

PEMBUATAN KANTONG KAIN “TOTE BAG” SEBAGAI PENGANTI KANTONG PLASTIK PADA PEMUDA WIRAUSAHA BLITAR

¹Nurul Farida, ²Sri Widoretno, ³Eko Yuliasuti

Universitas Islam Balitar

*e-mail: nurifarida27@gmail.com

Abstrak: Tujuan dari Pengabdian kepada Masyarakat dalam bentuk pelatihan membuat kantong belanja kain *tote bag* ini merupakan salah satu jalan untuk menekan banyaknya limbah plastik dan mendukung peraturan pemerintah dalam pengurangan penggunaan plastik. Peraturan tersebut membawa dampak yang positif bagi para pemuda wirausaha di Blitar atau Formusa untuk membuat tas belanja *tote bag* yang ramah dengan alam dan terbuat dari kain. *Tote bag* adalah tas jinjing yang terbuat dari kain kanvas yang biasa digunakan sebagai tempat bawaan saat belanja, bawa buku bahkan anak sekolah dan para remaja sekarang banyak yang menggunakan *tote bag*, ini dikarenakan *tote bag* mudah dibawa, multifungsi, simple, elegan dan disukai oleh semua kalangan. Metode kegiatan membuat *tote bag* diawali dengan FGD. Melalui FGD ini dihasilkan pemuda di Formusa tidak bisa membuat sendiri sehingga membutuhkan waktu yang lama dan harga jual yang mahal. Kegiatan yang kedua adalah pembuatan *tote bag* dari persiapan bahan sampai produk jadi. Berdasarkan hasil kegiatan pembuatan kantong belanja kain *tote bag* peserta mendapatkan banyak ide-ide kreatif untuk mengembangkan dan berinovasi dalam membuat *tote bag* kearah yang lebih bagus lagi sesuai dengan selera dan kebutuhan konsumen.

KATA KUNCI: FORMUSA, KANTONG KAIN, KANTONG PLASTIK, *TOTE BAG*

Abstract: The goal of Community Service in the form of training to make shopping bags for cloth tote bags is one way to reduce the amount of plastic waste and support government regulations on reducing plastic use. This regulation has a positive impact on young entrepreneurs in Blitar or Formusa to make shopping tote bags that are friendly to nature and made of cloth. A tote bag is a tote bag made of canvas fabric which is commonly used as a place to carry when shopping, bring books and even school children and many teenagers now use tote bags, this is because they are easy to carry, multifunctional, simple, elegant and liked by all circles. The method of making tote bags begins with an FGD. Through this FGD, it was produced that youth in Formusa could not make their own, so it took a long time and an expensive selling price. The second activity is making tote bags from material preparation to finished products. Based on the results of the activity of making tote bag shopping bags, the participants got lots of creative ideas to develop and innovate in making tote bags that are even better according to the tastes and needs of consumers.

KEYWORDS: FORMUSA, CLOTH BAGS, PLASTIC BAGS, TOTE BAGS

PENDAHULUAN

Penggunaan plastik dalam kehidupan modern ini terlihat sangat pesat sehingga menyebabkan tingkat ketergantungan manusia pada plastik semakin tinggi, salah satunya pada saat berbelanja. Belanja adalah kegiatan yang tak terpisahkan dalam kehidupan manusia. Ketika belanja dibutuhkan wadah barang yang dibeli. Di Indonesia, para pedagang biasanya menggunakan kantong plastik untuk mewadahi barang belanja konsumennya. Padahal diketahui bahwa kantong plastik akan menambah limbah plastik. Limbah plastik adalah bahan yang sulit terurai sehingga dapat merusak lingkungan (Thompson, Moore, vom Saal, & Swan, 2009). Hana (2020) mendefinisikan kantong plastik sebagai kantong yang terbuat dari atau mengandung bahan dasar plastik, lateks atau *polyethylene, thermoplastic synthetic polymeric*, atau bahan-bahan sejenis lainnya, dengan atau tanpa pegangan tangan, yang digunakan sebagai media untuk mengangkat atau mengangkut barang

Banyaknya masyarakat yang menggunakan kantong plastik disebabkan plastik merupakan bahan pembungkus ataupun wadah yang praktis dan kelihatan bersih, mudah didapat, tahan lama, juga murah harganya. Fungsi kantong plastik sebagai pembungkus barang-barang bawaan tidak sebanding

dengan efek yang ditimbulkan dari sampah plastik sampai tahun-tahun yang akan datang. Kantong plastik membutuhkan waktu lama bahkan sampai ratusan hingga ribuan tahun untuk dapat terurai sempurna (Astuti, 2016). Kebanyakan plastic seperti PVC, agar tidak bersifat kaku dan rapuh ditambahkan dengan suatu bahan pelembut. Penggunaan bahan pelembut ini dapat menimbulkan masalah kesehatan, sebagai contoh, penggunaan bahan pelembut seperti PCB dapat menimbulkan kematian pada jaringan dan kanker pada manusia (karsinogenik) (Brandt-Rauf dkk., 2012), oleh karenanya sekarang sudah dilarang pemakaiannya.

Peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia No. P.75/MENLHK/SETJEN/KUM.1/10/2019 tentang Peta Jalan Pengurangan Sampah oleh Produsen, pengurangan sampah dilakukan terhadap produk, kemasan produk, dan/atau wadah yang, sulit diurai oleh proses alam salah satunya yaitu plastik. Pembatasan timbulan sampah sebagaimana tersebut dilakukan dengan cara menggunakan produk, kemasan produk, dan/atau wadah yang mudah diurai oleh proses alam dan yang menimbulkan Sampah sedikit mungkin; dan/atautidak menggunakan produk, kemasan produk, dan/atau wadah yang sulit diurai oleh proses alam.

Dalam rangka menekan timbunan sampah plastik yang semain hari semakin bertambah yaitu dilakukan dengan cara menggunakan kantong kain *tote bag* pada saat belanja. *Tote bag* termasuk dalam kategori tas jinjing yang biasa digunakan untuk tempat membawa belanja ke pasar, supermarket, membawa buku, membawa belanjaan dan keperluan lainnya bahkan anak

sekolah dan mahasiswa sekarang banyak yang menggunakan *tote bag* dengan berbagai macam variasi yang menarik. *Tote bag* pada dasarnya merupakan tas klasik yang penggunaannya lebih nyaman untuk membawa apa saja. Kini kebanyakan orang menggunakan tas jenis ini, yang jadi pilihan tepat untuk tampil kasual bagi perempuan maupun laki-laki. *Tote bag* saat ini mengalami perkembangan dari semula berfungsi untuk kepraktisan, menjadi salah satu item paling digemari di industri fashion saat ini. *Tote bag* juga dapat dengan mudah ditemui sebagai *goody bag* untuk acara-acara seminar maupun ulang tahun.

Berikut merupakan mengapa tas jenis *tote bag* banyak digemari dari berbagai kalangan, yakni karena terdapat beberapa kelebihan dalam menggunakan *tote bag* jika dibandingkan dengan jenis tas lainnya:

1. Tas Multi-fungsi. Jenis tas yang satu ini memang memiliki fungsi yang cukup banyak. Tas *tote bag* bisa digunakan berbagai macam keperluan misalnya untuk berbelanja, pergi ke pantai, atau berwisata. *Tote bag* juga merupakan tas yang paling praktis. Kebanyakan orang akan menggunakan tas tersebut untuk memasukan berbagai barang yang dibawanya.
2. Sempel. *Tote bag* merupakan jenis tas yang simpel dan tak akan merepotkan penggunaannya. Untuk membawanya, tas yang satu ini hanya cukup disampirkan ke bahu dan penggunaannya pun akan mudah untuk membawa dan menyimpan barang-barang di dalam sana.
3. Elegan. Pengguna *tote bag* memang kebanyakan adalah orang-orang yang bergaya kasual namun terlihat sangat elegan ketika memakainya. Tak hanya itu, pengguna jenis tas yang satu ini pun akan terlihat tampak lebih santai dan juga modis untuk menemani berbagai aktivitas.
4. Dapat Digunakan oleh Siapapun. *Tote bag* memiliki desain yang universal sehingga dapat digunakan oleh siapa pun. Jenis tas yang satu ini juga bisa digunakan oleh pria maupun wanita.
5. Motif Beragam. Motif dari *tote bag* sendiri biasanya dibuat beraneka ragam. Misalnya dengan adanya sablon karakter atau quote-quote tertentu yang bisa mempercantik tampilan tas tersebut.
6. Praktis dan Mudah Merawatnya. *Tote bag* merupakan jenis tas yang sangat praktis dan dapat dibawa kemana-mana. Tak hanya itu cara merawatnya pun sangat mudah. Cara mencucinya pun sama seperti mencuci pakaian.
7. Ramah Lingkungan. Karena terbuat dari kain ini memudahkan dalam merawat dan dicuci ulang untuk digunakan lagi ini mendukung dengan program pemerintah pengurangan penggunaan kantong plastik.

