di kota Semarang. Pelaksanaan ini dilakukan secara luring pada hari Selasa, 15 Agustus 2023 di aula Moh.Hatta FEB UNNES. Ada pun kegiatan yang telah dilakukan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, yaitu:

1. Memberikan pengenalan mengenai aspek pemasaran dan desain kemasan
Aspek pemasaran merupakan faktor utama keberhasilan suatu perusahaan untuk menempatkan produk dan pasarnya. Aspek pemasaran yang tepat tentunya akan meningkatkan performa dan profit perusahaan. Memahami aspek pemasaran memegang peranan penting dalam keberlangsungan UMKM karena dengan pemahaman yang baik para UMKM diharapkan dapat menentukan studi kelayakan atau identifikasi pada bisnis yang sedang berjalan. Aspek pemasaran yang disampaikan mencakup berbagai hal terkait marketing yang menjadi faktor penting untuk memutuskan bagaimana atau sejauh mana strategi, teknik, rencana, dan praktik pemasaran dijalankan demi mencapai lead sales. Para pelaku UMKM cluster craft juga diberikan pengenalan mengenai desain kemasan. Melalui kemasan konsumen mampu memberikan penilaian terhadap karakter dan citra produk. Melalui kemasan produsen mampu menyampaikan nilai, isi, dan manfaat sebuah produk. Kemasan juga mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian oleh sebab itu kemasan sering dikatakan sebagai silent salesman.
2. Melakukan pelatihan mengenai desain kemasan ramah lingkungan
Para pelaku UMKM juga diberikan pelatihan mengenai desain kemasan ramah lingkungan. Kemasan ramah lingkungan adalah kemasan yang didesain agar tidak menciptakan dampak buruk bagi lingkungan. Bahan-bahan dasar untuk pembuatan kemasan ini yang menjadi poin penting. Ada beberapa poin agar sebuah kemasan produk dapat dikatakan ramah lingkungan. Pertama, kemasan tersebut bukanlah penghasil karbon emisi dengan jumlah banyak. Beberapa jenis bahan yang digunakan oleh manufaktur dapat menciptakan karbon dioksida berlebih sehingga berdampak buruk pada lingkungan dan alam. Emisi karbon ini dapat menyebabkan pemanasan global dan perubahan iklim. Sehingga, agar sebuah kemasan produk dapat dikatakan ramah lingkungan, bahan-bahan pembuatan ini tidak boleh menjadi penyumbang dari penyebab masalah-masalah lingkungan ini. Poin kedua dari syarat utama sebuah kemasan produk dikatakan ramah lingkungan adalah tidak adanya limbah berlebih yang dihasilkan. Limbah berlebih ini dapat memenuhi tempat pembuangan akhir dan

berdampak buruk pada lingkungan. Kemasan ramah lingkungan pada dasarnya mudah di daur ulang, dapat menjadi kompos, dan digunakan kembali. Singkatnya, kemasan berkelanjutan adalah kemasan yang tidak meracuni lingkungan alam, mulai dari cara pembuatan hingga kemasan itu dibuang.

3. Memberikan pendampingan pembuatan kemasan produk ramah lingkungan guna meningkatkan citra dan menjaga kelestarian lingkungan.

Para pelaku UMKM diberikan pendampingan pembuatan kemasan produk ramah lingkungan guna meningkatkan citra dan menjaga kelestarian lingkungan. Pendampingan dilakukan oleh Bapak Godham Eko Saputro selaku owner Bapak Pucung Studio dan dimoderatori langsung oleh Ibu Sri Wartini selaku ketua kelompok pengabdian ini. Peningkatan pemahaman tentang pengemasan ramah lingkungan juga penting dilakukan untuk mengikuti tren saat ini dimana semua produksi dan produk mengarah ke keberlanjutan (sustainable). Penggunaan packaging ramah lingkungan akan menambah nilai tambah. Tren saat ini segala sesuatu yang organik dicari masyarakat, karena masyarakat ingin lebih ramah lingkungan. Selama ini, branding dan kemasan produk menjadi titik lemah dari para pelaku UMKM. Akibatnya, produk yang dihasilkan UMKM tidak bisa dikenal masyarakat luas. Dengan adanya pendampingan ini, harapannya para pelaku UMKM dapat tumbuh dan berkembang serta meningkatkan penggunaan desain kemasan ramah lingkungan di lingkungan kota Semarang.

