

Branding Fashion Dellcart Melalui Kemasan Ramah Lingkungan

Delia Putri Rusnanti¹⁾, Poppy Febriana^{*.1)}, Ainur Rochmania¹⁾

¹⁾Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*poppyfebriana@umsida.ac.id

Abstract. *Environmentally conscious brands are increasingly important in today's era, where consumers are increasingly environmentally conscious and support brands that demonstrate a commitment to sustainability. This community service aims to improve Dellcart's brand image by adopting the use of environmentally friendly packaging. The author explains that the Dellcart brand has the opportunity to improve their image by adopting eco-friendly packaging. This method of community service implementation begins with the stage of identifying needs and problems carried out through interviews with brand owners, education about environmentally friendly packaging to brand owners, surveys of environmentally friendly packaging suppliers, design design and procurement of goods, and ends with evaluation of processes and results.*

Keywords - Dellcart, Packaging, Eco-friendly

Abstrak. *Brand yang memahami akan lingkungan yang semakin penting di era saat ini, para konsumen semakin sadar terhadap lingkungan dan mendukung brand yang menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan citra brand Dellcart dengan mengadopsi penggunaan kemasan ramah lingkungan. Pada artikel ini dijelaskan bahwa brand Dellcart ini memiliki peluang untuk meninggikan citra mereka dengan mengadopsi kemasan ramah lingkungan. Metode pelaksanaan dalam penyusunan artikel ini diawali dengan tahap identifikasi kebutuhan dan masalah dilakukan melalui wawancara pemilik, edukasi tentang kemasan ramah lingkungan kepada pemilik brand, survei supplier kemasan ramah lingkungan, perancangan desain dan pengadaan barang, serta diakhiri dengan evaluasi proses dan hasil. Hingga kini Dellcart telah berhasil mengadopsi strategi pengemasan yang berkelanjutan dengan mengurangi dampak lingkungan dari produk mereka. Hal ini juga diiringi dengan pembuktian respon positif dari para pelanggan yang sangat mendukung inovasi kemasan ramah lingkungan yang diterapkan pada produk Dellcart. Kegiatan inovasi ini menciptakan terobosan baru dalam citra brand dengan menyampaikan pesan yang jelas tentang dukungan Dellcart terhadap perlindungan lingkungan.*

Kata Kunci - Dellcart, Kemasan, Ramah Lingkungan

I. PENDAHULUAN

Semakin banyak konsumen yang menyadari akan pentingnya perlindungan lingkungan dan memilih untuk mendukung *brand* yang berkomitmen terhadap sistem keberlanjutan (Nariswari, 2022). Melalui kegiatan yang dilakukan oleh penulis kini bertujuan untuk mengunggulkan citra *brand* dengan mengadopsi penggunaan kemasan ramah lingkungan. Pada artikel ini, audiens yang akan digunakan sebagai objek pengabdian masyarakat adalah salah satu *brand* fashion yang berasal dari kota Sidoarjo, Jawa Timur yakni Dellcart. *Brand* Dellcart merupakan lokal *brand* hijab yang sudah berdiri sejak tahun 2019. Berawal menjadi *reseller* hingga berkembang menjadi *brand* yang memproduksi hijab dengan menggandeng penjahit dan konveksi yang ada di lingkungan sekitar.

Dalam artikel ini juga memuat analisis pada *brand* Dellcart yang awalnya belum menggunakan kemasan ramah lingkungan, kini bergeser menjadi *brand* fashion yang peduli dengan lingkungan. Analisis ini akan meliputi analisis SWOT disertai dengan gambaran *brand* yang mengadopsi kemasan ramah lingkungan.

Analisis SWOT:

1. Keunggulan

Dellcart merupakan *brand* fashion yang memiliki ciri khas pada pilihan warna produk yang pastel dan unik. Tidak hanya itu, namun Dellcart juga memberikan kualitas yang terbaik bagi pelanggan dengan menawarkan produk yang nyaman dipakai untuk sehari-hari dan. Selera fashion yang ditawarkan Dellcart mengarah pada *streetwear* yang memiliki ciri serta karakter khas ini sangat sesuai dengan selera para millennial khususnya pada kalangan remaja dewasa. Dengan segmen pasar para millennial, Dellcart merasa bahwa saat ini usia remaja dewasa mulai paham akan betapa pentingnya menjaga lingkungan. Maka dengan ini Dellcart mengambil langkah untuk merubah kemasan yang semula hanya plastik sekali pakai menjadi kemasan yang lebih ramah lingkungan. Melalui penggunaan kemasan ramah lingkungan pada produk, akan memberikan

citra positif yang kuat dan akan membedakan *brand* Dellcart dengan kompetitor lain. Disamping itu, juga dapat mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan.

