



## **Pelatihan Desain Kemasan Ramah Lingkungan pada Produk Limbah Plastik di Kawasan Teluk Tomini**

**Tri Handayani Amaliah<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo, Jl. Jend. Sudirman No. 6 Kota Gorontalo, Gorontalo 96128, Indonesia

E-mail: [triamaliah@ung.ac.id](mailto:triamaliah@ung.ac.id)<sup>1</sup>

---

### **Article History:**

Received: 28-10-2022

Revised: 25-11-2022

Accepted: 27-11-2022

### **Abstract:**

Desain kemasan merupakan salah satu determinan penjualan suatu produk. Inovasi yang tercipta pada kemasan produk dapat mempengaruhi nilai jual produk yang ditawarkan. Nilai jual meningkat seiring dengan peningkatan nilai tambah yang melekat pada produk. Akan tetapi, realitasnya masyarakat Di Desa Huangobotu yang merupakan salah satu desa yang terdapat di Kawasan teluk Tomini belum memahami pentingnya arti kemasan terhadap produk souvenir yang dihasilkan dari limbah plastik. Program pengabdian ini memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat melalui pelatihan inovasi desain kemasan sehingga dapat berperan dalam peningkatan penjualan souvenir yang dihasilkan dari limbah plastik. Pelatihan inovasi desain kemasan dapat meningkatkan keterampilan masyarakat terhadap penciptaan desain kemasan yang menjadikan souvenir yang dihasilkan dari limbah plastik menjadi lebih bernilai. Metode yang digunakan dalam program pengabdian ini adalah metode demonstrasi atau peragaan pembuatan kemasan disertai contoh kemasan dengan disesuaikan model produk yang dihasilkan. Selain metode demonstrasi program pengabdian ini juga menggunakan metode diskusi dan *sharing* pengalaman dari peserta pelatihan. Program ini bekerjasama dengan Kantor Desa Huangobotu sebagai mitra program. Peran aparat Desa Huangobotu pada program pengabdian ini yaitu sebagai fasilitator dalam menghadirkan masyarakat khususnya istri-istri nelayan yang memiliki keahlian mengolah sampah plastik menjadi souvenir. Program pengabdian ini dilaksanakan pada bulan Maret 2022 dan dihadiri sebanyak 20 peserta.

**Keywords:** *Sampah Plastik, Kemasan, Teluk Tomini*

---

## **Pendahuluan**

Berbicara tentang sampah plastik merupakan topik yang menarik untuk dikaji. Hingga saat ini sampah plastik masih menyisakan berbagai persoalan yang tengah dihadapi oleh masyarakat. Oleh karena itu, berbagai solusi dalam memecahkan persoalan sampah plastik telah berupaya dilakukan oleh berbagai lapisan masyarakat, baik di wilayah perkotaan maupun di daerah pesisir. Demikian halnya strategi yang telah dilakukan oleh masyarakat di Desa Huangobotu Kawasan Teluk Tomini, yang telah mengubah sampah plastik menjadi benda-benda yang bermanfaat berupa souvenir. Program pengabdian ini merupakan kelanjutan dari program pengabdian kepada masyarakat terdahulu berupa literasi pemasaran digital pada limbah plastik.

Mewujudkan peningkatan nilai jual dan pembangunan masyarakat pesisir berwawasan bisnis, dapat dilakukan melalui upaya edukasi dalam bentuk pelatihan dalam mendesain kemasan produk dari limbah plastik bagi masyarakat di Desa Huangobotu. Tujuan yang ingin dicapai dalam program pengabdian kepada masyarakat ini, yaitu untuk meningkatkan kompetensi masyarakat pesisir dalam mendesain produk souvenir yang berbahan dasar limbah plastik yang inovatif. Dalam mengimplementasikan keterampilan yang dimiliki oleh masyarakat pesisir di desa Huangobotu dalam menciptakan produk souvenir berbahan dasar sampah plastik tentunya tidak dapat dimaknai secara dikotomi. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa antara desain dan kemasan dan souvenir yang dihasilkan dari limbah plastik sebenarnya merupakan satu kesatuan yang tak terpisahkan yang dibutuhkan agar produk souvenir memiliki nilai tambah yang dapat meningkatkan nilai jual produk tersebut. Mufreni (2016) dalam penelitiannya menemukan bahwa kemasan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Desain kemasan tak terlepas dari fakta suatu produk yang dipasarkan sehingga desain dapat dikatakan juga memberikan kesan kualitas dari suatu produk.