IV. KESIMPULAN

1. Kegiatan pengabdian telah terlaksana dengan baik dan mendapatkan respon dan antusiasme dari para peserta, terlihat dari jalannya proses diskusi dan tanya jawab. Kegiatan pelatihan dan pendampingan terkait desain kemasan ramah lingkungan memang sangat esensial dan berguna bagi para pelaku UMKM untuk meningkatkan kesadaran dan citra bagi brand mereka ditengah banyaknya pesaing baru yang muncul. Dari penyampaian materi, kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat disimpulkan sebagai berikut:
2. Desain kemasan ramah lingkungan merupakan komponen penting dalam keberlangsungan usaha. Secara umum, kemasan yang ramah lingkungan atau yang biasa disebut dengan istilah eco-friendly adalah wadah yang dibuat menggunakan bahan-bahan yang mudah terurai tanah, bisa didaur ulang, dan tidak berbahaya bagi lingkungan serta manusia. Sebenarnya, kemasan yang ramah lingkungan adalah wadah suatu produk yang dirancang agar tidak memiliki dampak buruk bagi lingkungan baik dari segi bentuk, sampai bahan dasar pembuatan. Dengan menggunakan kemasan yang ramah lingkungan ini dapat membantu mengurangi potensi polusi.
3. Para pelaku UMKM cluster craft di kota Semarang masih banyak yang belum mengenal dan menggunakan desain kemasan ramah lingkungan. Disisi lain,

desain kemasan ramah lingkungan memberikan banyak dampak baik antara lain untuk membuat perlindungan lingkungan yang dapat dipasarkan dan menguntungkan, mempertahankan sumber daya alam dan menghemat biaya tenaga dan energi, serta memenuhi kebutuhan konsumen dan bermanfaat bagi kualitas lingkungan.

4. Pengenalan terhadap desain kemasan ramah lingkungan kepada para pengelola UMKM cluster craft kota Semarang secara efektif dapat meningkatkan pengetahuan serta memberikan bekal untuk selanjutnya mereka dapat mendesain sendiri kemasan produknya dengan menggunakan bahan-bahan yang aman bagi lingkungan. Kemasan yang ramah lingkungan tidak hanya digunakan untuk menjaga lingkungan, tapi juga sebagai tren baru di kalangan penjual. Saat ini, kemasan yang ramah lingkungan atau segala hal yang bernuansa natural justru banyak dicari dan tampak terlihat menarik serta estetik. Dengan tampilan yang menarik dan estetik kemasan yang ramah lingkungan juga memberikan identitas, keunikan, dan fungsi tambahan pada produk. Hal ini bisa memberikan keunggulan bersaing pada produk sehingga orang lebih tertarik untuk membeli produk tersebut.
5. Pelaku UMKM diharapkan dapat selalu adaptif, sadar terhadap kelestarian lingkungan, serta mulai menggunakan desain kemasan ramah lingkungan. Pengabdian ini diharapkan dapat memberikan dampak positif dan signifikan, apabila para pelaku UMKM dapat mengimplementasikan dalam operasional maupun pemasaran dari produk-produk yang dihasilkan. Daya tarik suatu kemasan sangatlah penting untuk menarik minat konsumen dan mempengaruhi tindakan konsumen baik secara sadar maupun tanpa disadari. Selain itu desain suatu kemasan yang optimal mampu memberikan impresi spontan dan langsung atas tindakan konsumen di tempat penjualan, karena tujuan akhir dari desain kemasan adalah menciptakan penjualan. Kemasan memiliki dua daya tarik, daya tarik visual dan daya tarik fisik. Daya tarik visual mengarah pada penampilan kemasan produk yang mencakup berbagai unsur grafis, antara lain warna, ilustrasi, teks, dan *layout*, sedangkan daya tarik praktis merupakan efektivitas dan efisiensi suatu kemasan yang ditujukan kepada konsumen, distributor, meliputi penyimpanan dan pemajangan. Desain kemasan mempunyai lima prinsip fungsional, pertama kemasan (*packaging*) sebagai pembungkus yang memuat tentang identitas jenis produk dan kegunaannya. Kedua, kemasan secara fisik, kemasan berfungsi sebagai pelindung produk dari benturan, gesekan, guncangan, hentakan dan lain-lain, maka kekuatan bahan menjadi prinsip utama. Ketiga, kemasan yang nyaman dipakai, artinya dapat memberikan rasa nyaman jika disentuh, permukaannya tidak melukai, lentur saat digenggam, mudah dibersihkan, disimpan, stabil bila diletakkan. Kemasan yang dapat didaur ulang sangat diutamakan. Keempat, kemasan yang mampu menampilkan citra produk dan segmentasi pasar pemakainya. Disini melibatkan banyak unsur terutama yang berkaitan dengan imajinasi, selera, dan fantasi