2. Kelemahan

Menggunakan kemasan ramah lingkungan tentunya juga harus memikirkan dan mempertimbangkan supaya kemasan dapat digunakan ulang, sehingga tidak sekali pakai lalu dibuang begitu saja. Namun, dengan demikian juga terjadi selisih nilai pada biaya produksi kemasan ramah lingkungan yang lebih tinggi dibandingkan menggunakan kemasan plastik non *reuse*. Berikut tabel perbandingan harga kemasan plastik sekali pakai dengan kemasan *zipper pouch* yang dapat digunakan kembali;

Kemasan Plastik		Kemasan <i>Zipper Pouch</i>	
Produksi Hijab	Rp 25.000	Produksi Hijab	Rp 25.000
Label Logam	Rp 2.000	Label Logam	Rp 2.000
<i>Packaging Plastic</i>	Rp 80	<i>Packaging Zipper Pouch</i>	Rp 1.000
TOTAL	Rp 27.080	TOTAL	Rp 28.000

Tabel 1. Perbandingan Biaya Produksi

Berdasarkan tabel diatas, total nominal biaya produksi dengan menggunakan kemasan *zipper pouch* yang dapat digunakan kembali, selisih lebih mahal dibandingkan dengan total biaya dengan menggunakan kemasan plastik. Disamping itu juga perlu mengatasi tanggapan finansial tersebut supaya tetap kompetitif dalam hal harga.

3. Peluang

Tingginya nilai presentase konsumen yang berorientasi pada lingkungan akan mencari produk yang mendukung gerakan ramah lingkungan utamanya pada kemasan. Hal ini dilansir oleh PwC *Global Consumer Insights Pulse Survey* di mancanegara dan menyatakan bahwa konsumen di Indonesia menjadi lebih sadar lingkungan dalam mengemas pengiriman. PwC *Global Consumer Insights Pulse* melakukan riset pada tahun 2021 dan diketahui hasil yang menyatakan bahwa 86 persen konsumen Indonesia secara sadar membeli barang dengan kemasan ramah lingkungan untuk mengurangi penggunaan kemasan sekali pakai (Azizah, 2021). Dengan demikian, Dellcart dapat memanfaatkan peluang ini untuk mendapatkan presentase pasar baru yang dapat meningkatkan citra *brand* dengan mendukung gerakan ramah lingkungan melalui kemasan yang digunakan pada produk.

4. Ancaman

Tidak menutup kemungkinan bahwa akan terjadi persaingan yang menjadi lebih ketat pada *campaign* kemasan ramah lingkungan ini, sehingga *brand* Dellcart perlu menciptakan strategi yang sesuai untuk membedakan diri dan mempertahankan pasar. Hal ini dapat dilakukan melalui cara sebagai berikut;

- Mempertahankan karakter dan ciri khas Dellcart melalui kualitas produk dan pilihan warna yang cocok untuk millennial.
- Selalu *update* dengan perkembangan gaya fashion sehingga pelanggan tidak bosan menanti produk yang dikeluarkan Dellcart. Hal ini juga dapat disertai dengan memberikan inovasi kemasan ramah lingkungan.
- Konsisten mengedukasi pelanggan tentang kemasan ramah lingkungan baik melalui konten maupun dilakukan secara langsung.
- Menjalin kemitraan yang sejalan dengan program Dellcart terkait dengan gerakan ramah lingkungan.

Sebelumnya, *brand* Dellcart tidak begitu menyoroti keberlanjutan lingkungan (Fikri & Febriana, 2018). Sehingga kemasan yang digunakan dalam penjualan menggunakan kemasan plastik yang tidak dapat di daur ulang, dan tidak dapat digunakan kembali seperti plastik hijab yang terbuat dari bahan OPP, kemudian kemasan pembelian hanya menggunakan tas kresek yang tidak dapat didaur ulang (Munawaroh & Rochmaniah, 2017).

Tahap awal penyusunan artikel ini, penulis melakukan identifikasi kebutuhan dan masalah yang ada pada *brand* Dellcart, terutama hal yang berkaitan dengan ramah lingkungan melalui wawancara kepada pemilik *brand*. Pemilik Dellcart menyampaikan keresahan tentang sampah plastik yang saat ini semakin banyak di sekitar lingkungannya. Pemilik menyatakan bahwa penggunaan kemasan plastik pada produk fashion ujungnya nanti akan dibuang begitu saja oleh pelanggan. Dengan demikian, maka pemilik *brand* ingin mengembangkan inovasi kemasan

fashion yang lebih ramah lingkungan. Tak hanya menjual *branding* kemasan ramah lingkungan, namun juga disertai dengan desain kemasan yang menarik.