Di sisi yang lain, Wahyuni dan Ernawati (2020) mengungkapkan bahwa kemasan yang menarik dapat mempengaruhi psikologi calon konsumen. Konsep desain kemasan dapat menyentuh sisi emosional konsumen sehingga berdampak pada keputusan membeli. Sementara itu, Lifu (2012) menjelaskan, kemasan produk dapat berfungsi sebagai alat promosi. Kemasan produk yang baik dan menarik dapat menciptakan pasar dan mengurangi biaya iklan. Ahmad dan Kanwal (2021) mengemukakan bahwa kemasan yang ramah lingkungan dan mengikuti gaya hidup modern yang didukung oleh kualitas produk paling diminati oleh konsumen.

## Metode

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk membentuk kesadaran akan pentingnya inovasi dan desain produk serta peningkatan keterampilan mendesain kemasan produk. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Kawasan teluk Tomini, tepatnya di Desa Huangobotu. Waktu pelaksanaan pada bulan Maret 2022. Adapun peserta pelatihan dihadiri sebanyak 20 orang. Partisipan merupakan masyarakat Desa Huangobotu yang telah menghasilkan produk souvenir berbahan dasar plastik siap jual. Sementara itu, mekanisme yang dilakukan terdiri dari 3 tahapan yaitu:

### 1) Persiapan,

Pada tahapan ini dilakukan observasi lokasi pengabdian dan berkoordinasi tentang teknis pelaksanaan pengabdian dengan pemerintah Desa Huangobotu. Pemerintah desa merupakan fasilitator yang berperan memediasi tim pengabdian dengan masyarakat Desa Huangobotu khususnya istri-istri nelayan yang telah memproduksi souvenir yang terbuat dari limbah plastik.

### 2) Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dalam bentuk workshop secara tatap muka melalui presentasi, *sharing* pengalaman, diskusi dan peragaan teknis pembuatan kemasan souvenir.

### 3) Monitoring

Monitoring dilakukan oleh tim pengabdian untuk melihat sejauh mana implementasi terhadap keterampilan yang telah dimiliki selama proses pelatihan. Selain itu, monitoring juga dilakukan melalui media komunikasi WhatsApp.

## **Hasil**

### ***Tahapan Persiapan***

Seperti yang telah dikemukakan sebelumnya, bahwa kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk 1) menumbuhkan kesadaran masyarakat yang memiliki keahlian membuat souvenir dari limbah plastic akan pentingnya kemasan yang inovatif dan 2) meningkatkan kompetensi masyarakat Di Kawasan Teluk Tomini khususnya di desa Huangobotu terkait keterampilan membuat kemasan yang inovatif pada produk souvenir yang telah dihasilkan masyarakat berbahan dasar limbah sampah plastik. Melalui kegiatan pengabdian ini dosen dan mahasiswa dapat mengaplikasikan ilmu yang dimiliki kepada masyarakat, selain itu mahasiswa juga dapat memberikan pengalaman mahasiswa belajar di luar kampus melalui interaksi yang dilakukan dengan masyarakat di Desa Huangobotu. Program pengabdian ini menitikberatkan pada penguatan kompetensi dalam merancang dan mendesain kemasan yang inovatif sebagai wadah untuk produk souvenir yang berasal dari limbah sampah plastik. Untuk melaksanakan kegiatan pengabdian ini, diawali dengan tahapan persiapan. Tahapan persiapan meliputi koordinasi dengan aparat desa. Koordinasi bertujuan untuk melakukan identifikasi permasalahan yang tengah dihadapi oleh masyarakat desa serta diskusi solusi terhadap pokok permasalahan serta perencanaan pelaksanaan kegiatan pengabdian. Kegiatan koordinasi kemudian dilanjutkan dengan perekrutan mahasiswa anggota tim pengabdian. Setelah melakukan tahapan persiapan, langkah selanjutnya adalah tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian.

