

Edukasi dan Pelatihan Desain Kemasan Ramah Lingkungan untuk UKM

Nina Fapari Arif¹, Yoga Religia², Siti Khusnul Rifani³, Fathi Habibatur Rahman⁴,
Tasrim⁵, Ansri Jayanti⁶

^{1,2,3,4}UPN Veteran Yogyakarta

⁵Universitas PGRI Yogyakarta

⁶Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Makassar Maju

E-mail: nina.fapari@upnyk.ac.id¹, yoga.religia@upnyk.ac.id², siti.khusnul@upnyk.ac.id³,
fathi.habibatur@upnyk.ac.id⁴, asrilpalopo@gmail.com⁵, antimici07@gmail.com⁶

Article History:

Received: 09 Mei 2024

Revised: 23 Mei 2024

Accepted: 27 Mei 2024

Keywords: *Desain Kemasan, Ramah Lingkungan, UKM*

Abstract: *Kegiatan PKM bertemakan desain kemasan yang ramah lingkungan dengan memberikan edukasi dan pelatihan terkait pengemasan. Tujuan kegiatan memberikan solusi pada permasalahan yang telah diidentifikasi dengan memberikan Edukasi dan Pelatihan kepada Pelaku UKM terkait permasalahan Kemasan (packaging). Solusi yang ditawarkan adalah 1) memberikan Edukasi tentang pentingnya Kemasan dan Material yang ramah lingkungan, 2) memberikan pelatihan membuat rancangan desain menggunakan aplikasi canva, 3) Edukasi tentang estimasi biaya material kemasan dan sistem pemasaran, dan 4) edukasi Pengolahan Limbah kemasan. Hasil kegiatan PKM: 1) Pelatihan dapat dilakukan dengan lancar dalam bentuk tatap muka (luring) dan secara daring (online), 2) Peserta pelatihan mampu berpartisipasi secara aktif dan interaktif dalam kegiatan pengabdian masyarakat, 3) Peserta pelatihan memiliki kemampuan untuk memahami materi pelatihan yang disampaikan oleh tim PKM. 4) Peserta pelatihan dapat memahami penjelasan yang diberikan dan melatih diri menggunakan materi-materi yang telah diberikan*

PENDAHULUAN

1. Latar belakang

Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) merupakan salah satu dari Tri Dharma perguruan tinggi yang bermaksud memberikan manfaat kepada masyarakat atas perkembangan ilmu pengetahuan. PKM dikemas dalam bentuk program yang dapat memberikan solusi pada permasalahan masyarakat dalam Dunia Industri maupun dalam lingkungan sosial kemasyarakatan.

Salah satu fokus *Social Development Goal (SDGs)* adalah *Green Economy*. Dengan semakin sadarnya negara-negara di dunia akan ekologis dan pentingnya pembangunan berkelanjutan, maka semakin penting untuk mengevaluasi dan meningkatkan kinerja lingkungan hidup, sosial, dan tata kelola (ESG) dan pengelolaan sumber daya alam (NRM)

negara-negara, khususnya negara-negara yang memiliki pengaruh di seluruh dunia (Lee et al., 2021). Keberhasilan dalam mencapai tujuan pembangunan yang berkelanjutan dan menjaga keseimbangan yang sehat antara pertumbuhan ekonomi, perlindungan lingkungan, dan kesejahteraan sosial bergantung pada penilaian dan perbaikan terus-menerus terhadap faktor-faktor tersebut (Litvinenko et al., 2022). Di samping itu, ada analisis menyeluruh terhadap berbagai aspek pembangunan berkelanjutan dan peralihan ke arah lingkungan keberlanjutan (Gu et al., 2023; Majid Khan, 2023), yang mengaitkan manajemen sumber daya alam dengan dampak lingkungan, menyoroti urgensi untuk memahami secara menyeluruh hubungan antara dampak lingkungan dan manajemen sumber daya. Hal tersebut mendasari Perusahaan manufaktur dalam memproduksi barang saat ini harus memperhatikan unsur kemasan yang berwawasan lingkungan hijau dan *green economy*.

Pengemasan adalah langkah untuk memberikan wadah atau perlindungan pada produk sebelum dipasarkan dan didistribusikan. Manfaatnya termasuk melindungi produk dari kerusakan fisik, perubahan selama penyimpanan dan pengiriman hingga mencapai konsumen akhir. Peran pengemasan sangat vital dalam mempromosikan produk, memberikan informasi kepada konsumen tentang produk, dan membantu dalam mengidentifikasi merek, namun dalam Penilaian Siklus Hidup (*Life Cycle Assessment/LCA*), pengemasan dianggap memberikan dampak negatif terhadap lingkungan karena penggunaan bahan-bahan dan tantangan terkait pembuangan saat mencapai akhir masa pakainya (Grant et al., 2015).