Tujuan dan Manfaat

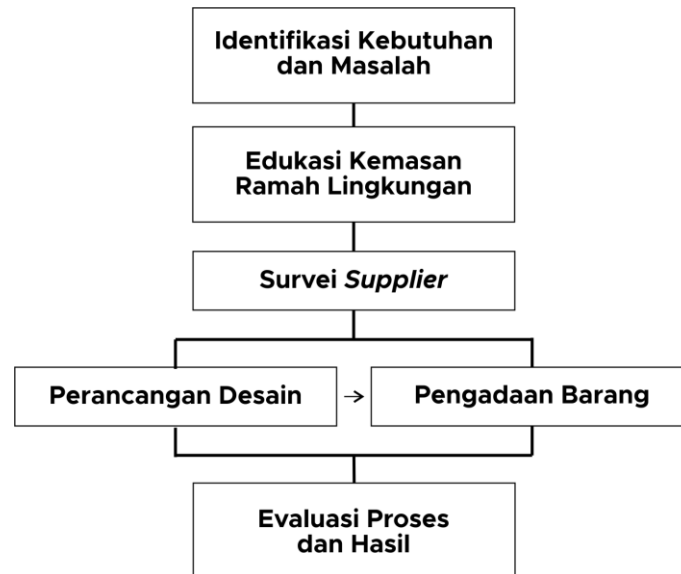
Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan citra *brand* Dellcart dalam mewujudkan sebuah merek fashion yang mendukung gerakan ramah lingkungan. Pada saat ini, Dellcart juga ingin meninggikan citra *brand* dengan menerapkan kemasan ramah lingkungan pada setiap produk yang dijual.

Melalui kegiatan abdimas ini, dapat memberikan inovasi baru pada *brand* Dellcart tentang kemasan ramah lingkungan. Dengan menerapkan kemasan ramah lingkungan ini, juga dapat memperkuat citra *brand* yang peduli terhadap lingkungan dan masyarakat (Maryani & Chaniago, 2019). Melalui tujuan dan manfaat diatas, diharapkan pada artikel ini dapat memberikan kontribusi yang positif dan berarti dalam penerapan gerakan peduli lingkungan.

II. METODE

Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan metode pelaksanaan kegiatan yang ditunjukkan dalam Gambar 1, dengan rincian sebagai berikut;

1. Identifikasi Kebutuhan dan Masalah (18 Mei 2023)
Pada tahap awal, identifikasi kebutuhan dan masalah dilakukan dengan wawancara kepada pemilik. Pemilik menyampaikan keresahannya terhadap sampah plastik yang ada di sekitarnya yang disebabkan oleh sampah produksi fashion seperti bungkus pembelian online.
2. Edukasi Kemasan Ramah Lingkungan (19 Mei 2023)
Setelah tahap identifikasi kebutuhan dan masalah, langkah selanjutnya adalah edukasi lebih dalam seputar pengetahuan metode ramah lingkungan. Edukasi ini dilakukan kepada pemilik *brand*.
pada kegiatan edukasi ini bertujuan untuk;
 - 2.1 Mendapatkan pemahaman mengenai adopsi kemasan ramah lingkungan, sekaligus menjelaskan bahaya penggunaan sampah plastik. Sehingga hal ini sangat tepat bagi *brand* Dellcart untuk mengambil peluang pembaruan kemasan menjadi lebih ramah lingkungan. Serta mendapatkan gambaran model kemasan ramah lingkungan yang cocok untuk Dellcart.
 - 2.2 Berdasarkan hasil dari diskusi, maka pemilik *brand* lebih mudah untuk mencari *supplier* kemasan ramah lingkungan sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan setelah melalui beberapa tahap pemilihan kemasan yang sesuai dan dapat diterapkan kepada pelanggan Dellcart. Berikut adalah hal yang perlu diperhatikan sebelum melakukan survei *supplier* diantaranya;
 - Kemasan yang digunakan harus memiliki unsur 3R yaitu *reuse, reduce, recycle*
 - Harga kemasan masih sesuai dengan standar nilai penjualan yang ditargetkan oleh Dellcart
 - Desain kemasan yang menarik untuk target pasar Dellcart
3. Survei *Supplier* (19 Mei 2023)
Tahap selanjutnya melakukan survei *supplier* kemasan ramah lingkungan serta melakukan tahap pertimbangan dari sisi kualitas produk dan harga untuk menyelaraskan.
4. Perancangan Desain dan Pengadaan Barang (20 Mei 2023)
Setelah menemukan *supplier* yang sesuai dengan kriteria yang telah disusun oleh pemilik dan tim. Tahap selanjutnya adalah menyusun desain serta diikuti dengan pengadaan barang. Sehingga proses produksi produk dan kemasan selesai secara beriringan.
5. Evaluasi dan Hasil (17 Juli 2023)
Pada tahap ini akan menentukan keberhasilan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini. Keberhasilan pada kegiatan ini diukur melalui tercapainya kepuasan pemilik *brand* atas rancangan yang disusun oleh Penulis dan kepuasan pelanggan atas pembaruan kemasan yang menjadi lebih ramah lingkungan.