### ***Tahapan Pelaksanaan***

Setelah dilakukan tahapan persiapan, maka selanjutnya akan diuraikan tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Huangobotu. Jumlah peserta yang hadir pada kegiatan workshop dihadiri sebanyak 20 peserta pelatihan. Peserta pelatihan terdiri dari istri-istri nelayan yang memiliki keterampilan menghasilkan produk souvenir berbahan limbah sampah plastik. Tahapan pelaksanaan pengabdian diawali dengan edukasi tentang fungsi dan manfaat kemasan pada suatu produk. Edukasi tentang fungsi dan manfaat kemasan diharapkan dapat menumbuhkan kesadaran kepada peserta pelatihan akan pentingnya melakukan inovasi desain kemasan untuk produk souvenir yang telah dihasilkan oleh masyarakat desa. Edukasi tentang fungsi dan manfaat kemasan suatu produk juga sekaligus memperkenalkan kepada peserta bahan dasar dari kemasan yang ramah lingkungan sebagai salah satu poin penting dari kemasan yang akan dibuat. Pada sesi pengenalan bahan-bahan kemasan pemateri memberikan contoh beberapa produk kemasan yang berbahan dasar plastik dan kemasan yang berbahan ramah lingkungan. Selanjutnya, pemateri memberikan pencerahan mengapa memilih produk kemasan yang ramah lingkungan. Edukasi tentang kemasan yang ramah lingkungan juga akan memberikan pencerahan kepada masyarakat bahwa dalam melakukan aktivitas bisnis hendaknya masyarakat tidak melupakan kepedulian terhadap lingkungan.



Gambar 1. Produk souvenir dan penggunaan kemasan ramah lingkungan

Program pelatihan pembuatan kemasan yang inovatif dilakukan melalui metode workshop dengan sesi presentasi pengenalan bahan kemasan yang ramah lingkungan, perlengkapan dan peralatan untuk membuat kemasan. Sesi akhir dari workshop dilakukan proses diskusi dan sharing pengalaman antara peserta dan tim pengabdian. *Sharing* pengalaman dimaksudkan untuk mengetahui pengalaman yang pernah dilakukan oleh peserta pelatihan terkait produk kemasan dari produk yang telah dihasilkan. Pada proses sharing peserta pelatihan juga disuguhkan penayangan beberapa alternatif contoh kemasan yang ramah lingkungan yang memungkinkan untuk dijadikan inspirasi dalam berinovasi menghasilkan desain kemasan yang praktis namun menarik. Kegiatan workshop ini juga dibantu dengan menggunakan media peralatan berupa laptop dan lcd. Memberikan kesempatan *sharing* pengalaman, diskusi dengan peserta pelatihan serta penayangan video produk-produk yang menggunakan kemasan yang ramah lingkungan dalam berjualan menjadikan kegiatan workshop berjalan efektif dan menyenangkan. Hal ini terlihat dari ekspresi dan antusias peserta mengikuti kegiatan workshop hingga selesai.

Kemasan yang terlihat menarik dalam suatu produk bukan hanya mampu memberikan arti tentang kualitas suatu produk tetapi juga memberikan daya tarik tersendiri terhadap produk yang dipasarkan, Kemasan suatu produk merupakan alat promosi yang efektif. Hasil penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti menemukan bahwa kemasan yang inovatif berpengaruh terhadap peningkatan penjualan suatu produk (Ahmad dan Kanwal, 2021; Lifu, 2012; serta Wahyuni dan Ernawati, 2020).

### ***Tahapan Monitoring***

Tahapan akhir dari kegiatan pengabdian ini yaitu tahapan monitoring, Kegiatan monitoring dilakukan oleh tim pengabdian kepada masyarakat. Tahapan monitoring bertujuan untuk memantau implementasi keberlanjutan program pengabdian yang telah diikuti oleh para peserta. Dengan kata lain, pada tahapan monitoring tim pengabdian ingin melihat bagaimana penerapan keterampilan yang telah dimiliki peserta pelatihan tentang penciptaan desain kemasan produk yang telah dimiliki dapat diterapkan secara berkelanjutan. Selain itu, kegiatan monitoring juga dilakukan untuk melihat sejauh mana implementasi yang telah dilakukan dan kendala yang mungkin dihadapi dalam menerapkan ilmu pengetahuan dan keterampilan yang telah dimiliki selama kegiatan pelatihan berlangsung. Penerapan keterampilan dalam