Berdasarkan kelebihan-kelebihan tersebut maka terdapat peluang usaha *tote bag* yaitu: 1) Bahan yang bagus dan desain yang variatif bisa bersaing dengan produk totebag lainnya; 2) Upaya untuk mendukung program perlindungan terhadap bumi; 3) Banyaknya ibu-ibu muda yang suka dengan trend jaman sekarang; dan 4) Banyaknya wisatawan, mahasiswa, dan ibu-ibu muda yang banyak khususnya di daerah-daerah tertentu sebagai tujuan pemasaran.

Dalam rangka mendukung program pemerintah dalam pengurangan penggunaan kantong plastik merupakan langkah yang tepat dan membawa dampak yang sangat signifikan dari berbagai pihak termasuk para anak muda yang ada di Blitar yang tergabung dalam FORMUSA. Program pengurangan penggunaan plastik ini menjadikan tantangan tersebut menjadi suatu peluang usaha yaitu dengan membuat *tote bag*. "FORMUSA" adalah Forum Pemuda Wirausaha Blitar dan salah satu produknya adalah totebag. Selama ini mereka membuat *tote bag* dengan cara melalui jasa tukang jahit atau istilahnya jawa "jahitne", dan ini mengakibatkan harga jual lebih mahal sehingga sulit menembus pasar. Untuk mengatasi permasalahan dari kelompok "formusa" maka perlu adanya pelatihan membuat "*tote bag*" dari cara membuat pola, menggunting, menjahit dan membuat variasi *tote bag*. Melalui adanya pelatihan membuat *tote bag* ini diharapkan bisa menekan biaya produksi dan harga jual lebih murah sehingga mampu bersaing dan menembus pasar.

METODE

Metode pelaksanaan dalam memecahkan masalah dalam pelatihan ini yaitu dilakukan dengan cara:

1. *Forum Group Discussion* (FGD), dilakukn bersama peserta sebelum kegiatan dilakukan. Pada saat proses FGD ini digali apa saja kendala yang sedang dihadapi para pemuda wirausaha sehingga didapat jalan keluar ari permasalahan yang dihadapi.
2. Pelaksanaan Kegiatan. Kegiatan ini dilaksanakan dengan cara praktek langsung membuat *totebag* dengan harapan mereka mampu memahami teknik pembuatan *totebag* dari awal sampai akhir siap untuk dipasarkan.
3. Evaluasi Kegiatan. Evaluasi kegiatan ini dilakukan untuk mengetahui feedback dari peserta pelatihan "*formusa*" tentang respon mereka atas pelatihan yang telah diberikan.

HASIL & PEMBAHASAN

Tujuan dilakukannya kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah untuk memberikan pelatihan dalam membuat *tote bag* bagi kelompok FORMUSA yang ada di Blitar, Jawa Timur. Sebagai tahap lanjutan kegiatan juga dilakukan pelatihan pemasaran produk agar *tote bag* yang telah diproduksi

dapat terjual secara maksimal. Berikut merupakan rincian dari setiap tahapan kegiatan yang telah dilakukan.

Hasil FGD

Berdasarkan hasil FGD yang tergabung dalam FORMUSA didapat permasalahan yang dihadapi oleh mitra yaitu: a) Kurang bisa bersaing di pasar karena dari segi harga mahal; b) Pembuatan yang lama karena tidak bisa memproduksi sendiri masih menggunakan tenaga jahit orang lain atau istilah jawa "*jahitne*"; dan c) Pengalaman di bidang bisnis masih kurang.

Melalui hasil FGD yang dilakukan dengan sepuluh peserta yang tergabung dalam kelompok FORMUSA ini didapat alasan memilih usaha *totebag* yaitu: a) *Tote bag* adalah jenis tas yang sekarang banyak digemari anak muda dan lagi tren saat ini; b) *Simple*/mudah dibawa kemana-mana; c) Harga terjangkau; d) Bisa dibawa ke kampus; e) Muat bawaan jumlah banyak; dan f) Disukai oleh semua kalangan usia, anak-anak, remaja dan dewasa.