Gambar 1. Tahap Pelaksanaan Abdimas Dellcart

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap Studi Pendahuluan Pengabdian

Pada kegiatan abdimas ini dilakukan tahap studi pendahuluan melalui kegiatan sebagai berikut;

1. Identifikasi kebutuhan dan masalah (18 Mei 2023)

Hal ini menjadi langkah awal pada kegiatan abdimas. Identifikasi kebutuhan dan masalah ini dilakukan melalui wawancara kepada pemilik Dellcart. Pada tahap wawancara ini, pemilik *brand* menyatakan keresahannya dengan sampah plastik yang ada di lingkungan sekitarnya. Disisi lain, pemilik *brand* merasa bahwa sampah plastik ini justru dipakai sebagai alat untuk membakar sampah yang justru dapat merusak polusi lingkungan. Dari sini pemilik *brand* menyatakan bahwa dirinya ingin memulai gerakan peduli lingkungan dengan cara mengurangi sampah plastik. Tak hanya itu, ia juga ingin mengajak pelanggan Dellcart untuk juga menjaga lingkungan dengan mengurangi sampah plastik. Dari hasil wawancara identifikasi masalah, maka diperlukan beberapa kebutuhan untuk mewujudkan permintaan pemilik *brand* sebagai berikut;

 - a. Mencari *supplier* yang menjual kemasan ramah lingkungan, utamanya kemasan yang dapat digunakan atau dimanfaatkan kembali
 - b. Desain kemasan yang lebih menarik dibanding kemasan sebelumnya yang hanya menggunakan plastik bening polos
2. Edukasi kemasan ramah lingkungan (19 Mei 2023)

Setelah mengetahui identifikasi kebutuhan dan masalah, penting juga penulis memberikan edukasi lebih dalam kepada pemilik *brand* tentang kemasan ramah lingkungan. Pada tahap ini, penulis memberikan beberapa edukasi diantaranya;

 - a. Kemasan konvensional yang terbuat dari plastik dapat menyebabkan pencemaran lingkungan dan kerusakan ekosistem. Dengan menggunakan kemasan ramah lingkungan, *brand* Dellcart dapat membantu mengurangi dampak negatif dan menjaga kelestarian lingkungan.
 - b. Mengenalkan alternatif bahan kemasan ramah lingkungan seperti kertas daur ulang, karton, dan bahan biodegradable. Bahan ini dihasilkan dari sumber terbarukan dan memiliki siklus yang baik (Marco Anthony, 2022).
 - c. Menjelaskan terkait desain yang minimalis juga cocok untuk diterapkan pada kemasan ramah lingkungan.
3. Survei *supplier* kemasan

Berdasarkan edukasi kepada pemilik *brand* dan menemukan hasil kriteria kemasan yang akan diimplementasikan pada produk Dellcart, diantaranya;

 - a. Kemasan memiliki unsur 3R yaitu *reuse, reduce, recycle*
 - b. Harga kemasan sesuai dengan standar nilai penjualan

Pelaksanaan Program

Setelah melalui tahap studi pendahuluan, tahap selanjutnya adalah pelaksanaan program. Pada tahap ini akan dilakukan eksekusi mulai dari perancangan desain kemasan hingga pengadaan barang. Adapun penjelasan dan rincian tahap pelaksanaan program sebagai berikut;

1. Merancang desain kemasan (20 Mei 2023)

Setelah mengetahui *supplier* yang menjual kemasan ramah lingkungan dan sudah mengidentifikasi berbagai jenis ukuran dan kebutuhan. Maka tahap selanjutnya adalah merancang desain sesuai dengan kebutuhan dan jenis kemasan.