pembuatan kemasan produk dimaksudkan untuk dapat meningkatkan produktiitas dan pendapatan istri-istri nelayan di Desa Huangobotu sebagai peserta pelatihan inovasi desain kemasan produk. Pelatihan pembuatan kemasan produk merupakan upaya dalam strategi promosi yang hemat biaya. Dalam kegiatan monitoring terlihat bahwa peserta pelatihan telah terampil dalam mengimplementasikan ilmu pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki dalam pembuatan kemasan yang berbahan dasar yang ramah lingkungan. Pemanfaatan ilmu pengetahuan yang dimiliki diharapkan dapat membantu dalam peningkatan produktivitas sebagai upaya meningkatkan taraf hidup masyarakat di Desa Huangobotu.

## **Diskusi**

Rosandi dan Sudarwanto (2014) menjelaskan bahwa berhasil tidaknya desain kemasan suatu produk bergantung dari penafsiran konsumen. Oleh karena itu estetika menjadi salah satu faktor penentu. Melalui estetika yang melekat dalam suatu kemasan memberikan daya tarik tersendiri bagi konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Sejalan dengan hasil penelitian Apriyanti (2018) menemukan bahwa kemasan yang menarik dalam persepsi pelanggan mempengaruhi peningkatan penjualan suatu produk.

## **Kesimpulan**

Berdasarkan uraian kegiatan pengabdian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan: 1) Pengetahuan dan keterampilan masyarakat di Kawasan Teluk Tomini Desa Huangobotu masih terbatas dalam merancang dan mendesain kemasan produk yang berbahan ramah lingkungan. 2) Peserta pelatihan belum menyadari akan pentingnya menggunakan produk kemasan yang ramah lingkungan dalam berbisnis. 3) Melalui program pengabdian ini masyarakat peserta pelatihan semakin dapat memahami dan menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama pelatihan dalam berbisnis.

## **Pengakuan/Acknowledgements**

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Universitas Negeri Gorontalo yang telah memfasilitasi kegiatan pengabdian ini. Terima kasih tak terhingga juga kami sampaikan kepada Pemerintah Desa Huangobotu atas kesediaan waktu dan kesempatan yang telah memediasi terselenggaranya kegiatan pengabdian ini, sehingga kegiatan ini dapat berjalan secara efektif. Kepada peserta pelatihan kemasan produk yang ramah lingkungan yang telah mengikuti kegiatan pelatihan dengan diucapkan terima kasih yang tak terhingga. Diharapkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bermanfaat bagi masyarakat di Desa Huangobotu khususnya dan bagi masyarakat secara luas.

## Daftar Referensi

- Ahmad, N dan Kanwal, S. 2021. Packaging Elements And Their Impact On Consumer Buying Behavior In Pakistan. Indian Journal Of Economics And Deelopment. <https://doi.org/10.17485/IJED/v9.59>
- Apriyanti, M.E. 2018. Pentingnya Kemasan Terhadap Penjualan Produk Perusahaan. Sosio e-kons. Vol.10, No.1. Hal.20-27. [http://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/sosio\\_ekons](http://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/sosio_ekons)
- Mufrenia, A. NF. 2016. Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan Dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus The Hijau Serbuk Tocha). Jurnal Ekonomi Manajemen, Vol.2, No.2, Hal.48-54
- Raheem, A.R., Wishnu, P., dan Ahmed, A.M. 2014. Impact Of Product Packaging On Consumer's Buying Behavior. European Journal Of Scientific Research, Vol..122, No.2
- Rosandi, S. dan Sudarwanto, T. 2014. Pengaruh Citra Merk dan Desain Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Susu Ultra (Studi Pada Cafeteria Srikandi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya). Jurnal Pendidikan Tata Niaga. JPTN 2(2). <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/8022>
- Wahyuni, I. dan Ernawati, S. 2020. Analisis Pengaruh Product Assortment dan Desain Kemasan Terhadap Minat Beli Pada UMKM Di Kota Bima. Jurnal Sekretaris Dan Manajemen, olume 4, No.1, Hal.49-53