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, tim PKM mengidentifikasi masalah kemasan yang terjadi pada UKM mencakup keterbatasan sumber daya, biaya produksi yang tinggi, dan kurangnya akses terhadap teknologi pengemasan modern. Masalah pembuangan limbah kemasan juga menjadi perhatian, karena UKM sering kali tidak memiliki infrastruktur atau sumber daya yang memadai untuk mengelola limbah kemasan secara efisien. Dampaknya bisa negatif terhadap lingkungan dan meningkatkan biaya operasional. Pelaku UKM yang telah diidentifikasi berjumlah 17 Pelaku UKM, dengan rincian data sebagai berikut:

Tabel 1. Pelaku UKM

No	Bidang UKM	Jumlah
1	Kuliner dan Makanan Ringan	12
2	Kerajinan	5
Total		17

3. Tujuan kegiatan

Tujuan kegiatan PKM dilaksanakan memberikan solusi pada permasalahan yang telah diidentifikasi dengan memberikan Edukasi dan Pelatihan kepada Pelaku UKM terkait permasalahan Kemasan (*packaging*). Solusi yang ditawarkan adalah 1) memberikan Edukasi tentang pentingnya Kemasan dan Material yang ramah lingkungan, 2) memberikan pelatihan membuat rancangan desain menggunakan aplikasi canva, 3) Edukasi tentang estimasi biaya material kemasan dan sistem pemasaran, dan 4) edukasi Pengolahan Limbah kemasan.

4. Kajian literatur

Pengemasan harus memperhitungkan desain, bahan, dan prosesnya (Soroka, 2015). Kemasan memiliki peran yang sangat penting dalam pemasaran produk, oleh karena itu, penting untuk memastikan efektivitasnya (Krasovec S.A & Klimchuk M.R., 2006). Selain itu,

pengemasan harus mempertimbangkan aspek estetika dan kreatif dalam proses desain, serta memperhatikan aspek teknis dan pemilihan bahan, teknik pembuatan, keberlanjutan pengemasan, dan merancang kemasan yang ramah lingkungan. Kemasan dapat berupa berbagai jenis seperti kantong plastik, botol, kaleng, kotak karton, dan lain-lain, tergantung pada jenis produk yang dijual. Di dalam kemasan, terdapat informasi penting terkait produk seperti petunjuk penggunaan, tanggal kedaluwarsa, informasi nutrisi (jika produk makanan), dan berbagai detail lain yang dibutuhkan oleh konsumen. Selain untuk melindungi produk, kemasan juga dapat berperan dalam meningkatkan citra merek dari suatu produk.

Dalam industri makanan, (Robertson, 2004) menjelaskan bahwa kemajuan teknologi telah memberikan dampak pada inovasi dalam pengemasan yang diterapkan. Ini meliputi kemajuan dalam distribusi, infrastruktur distribusi, teknologi pasca panen, serta model ritel baru dan domestik seperti peralatan lemari es, *freezer*, dan *oven microwave*. Contohnya, perkembangan *oven microwave* telah mempercepat pengembangan kemasan yang praktis untuk berbagai jenis makanan. Selain itu, faktor-faktor seperti aspek sosial budaya, tren demografis, gaya hidup konsumen, dan kondisi ekonomi juga menciptakan permintaan pasar yang cukup untuk mendukung inovasi dalam pengemasan. Di luar sektor makanan, berbagai produk membutuhkan kemasan dalam proses pemasaran mereka. Salah satu aspek penting dalam daya tarik sebuah produk adalah memiliki kemasan yang unik dan menarik. Ini terjadi pada produk-produk dari UKM, seperti kerajinan atau makanan, yang sering dikemas dengan sentuhan unik yang mencerminkan karakteristik khas. Ini tidak hanya memberikan nilai seni pada produk, tetapi juga membuatnya menjadi ikonik.

Dalam era di mana konektivitas informasi semakin meningkat, konsumen memiliki akses yang lebih luas untuk memperoleh informasi tentang praktik bisnis dan tanggung jawab lingkungan perusahaan. Selain dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen, situasi ini juga membuka peluang untuk bermitra dengan bisnis atau kelompok yang memiliki tujuan dan prinsip yang sejalan dengan praktik keberlanjutan (Arimbawa et al., 2022; Purnamasari, 2023). Pengembangan kemasan yang lebih ramah lingkungan juga bisa menjadi peluang untuk masuk ke pasar global yang semakin memperhatikan keberlanjutan. Regulasi lingkungan yang ketat semakin ditegakkan dalam perdagangan lokal, nasional, dan internasional oleh pemimpin pasar (Effendi, 2021).