Gambar 2. Merancang Desain Kemasan

Setelah penyusunan desain telah dilaksanakan, penulis mengajukan *preview* desain kepada pemilik *brand*. Apabila pihak *brand* menyetujui rancangan desain dari penulis, maka tahap selanjutnya adalah eksekusi untuk pengadaan barang.

2. Pengadaan barang (30 Mei 2023)

Pengadaan barang dilakukan ketika proses desain sudah dirancang. Biaya pengadaan barang 100% ditanggung oleh *brand* Dellcart.



Gambar 3. Hasil Pengadaan Barang

Pada kegiatan abdimas ini, *brand* Dellcart dipilih untuk digandeng dalam perbaikan dan pengembangan dari segi *packaging* serta produksi yang mendukung penekanan jumlah angka sampah plastik. Hasil dari kegiatan abdimas diantaranya;

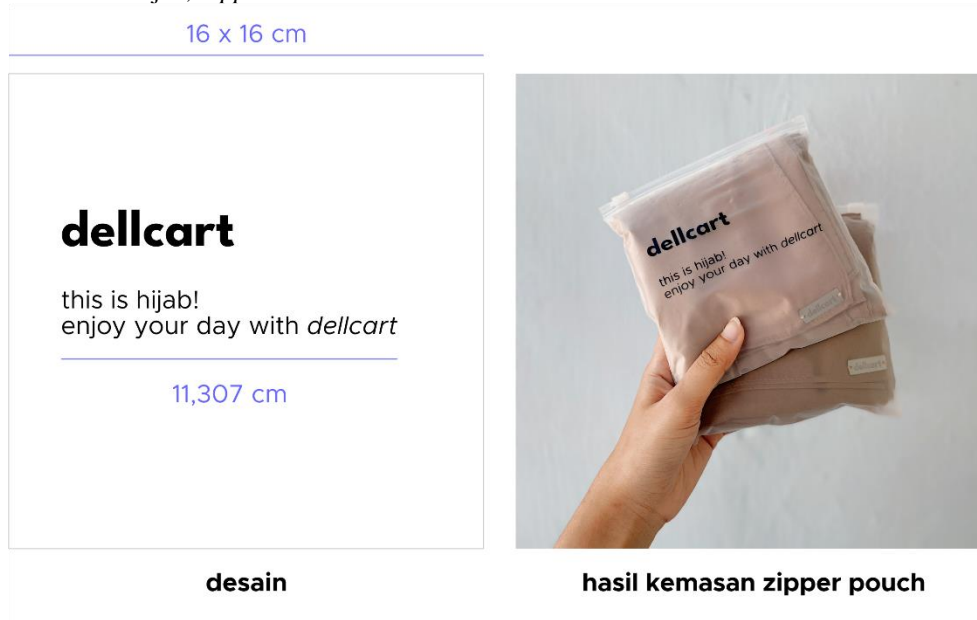
a. Kemasan *Scrunchie*



Gambar 4. Kemasan *Scrunchie*

Kemasan produk *scrunchie* yang digunakan oleh Dellcart awalnya hanya menggunakan kemasan plastik. Kini Dellcart merubah tampilan kemasan *scrunchie* dengan desain *pattern* bertema abstrak organik yang dicetak pada kertas *artpaper* (*Organic Abstraction*, 2022). Hal ini tidak hanya merubah tampilan produk menjadi lebih menarik, namun juga memiliki nilai ramah lingkungan karena kemasannya terbuat dari bahan kertas.