sipemakai. Kemasan disini menerjemahkan siapa pemakainya, status sosial, dimana dan jenis perilaku seperti apa produk mainan tersebut dipakai. Keunikan menjadi nilai penting. Kelima, kemasan yang berprinsip mendukung keselarasan lingkungan. Kemasan yang baik adalah yang; mudah didaur ulang (*recycle*) ke produk baru dan tidak terkontaminasi, bisa dilebur dan dibuat kembali ke produk (*re-use*).

V. SARAN

Kegiatan pengabdian ini perlu adanya tindak lanjut untuk memastikan bahwa para peserta dapat memahami materi pelatihan maupun pendampingan yang telah diberikan. Kelak dapat dilakukan kegiatan serupa yang berisi agenda tindak lanjut dan evaluasi hasil.

VI. DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Klimchuk, M R & S A Krasovec, *Packaging Design: Successful Product Branding from Concept to Shelf*, 2d ed (New Jersey: Wiley, 2012).

Kotler, Philip & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, 10th ed (Jakarta: PT Indeks, 2005).

Kotler, Phillip & Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, 10th ed (Jakarta: Erlangga, 2005).

Tesis :

SUSANTI, SUSANTI, *PENGARUH DESAIN KEMASAN RAMAH LINGKUNGAN, CITRA MEREK RAMAH LINGKUNGAN, DAN PERSEPSI KUALITAS RAMAH LINGKUNGAN TERHADAP KETERIKATAN MEREK RAMAH LINGKUNGAN YANG DIMEDIASI OLEH KEPERCAYAAN RAMAH LINGKUNGAN SURVEY PADA KONSUMEN CHOCOLATE MONGGODI PROVINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA* (other, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, 2020) [unpublished].

Jurnal:

Amaliah, T, “Pelatihan Desain Kemasan Ramah Lingkungan pada Produk Limbah Plastik di Kawasan Teluk Tomini” 2:1 Mopolayio J Pengabdi Ekon.

Apriyanti, Masayu Endang, “Pentingnya Kemasan terhadap Penjualan Produk Perusahaan” (2018) 10:1 Sosio E-Kons 20–27.

Barusman, Andala Rama Putra et al, “UPGRADING PACKAGING UMKM PRODUSEN GULA SEMUT DI DESA SENDANG BARU LAMPUNG TENGAH” (2023) 2:1 J Pengabdi UMKM 8–14.

- Kusumowardani, Pratiwi, “Potensi Pembuatan Produk Kemasan Ramah Lingkungan Studi Kasus Kota Bandung” (2014) 1:1 WIDYAKALA J J Pembang JAYA Univ 17–24.
- Maulida, Sri, “Peluang dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dari Berbagai Aspek Ekonomi.” 2:1 J Ilm Manaj Dan Bisnis.
- Muljani, Ninuk et al, “Pentingnya Merek Dan Kemasan Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Dari Usaha Mikro Dan Kecil” (2020) 3:2 PeKA J Pengabd Kpd Masy 53–64.
- Putri, Kharin Anggraheni et al, “PENDAMPINGAN BRAND POSITIONING UMKM CIRENG BU SUKARNI DESA PASIR LOR KECAMATAN KARANGLEWAS KABUPATEN BANYUMAS” (2023) 2:1 J Pengabd UMKM 34–46.
- Rahmana, Arief, Muchammad Fauzi & Annisa Maharani Suyono, “PENDAMPINGAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL PRODUK MAKANAN DALAM MENJALANKAN BISNIS DI ERA NEW NORMAL DI KOTA BANDUNG” (2021) 4:1 Al-Khidm 49–57.
- Suci, Yuli Rahmini, “PERKEMBANGAN UMKM (USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH) DI INDONESIA” (2017) 6:1 J Ilm Cano Ekon 51–58.