Gambar 1. FGD dengan Peserta

Pembuatan *Tote Bag*

Untuk mengatasi permasalahan dari formusa salah satunya adalah dengan cara memberikan pelatihan membuat *tote bag*. Kegiatan membuat *tote bag* ini diawali dengan menyiapkan bahan-bahan yang diperlukan seperti; kain kanvas, tali tas, kertas pola, pensil, gunting, benang, jarum, penggaris, dan meteran kain. Setelah bahan-bahan sudah siap kemudian tahap selanjutnya adalah membuat pola. Pola yang sudah jadi diletakkan di atas kain kanvas untuk dilakukan penyesuaian antara pola dan kain yang kemudian dilakkan pemotongan. Setelah bahan dipotong kemudian dijahit. Sejauh ini telah banyak kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dalam membuat *tote bag* (Kherid, 2019; Scorviana & Yuliani, 2018; Sumiati & Nugroho, 2018), hal ini juga turut menginspirasi keterlaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini

dengan penambahan aspek-aspek yang dirasa sesuai dengan mitra pengabdian. Di Gambar 2 berikut ini ditunjukkan proses pembuatan *tote bag* oleh peserta yang didampingi Tim Pengabdian.



Gambar 2. Pembuatan *Tote Bag*

Selain kegiatan pelatihan pembuatan *tote bag*, juga dilakukan program lanjutan yaitu berupa pelatihan pemasaran produk. Hal ini penting dilakukan karena proses produksi tanpa adanya pemasaran maka hasilnya tidak akan maksimal (Ataman, Heerde, & Mela, 2010; Rochford & Wotruba, 1996). Kegiatan pemasaran untuk produk yang dihasilkan pada kegiatan pelatihan ini dapat langsung dipasarkan secara *offline* yakni pada toko aksesoris yang dimiliki peserta. Selain itu juga dapat dilakukan upaya memasarkan produk dengan menitipkan produk pada toko-toko di sekitar tempat wisata yang ada di Blitar.

Salah satu hal yang tidak kalah penting adalah pelaksanaan pemasaran secara *online*. Hal ini dilakukan karena tuntutan zaman dimana saat ini banyak orang melakukan transaksi jual-beli (berbelanja) melalui perangkat digital, juga sebagai upaya untuk memasarkan produk dalam lingkup yang lebih luas. Pemasaran *online* atau juga dapat disebut sebagai pemasaran digital amat penting dilakukan pada era saat ini jika menginginkan keberhasilan bisnis (Holliman & Rowley, 2014; Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2017). Pemasaran digital yang dilakukan dapat dilakukan pada aplikasi toko *online* yang ada maupun melalui media sosial, keduanya merupakan hal yang sangat penting (Appel, Grewal, Hadi, & Stephen, 2020; Suryani, 2014). Terlebih pelaksanaan pemasaran digital bagi UMKM juga amat penting dilakukan, hal ini agar mampu bersaing dengan pelaku bisnis yang lebih besar (Hadi & Ardhi Khairi, 2020; Radjab, A, Syahriah, Asima, & Syamsuddin, 2019; Thousani, 2015).

Pelaksanaan Evaluasi Kegiatan

Setelah proses menjahit dilakukan tahap berikutnya yaitu tahap perapian *tote bag* dari hasil jahitan dan siap dipakai. Hasil jahit *tote bag* yang dikerjakan

dengan tangan mereka sendiri ini tidak kalah dengan yang dipasarkan di toko, rapi, cantik, simple dan elegan siap untuk bawa kemana-mana.



Gambar 3. Evaluasi dan Produk Jadi

Untuk mengetahui sejauh mana pelatihan ini bermanfaat dan tepat sasaran maka dilakukan evaluasi melalui pertanyaan yang kami ajukan melalui kuisioner. Dari hasil kuisioner diketahui bahwa pelatihan membuat *tote bag* mendapatkan respon yang sangat positif dari peserta pelatihan karena memberikan *skill* dan pengetahuan tentang membuat *tote bag* sendiri dengan cara yang sangat mudah dan hasil yang bagus. Diharapkan melalui kegiatan ini dapat memberikan ide untuk melakukan diversifikasi pembuatan *tote bag* yakni pada aspek pola dan bahan yang digunakan. Kedepannya peserta dapat membuat produk yang lebih sesuai dengan karakteristik konsumen yang dituju secara spesifik. Hal ini dapat diraih dengan keuntungan ekonomi yang lebih tinggi dan mampu menjadikan bisnis ini sebagai tumpuan ekonomi bagi masyarakat setempat.