b. Kemasan Hijab, *Zipper*

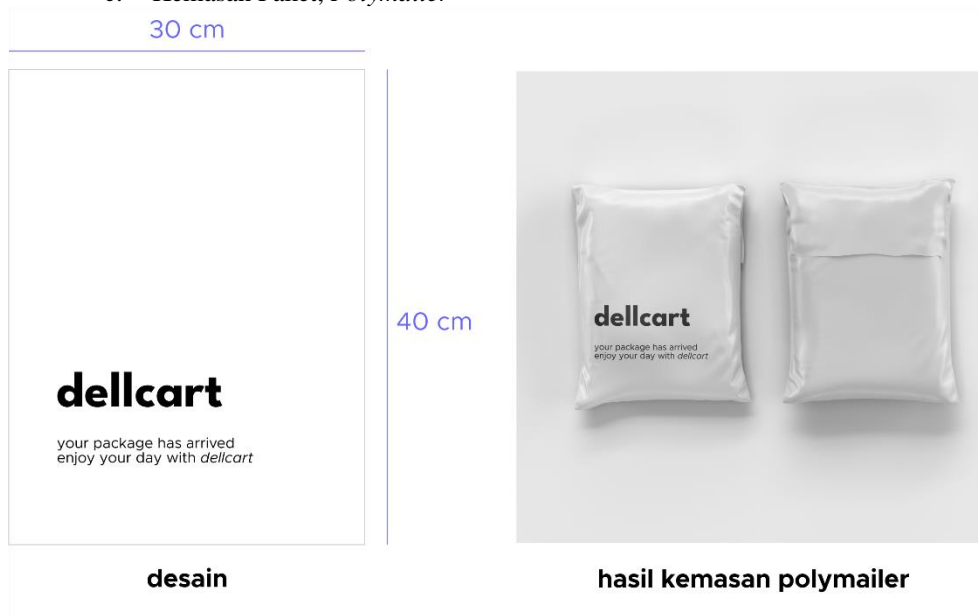


Gambar 5. *Zipper Pouch*, Kemasan Hijab

Penggunaan kemasan *zipper* adalah salah satu dari hal baru yang diterapkan oleh *brand* Dellcart. Hal ini diberlakukan ketika pemilik *brand* telah mendapatkan edukasi dan diskusi terkait pentingnya keberlanjutan

dalam dunia industri fashion. *Zipper pouch* ini berbahan *biodegradable* yang mudah diurai oleh *mikroorganisme* (bakteri dan jamur) sehingga ramah lingkungan (Marco Anthony, 2022). Kemasan ini sangat membantu untuk mengurangi produksi sampah plastik yang dihasilkan dari penjualan di bidang fashion. Selain menjadi kemasan yang ramah lingkungan, *zipper pouch* ini juga dapat digunakan berulang-ulang oleh konsumen sebagai *storage* barang pribadi lainnya (Intan, 2023).

c. Kemasan Paket, *Polymailer*



Gambar 6. *Polymailer*, Kemasan Paket

Penggunaan *polymailer* juga merupakan salah satu bentuk terobosan untuk memilih jenis kantong kemasan anti air yang ramah lingkungan (Team, 2023). Tentunya dalam produk fashion membutuhkan kemasan akhir yang anti air supaya produk tetap aman hingga ditangan pembeli. *Polymailer* adalah salah satu jenis plastik yang lebih ramah lingkungan daripada bungkus plastik biasa karena dapat didaur ulang atau digunakan kembali (Melly, 2023).

3. Evaluasi Hasil dan Proses

Pada tahap ini dilakukan survei hasil *upgrade* kemasan Dellcart melalui tanggapan pelanggan yang disebar melalui angket “*About Dellcart Package*” dan menghasilkan data sebagai berikut;



Gambar 7. Diagram Survei Hasil *Upgrade* Kemasan

Jika kamu memilih jawaban "IYA", biasaya sisters gunakan untuk apa saja?

Tempat Skincare Travel Size
Tempat alat mandi travel
Pouch travel untuk pembalut, pentiliner, sama kapas dan tisu
Untuk tempat jepit dan printilan aksesoris
Pouch makeup untuk travel pouch
Pouch simpanan uang darurat, printilan aksesoris anak, pouch makeup untuk dibawa ke kantor, tempat pouch skincare
Tempat aksesoris HP kayak Headset, Charger HP, Flashdisk, OTG, dan sejenisnya
Diisi printilan buat ke kampus, lipstik, powder, sama mini parfume
Kepake untuk printilan yg mau dibawa keluar rumah, aku bawa ke kantor sehari hari

Gambar 8. Hasil Survei Kegunaan Kemasan Dellcart

Apakah kamu merasa senang dengan kemasan baru dari Dellcart?