METODE

Kegiatan PKM ini dilaksanakan dengan metode Edukasi dan Pelatihan pada UKM.

1. Edukasi

Metode ini dilaksanakan dengan proses pengidentifikasian masalah pada pelaku UKM. Proses identifikasi dilakukan menggunakan teknik wawancara dan FGD. Pelaku UKM yang hadir berjumlah 12 UKM di bidang Kuliner dan Makanan Ringan, serta 5 UKM bidang kerajinan. Pertama-tama Tim PKM memberikan penjelasan tentang *Green Packaging* selanjutnya memperkenalkan mengenai aplikasi yang dapat dibuat dalam membuat desain dengan mudah dan tidak dipungut biaya, Edukasi tentang estimasi biaya material kemasan dan sistem pemasaran, dan edukasi Pengolahan Limbah kemasan. Pelatihan dilakukan dengan dua metode yakni secara Luring bertempat di Kantor Kelurahan Batua Jl. Abd. Dg. Sirua dan Daring karena Nara Sumber berada pada lokasi yang berbeda.

2. Pelatihan

Pelatihan dilakukan pada Pelaku UKM yang menghadiri kegiatan tersebut dengan Total 17 UKM. Setelah memberikan Edukasi secara Luring dilanjutkan pelatihan dengan

Daring yaitu memberikan pelatihan membuat rancangan desain menggunakan aplikasi Canva, Edukasi dan pelatihan tentang estimasi biaya material kemasan dan sistem pemasaran, serta edukasi Pengolahan Limbah kemasan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaku UKM yang mengikuti kegiatan PKM ini sebanyak 17 bidang UKM. Terdiri Atasi 15 Pelaku UKM bergerak di bidang Kuliner dan Makanan ringan dan 5 Pelaku UKM lainnya bergerak di bidang Kerajinan. Kegiatan Pertama dilakukan secara Luring dengan memberikan Edukasi kepada pelaku UKM mengenai pentingnya *Packging*, dan mengenai *green economy* agar kemasan yang dilakukan mendukung program SDGs dengan menerapkan *green Packging*. Daftar peserta yang hadir sebanyak 17 Pelaku UKM.

Tabel. 2 Daftar Peserta

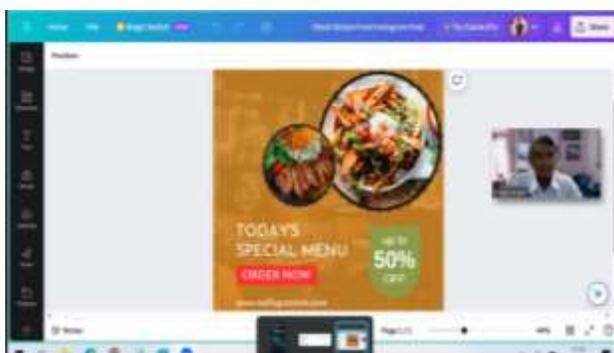
No	Bidang UKM	Jumlah
1	Kuliner dan Makanan Ringan	12
2	Kerajinan	5
Total		17

Pada tahap pertama, Tim PKM melakukan diskusi dan FGD terkait masalah-masalah yang dialami oleh Pelaku UKM dari segi Pengemasan dan Pemasaran. Diskusi dan FGD dilaksanakan secara Luring di Kantor lurah.



Gambar 1. Diskusi dan FGD

Selanjutnya dilakukan edukasi dan pelatihan melalui Daring. Kegiatan edukasi dan pelatihan menggunakan aplikasi Canva untuk melatih pelaku UKM membuat Design sederhana sesuai kebutuhan dan mengoptimalkan fitur gratis sebagai media latihan. Selanjutnya disesuaikan dengan kebutuhan Pelaku UKM untuk meningkatkan ke fitur premium.



Gambar 2. Edukasi dan Pelatihan menggunakan aplikasi canva

Canva adalah platform desain online yang menyediakan berbagai alat editing untuk membuat beragam desain grafis, termasuk poster, flyer, infografik, banner, kartu undangan, presentasi, sampul Facebook, dan lainnya. Selain itu, Canva juga menyediakan alat untuk mengedit foto seperti editor foto, filter foto, bingkai foto, stiker, ikon, dan desain grid. Antarmuka Canva mudah dipahami bahkan oleh pemula. Selain itu, Canva dapat diakses melalui perangkat desktop maupun mobile, memungkinkan pengguna untuk berkreasi kapan saja dan di mana saja (Nayoan, 2019).