SIMPULAN

Kegiatan pelatihan membuat *tote bag* diselenggarakan berdasarkan kebutuhan peserta dan berjalan lancar sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Dari hasil pelatihan ini mereka banyak termotivasi untuk membuat varian *tote bag*. Dengan pelatihan membuat *tote bag* ini mereka bisa memproduksi *tote bag* sendiri dan bisa menekan harga jual lebih murah sehingga bisa bersaing dengan pasar. Salah satu cara untuk merebut pangsa pasar yaitu, harga jual *tote bag* terjangkau, *tote bag* yang dihasilkan harus mempunyai keunggulan dan selalu mengikut perkembangan dan mampu memenuhi selera dan kebutuhan konsumen maka dari itu perlu adanya uji coba penjualan. Selain itu diperlukan teknik penentuan harga jual produk dan bagaimana memperoleh keuntungan agar dapat mengembalikan modal dengan cepat.

DAFTAR RUJUKAN

- Appel, G., Grewal, L., Hadi, R., & Stephen, A. T. (2020). The future of social media in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(1), 79–95. doi: 10.1007/s11747-019-00695-1
- Astuti, A. D. (2016). Penerapan Kantong Plastik Berbayar Sebagai Upaya Mereduksi Penggunaan Kantong Plastik. *Jurnal Litbang: Media Informasi Penelitian, Pengembangan dan IPTEK*, 12(1), 32–40. doi: 10.33658/jl.v12i1.50
- Ataman, M. B., Heerde, H. J. V., & Mela, C. F. (2010). The Long-Term Effect of Marketing Strategy on Brand Sales: *Journal of Marketing Research*. (Sage CA: Los Angeles, CA). doi: 10.1509/jmkr.47.5.866
- Brandt-Rauf, P. W., Li, Y., Long, C., Monaco, R., Kovvali, G., & Marion, M.-J. (2012). Plastics and carcinogenesis: The example of vinyl chloride. *Journal of Carcinogenesis*, 11. doi: 10.4103/1477-3163.93700
- Hadi, A. S., & Ardhi Khairi. (2020). Pemilihan Strategi Pemasaran Di Era Digital Pada Kelompok Ibu Pkk Desa Gadingharjo. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1). doi: 10.31849/dinamisia.v4i1.3246
- Hana, L. (2020). *Polemik Plastik dan Green Marketing Tas Belanja di Denpasar, Bali*. Tangerang, Banten: An1Image.
- Holliman, G., & Rowley, J. (2014). Business to business digital content marketing: Marketers' perceptions of best practice. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 8(4), 269–293. doi: 10.1108/JRIM-02-2014-0013
- Kherid, Z. Y. (2019). Pelatihan Membuat Tas Belanja Kain (Tote Bag) dengan Teknik “Ecoprint” Menggunakan Pewarna Alam bagi Peserta Paket A PKBM Karya UMMAT Jakarta Barat Tahun 2019. *Dokumentasi Kegiatan P2M 2019*. doi: 10.13140/RG.2.2.16714.59841
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. Hoboken, New Jersey: Wiley.
- Radjab, E., A. T., Syahriah, S., Asima, A., & Syamsuddin, S. (2019). Pelatihan Pemanfaatan Media Online Sebagai Sarana Pemasaran Online pada Bumdes Tanete Kecamatan Simbang Kabupaten Maros. *Seminar Nasional Hasil Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat (SNP2M)*, 0(0), 292–295.
- Rochford, L., & Wotruba, T. R. (1996). The impact of sales management changes on new product success. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 24(3), 263. doi: 10.1177/0092070396243007
- Scorviana, N., & Yuliani, S. (2018). Pembekalan Keterampilan Pembuatan Tas Kanvas Bagi Perempuan Eks Pekerja Migran di Kampung Baros Desa Sukataris Kabupaten Cianjur. *Sarwahita*, 15(01), 1–12. doi: 10.21009/sarwahita.151.01
- Sumiati, S., & Nugroho, R. (2018). Pengolahan Kerajinan Tas Belacu Menggunakan Cat Akrilik untuk Menumbuhkan Kreativitas Masyarakat

dalam Berwirausaha. *Jurnal Abdikarya : Jurnal Karya Pengabdian Dosen Dan Mahasiswa*, 1(2). doi: 10.30996/abdikarya.v1i2.2073

- Suryani, I. (2014). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015. (Studi Social Media Marketing Pada Twitter Kemenparekraf RI dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat). *Jurnal Komunikasi*, 8(2), 123–138.
- Thompson, R. C., Moore, C. J., vom Saal, F. S., & Swan, S. H. (2009). Plastics, the environment and human health: Current consensus and future trends. *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, 364(1526), 2153–2166. doi: 10.1098/rstb.2009.0053
- Thousani, H. F. (2015). Upaya Pengembangan E-Business dalam Pemasaran Produk Secara Internasional (Studi pada Akademi Bisnis Online Indonesia Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 23(1). Diambil dari <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/917>