Seneng sekali ka waktu Dellcart rubah kemasan jadi pouch aku justru seneng bisa mengurangi bgt sampah plastik, dan pouch nya bisa kepake lagi jadi aku suka koleksi produk sama pouch nya Dellcart
Inovasi kemasan ini justru bikin aku jadi suka ngerekomendasiin ke temen temen kalo ada brand yang mengurangi sampah plastik, thank you Dellcart, pouch nya bisa kepake lagi kalo kayak gini
Pake pouchnya dellcart seneng bgt jadi kayak pengen koleksi terus soalnya bisa dipake untuk pouch penyimpanan printilan serbaguna. Aku sudah punya 5 pouch dari dellcart kepake banget
Seneng bgt sama inovasi baru kemasanny dellcart, ke kampus jadi punya pouch yang bisa buat nyimpen printilan. Beli hijab, pouchnya bisa dipake lagi. Keren bgt
Seneng bgt dong, rasanya 2 in 1, sekali payment dapet hijab dan pouchnya sekalian. So like it
Dellcart jangan bosen ya inovasi kemasan kayak gini. Jujur seneng banget ada brand yang mendukung gerakan ramah lingkungan. Inovasi kemasan seperti ini jarang ditemukan di brand lain, aku jadi suka koleksi produk dellcart karena selain produknya emang bagus, sekaligus sudah include dengan kemasan yang unik
Seneng dong, jadi simple kalo mau travel bisa pake koleksi pouch dellcart
Seneng banget ada kemasan pouch ini, jadi ngerasa beli hijab gratis pouch untuk storage aku yang suka bepergian
Seneng sekali ka waktu Dellcart rubah kemasan jadi pouch aku justru seneng bisa mengurangi bgt sampah plastik, dan pouch nya bisa kepake lagi jadi aku suka koleksi produk sama pouch nya Dellcart
Inovasi kemasan ini justru bikin aku jadi suka ngerekomendasiin ke temen temen kalo ada brand yang mengurangi sampah plastik, thank you Dellcart, pouch nya bisa kepake lagi kalo kayak gini
Pake pouchnya dellcart seneng bgt jadi kayak pengen koleksi terus soalnya bisa dipake untuk pouch penyimpanan printilan serbaguna. Aku sudah punya 5 pouch dari dellcart kepake banget

Gambar 9. Hasil Survei Kepuasan Pelanggan Seputar Kemasan

Berdasarkan hasil survei dan mendapatkan respon positif dari pelanggan yang ditunjukkan pada Gambar 7-9, maka pemilik *brand* memutuskan untuk menerapkan penggunaan kemasan ramah lingkungan pada Dellcart. Pemilik *brand* sangat senang atas respon positif dari para pelanggan Dellcart.

V. SIMPULAN

Melalui kegiatan ini, Dellcart telah berhasil memberikan terobosan baru tentang strategi pengemasan yang *reusable* dengan mengurangi dampak lingkungan dari produk mereka. Kegiatan ini memberikan sorotan akan pentingnya dukungan dari masyarakat dalam menghadapi lingkungan saat ini. Konsumen yang semakin sadar pentingnya konservasi lingkungan akan mencari produk yang bertanggung jawab terhadap lingkungan. Dengan memperkenalkan kemasan ramah lingkungan, Dellcart bisa memenuhi kebutuhan konsumen yang memiliki preferensi ramah lingkungan. Melalui implementasi kemasan ramah lingkungan, hal ini juga dapat menginspirasi mereka yang ingin memulai atau sudah bergerak dalam dunia industri, untuk mulai memperhatikan keberlanjutan lingkungan. Penggunaan kemasan ramah lingkungan kini dapat menjadi strategi yang efektif dalam memperkuat *brand* dan menciptakan diferensiasi yang positif di pasar. Kegiatan pengabdian ini dinilai telah berhasil meningkatkan citra *brand* melalui kemasan ramah lingkungan *reusable* yang dibuktikan dengan tanggapan positif dari pelanggan Dellcart.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa dan semua pihak yang terlibat dalam pengabdian masyarakat dan penulisan artikel ini. Harapannya, hasil dari penulisan artikel ini dapat memberikan manfaat yang signifikan dalam upaya meningkatkan kesadaran melalui penerapan kemasan ramah lingkungan yang dilakukan oleh *brand* fashion. Semoga artikel ini dapat menjadi inspirasi bagi mereka yang ingin menerapkan praktik bisnis yang berkelanjutan terutama dalam bidang fashion.