Kegiatan berikutnya adalah Edukasi tentang estimasi biaya material kemasan dan pelatihan sistem pemasaran menggunakan *emarket place* dan platform *online* yang dapat dioptimalkan oleh pelaku UKM dalam memperluas jangkauan pemasarannya.



Gambar 3. Edukasi Material Kemasan dan Pelatihan Pemasaran

Penilaian desain kemasan melibatkan evaluasi menyeluruh terhadap desain yang ada (Santosa & Ramayasa, 2019; Wadud & Fitriani, 2021). Proses ini mencakup analisis yang mendalam terhadap bahan yang digunakan, proses produksi, dan dampak lingkungan dari kemasan yang sedang dievaluasi. Hasil dari evaluasi ini memungkinkan identifikasi kelemahan serta potensi perbaikan. Pemahaman ini menjadi dasar untuk mengambil langkah-langkah selanjutnya dalam pengembangan kemasan yang lebih ramah lingkungan.

Setelah edukasi pemilihan material kemasan, dilanjutkan dengan pelatihan pemasaran dengan sistem *online* di *marketplace*. Menurut (Kotler, 2010), pemasaran online adalah semua upaya yang dilakukan untuk memasarkan produk atau jasa melalui atau dengan menggunakan media internet. *Marketplace* memiliki berbagai fitur yang memfasilitasi masuknya pelaku bisnis ke dalam platform digital, yang pada gilirannya dapat meningkatkan penjualan dan keuntungan usaha. Di Indonesia, terdapat banyak *marketplace* (Arif, 2019; Fapari Arif et al., 2023) yang menyediakan platform bagi pelaku UMKM untuk mempromosikan produk mereka, termasuk Tokopedia, Shopee, Lazada, Blibli, Bukalapak, dan sebagainya.

Kegiatan terakhir adalah memberikan edukasi Pengolahan Limbah kemasan. Pemateri dari Tim PKM memberikan edukasi pada para pelaku UKM untuk dapat mengolah kembali limbah plastik yang ada, dan berupaya menerapkan penggunaan bahan material kemasan yang ramah lingkungan untuk mendukung *green economy* dan *green packing*.



Gambar 4. Edukasi Pengolahan Limbah Kemasan

Menurut Ayat & Farhan, (2018), masalah lingkungan yang berasal dari limbah plastik adalah suatu permasalahan yang mendesak untuk diatasi. Plastik yang menjadi limbah sulit terurai secara alami dan membutuhkan waktu sekitar 80 tahun untuk terurai kembali menjadi bagian dari tanah. Sehingga optimalisasi pengolahan limbah kemasan yang berasal dari plastik perlu ditingkatkan dan beralih pada kemasan yang ramah lingkungan.

Dari rangkaian edukasi dan pelatihan yang dilakukan diharapkan materi yang diberikan dapat membantu para pelaku UKM untuk dapat membuat rancangan design kemasan, menggunakan kemasan yang bahannya ramah lingkungan, mampu memanfaatkan media online untuk memperluas jangkauan dan mengoptimalkan pengolahan limbah plastik untuk mendukung ekonomi hijau. Para pelaku UKM menunjukkan antusiasme dan interkasi dalam melaksanakan kegiatan PKM ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pelatihan yang dilakukan, dapat disimpulkan hal-hal berikut: 1) Pelatihan dapat dilakukan dengan lancar dalam bentuk tatap muka (luring) dan secara daring (*online*), 2) Peserta pelatihan mampu berpartisipasi secara aktif dan interaktif dalam kegiatan pengabdian masyarakat, 3) Peserta pelatihan memiliki kemampuan untuk memahami materi pelatihan yang disampaikan oleh tim PKM. 4) Peserta pelatihan dapat memahami penjelasan yang diberikan dan melatih diri menggunakan materi-materi yang telah diberikan.

Untuk selanjutnya, pengembangan pengabdian dapat dilakukan dengan pelatihan pembuatan konten kreatif dan pemasaran hasil optimalisasi kemasan yang telah dibuat dalam bentuk karya yang bernilai ekonomis. Dengan demikian menumbuhkan kesadaran lingkungan dan berpotensi untuk peningkatan pasar baru dalam industri kreatif.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Tim PKM menghaturkan terima kasih atas dukungan dari Tim PKM Doosen UPN Veteran Yogyakarta, Dosen UPY Yogyakarta dan Dosen STIE Makassar Maju. Partisipasi aktif para pelaku UKM, panitia kegiatan dan pak lurah yang telah memfasilitasi tempat kegiatan secara tatap muka.