REFERENSI

- Azizah, N. (2021). *Riset: Konsumen Indonesia Kian Sadar Lingkungan*. Republika. [https://ameera.republika.co.id/berita/qytdte463/riset-konsumen-indonesia-kian-sadar-lingkungan#:~:text=Dari hasil riset tersebut diketahui bahwa 86 persen,persen%29%2C Filipina %2874 persen%29%2C dan Mesir %2868 persen%29.](https://ameera.republika.co.id/berita/qytdte463/riset-konsumen-indonesia-kian-sadar-lingkungan#:~:text=Dari%20hasil%20riset%20tersebut%20diketahui%20bahwa%2086%20persen,persen%29%2C%20Filipina%20%2874%20persen%29%2C%20dan%20Mesir%20%2868%20persen%29.)
- Fikri, M. A., & Febriana, P. (2018). Branding Desa Kalanganyar sebagai Ekowisata Bahari di Kabupaten Sidoarjo. *KANAL: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 61. <https://doi.org/10.21070/kanal.v5i1.1461>
- Intan. (2023). *Inovasi Pouch Adalah Kreativitas dalam Desain dan Fungsinya*. Weva Textile. [https://wevatextile.com/blog/inovasi-pouch-adalah-kreativitas-dalam-desain-dan-fungsinya#:~:text=Kelebihan dari Pouch Zipper adalah memungkinkan pengguna untuk,kali%2C sehingga lebih ramah lingkungan dan hemat biaya.](https://wevatextile.com/blog/inovasi-pouch-adalah-kreativitas-dalam-desain-dan-fungsinya#:~:text=Kelebihan%20dari%20Pouch%20Zipper%20adalah%20memungkinkan%20pengguna%20untuk,kali%20sehingga%20lebih%20ramah%20lingkungan%20dan%20hemat%20biaya.)
- M Taufik. (2022). *Disidak Kementrian LH, 16 Produsen Tahu di Sidoarjo Gunakan Bahan Bakar Sampah Plastik Disidak Kementrian LH, 16 Produsen Tahu di Sidoarjo Gunakan Bahan Bakar Sampah Plastik*. Surya.Co.Id. [https://surabaya.tribunnews.com/2022/05/30/disidak-kementrian-lh-16-produsen-tahu-di-sidoarjo-gunakan-bahan-bakar-sampah-plastik#:~:text=Kepala DLHK Sidoarjo%2C M Bahrul Amig menyebut penggunaan,berbahaya bagi lingkungan serta tubuh manusia apabila menghi](https://surabaya.tribunnews.com/2022/05/30/disidak-kementrian-lh-16-produsen-tahu-di-sidoarjo-gunakan-bahan-bakar-sampah-plastik#:~:text=Kepala%20DLHK%20Sidoarjo%20M%20Bahrul%20Amig%20menyebut%20penggunaan,berbahaya%20bagi%20lingkungan%20serta%20tubuh%20manusia%20apabila%20menghi)
- Marco Anthony. (2022). *Ini Bahaya Plastik Zipper Bag yang Sering Anda Gunakan*. SehatQ. <https://www.sehatq.com/artikel/bahaya-plastik-zipper-bag>
- Maryani, L., & Chaniago, H. (2019). Peran Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing di Industri Fashion. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 5(1), 48. <https://doi.org/10.35697/jrbi.v5i1.1615>
- Melly. (2023). *Ini Alasan Kenapa Menggunakan Kemasan Ramah Lingkungan Begitu Penting*. Plasteek. <https://plasteek.id/info/ini-alasan-kenapa-menggunakan-kemasan-ramah-lingkungan-begitu-penting/>
- Munawaroh, L., & Rochmaniah, A. (2017). Resepsi Konsumen terhadap Brand Image Produk Fashion Sophie Martin Paris. *KANAL: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 21. <https://doi.org/10.21070/kanal.v6i1.1421>
- Nariswari, S. L. (2022). *Survei: Konsumen Indonesia Makin Peduli Produk Ramah Lingkungan*. Kompas.Com. <https://lifestyle.kompas.com/read/2022/09/20/184205220/survei-konsumen-indonesia-makin-peduli-produk-ramah-lingkungan>
- Organic Abstraction*. (2022). Wikipedia Ensiklopedia Bebas. https://en.wikipedia.org/wiki/Organic_Abstraction
- Team, R. B. (2023). *Mengenal Polymailer: Solusi Cerdas, Efisien, dan Ramah Lingkungan untuk Pengiriman Barang*. Ridvan Maulana's Blog. [https://www.ridvanmau.com/mengenal-polymailer-solusi-cerdas-efisien-dan-ramah-lingkungan-untuk-pengiriman-barang#:~:text=Polymailer lebih ramah lingkungan daripada bungkusan plastik biasa,buat menjaga bumi kita tetap hijau dan sehat.](https://www.ridvanmau.com/mengenal-polymailer-solusi-cerdas-efisien-dan-ramah-lingkungan-untuk-pengiriman-barang#:~:text=Polymailer%20lebih%20ramah%20lingkungan%20daripada%20bungkusan%20plastik%20biasa,buat%20menjaga%20bumi%20kita%20tetap%20hijau%20dan%20sehat.)