DAFTAR REFERENSI

- Arif, N. (2019). Marketing Capability, Business Model Innovation Quality And Smes Growth Performance. *International Journal Of Advanced Research*, 7(5), 1096–1105. <https://doi.org/10.21474/ijar01/9138>
- Arimbawa, A., Sumarwahyudi, S., Aruna, A., Faydinda Putri Ishlah, N., Inayah, L., & Aziza Fitriya, U. (2022). Strengthening The Tempe Souvenir Packaging Design In Sanan Village,

- Malang. *Kne Social Sciences*, 70–76. <https://doi.org/10.18502/Kss.V7i13.11646>
- Ayat & Farhan. (2018). *Cipta Kreasi Limbah Plastik*. Kementerian Pendidikan & Kebudayaan.
- Effendi, I. N. (2021). *Peningkatan Pemasaran Produk Melalui Pelatihan Disain Kemasan Dan Promosi Multimedia Keripik Tempe Desa Kuamang Gading Kota Jambi*. 5(4), 1856–1865. <https://doi.org/10.31764/Jmm.V5i4.5062>
- Fapari Arif, N., Habibatur Rahman, F., Khusnul Rifani, S., Jayanti, A., (2023). Scale Of Consumer Motivation On Business Performance In Smes In Yogyakarta. *Southeast Asian Journal Of Management And Research*, 1(2). <https://doi.org/10.61402>
- Grant, T., Barichello, V., & Fitzpatrick, L. (2015). Accounting The Impacts Of Waste Product In Package Design. *Procedia Cirp*, 29, 568–572. <https://doi.org/10.1016/J.Procir.2015.02.062>
- Gu, X., Shen, X., Zhong, X., Wu, T., & Rahim, S. (2023). Natural Resources And Undesired Productions Of Environmental Outputs As Green Growth: Ekc In The Perspective Of Green Finance And Green Growth In The G7 Region. *Resources Policy*, 82, 103552. <https://doi.org/10.1016/J.Resourpol.2023.103552>
- Kotler, P. (2010). *Manajemen Pemasaran* (Jilid 1 Dan 2). Erlangga.
- Krasovec S.A & Klimchuk M.R. (2006). *Packaging Design*. Wiley.
- Lee, T.-C., Anser, M. K., Nassani, A. A., Haffar, M., Zaman, K., & Abro, M. M. Q. (2021). Managing Natural Resources Through Sustainable Environmental Actions: A Cross-Sectional Study Of 138 Countries. *Sustainability*, 13(22), 12475. <https://doi.org/10.3390/Su132212475>
- Litvinenko, V., Bowbrick, I., Naumov, I., & Zaitseva, Z. (2022). Global Guidelines And Requirements For Professional Competencies Of Natural Resource Extraction Engineers: Implications For Esg Principles And Sustainable Development Goals. *Journal Of Cleaner Production*, 338, 130530. <https://doi.org/10.1016/J.Jclepro.2022.130530>
- Majid Khan, K. Z. (2023). Shifting Gender Roles In Society And The Workplace: Implications For Environmental Sustainability. *Sherwan*, 1(1), 9–17.
- Nayoan, A. (2019, November 29). *Cara Menggunakan Canva: Tutorial Membuat Design Gratis*. Retrieved From Niagahoster: <https://www.niagahoster.co.id/blog/caramenggunakan-canva/>.
- Purnamasari, Et Al. (2023). Pengembangan Brand Guideline Merk Industri Susu Lokal. *Caradde: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1).
- Robertson, G. L. (2004). *Food Packaging Technology*, Coles R, Mcdowell D, Kirwan Mj (Eds). Blackwell: Oxford, Uk. Isbn 1-84127-221-3. Published In The Usa And Canada (Only) By Crc Press Llc, Boca Raton, Fl, Usa. Isbn 0-8493-9788-X. 346 Pages. *Packaging Technology And Science*, 17(6), 333–335. <https://doi.org/10.1002/Pts.655>
- Santosa & Ramayasa. (2019). Desain Dan Labeling Kemasan Yang Menarik Dan Informatif Dengan Memanfaatkan Teknologi Informasi. *Sindimas*, 1(1), 91–95.
- Wadud, A. M., & Fitriani, E. (2021). Pelatihan Desain Kemasan Dalam Rangka Peningkatan Nilai Jual Produk Umkm Di Kabupaten Kuningan. *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 177. <https://doi.org/10.24235/Dimasejati.V3i2.9249>