MODUL

KETRAMPILAN PEMBUATAN DESAIN KEMASAN PRODUK OLAHAN BANDENG

Oleh :
Dyan Agustin,ST,MT
Sri Wulandari,S.Sn.M.A

Program Studi Arsitektur
Fakultas Arsitektur dan Desain
UPN Veteran Jawa Timur - 2021

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul : Ketrampilan Pembuatan Desain Kemasan Produk Olahan Bandeng
2. Bidang Pemanfaatan Ipteks : Teknik Rekayasa
3. Ketua Tim Pengusul
   a. Nama Lengkap : Dyan Agustin,ST,MT
   b. Jenis Kelamin : Perempuan
   c. NPT : 377080402031
   d. Disiplin Ilmu : Arsitektur
   e. Pangkat/Golongan : Penata Muda / IIIb
   f. Fakultas/Jurusan : FAD/ Arsitektur
   g. Telp/Faks/Email : 0818502048
4. Jumlah Anggota
   Nama Anggota 1 : Sri Wulandari,S.Sn,M.A
5. Lokasi Kegiatan/Mitra : Desa Sawohan Sidoarjo
6. Jumlah Dana : -

Surabaya, Oktober 2021

Mengetahui
Dekan

Dr.Ir.Wanti Mindari ,MP
NIP. 19631208 199003 2001

Ketua Pelaksana

Dyan Agustin,ST,MT
NPT.377080402031

Ka.LPPM

Dr. Ir. Yenny Wuryandari, M.P.
NIP. 19660114 199203 2 00 1

Dipindai dengan CamScanner

KATA PENGANTAR

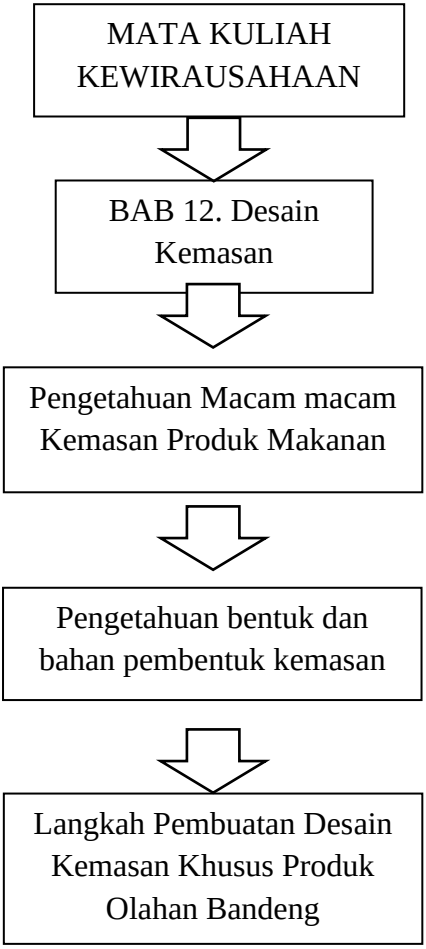
Puji syukur kita panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat-Nya sehingga kami bisa menyelesaikan Modul Ketrampilan Pembuatan Desain Kemasan Produk Olahan Bandeng ini yang disusun berdasarkan pada Standar Modul Pembelajaran Diknas 2006 yang memprioritaskan peserta ajar sebagai obyek kegiatan belajar (student center learning). Modul ini terdiri dari materi dan latihan soal untuk menguji pemahaman mahasiswa. Dalam modul ini dibahas tentang pengetahuan pembuatan kemasan untuk produk bandeng, Macam macam bentuk kemasan, tahapan pembuatan, dan hasil akhir. Kami menyadari dalam modul ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat kami harapkan demi perbaikan dan kesempurnaan modul ini. Kami ucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu proses penyelesain modul ini. Semoga modul ini dapat bermanfaat bagi kita semua, khususnya para peserta.

Surabaya, Oktober 2021
Penyusun

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....i
KATA PENGANTAR ii
DAFTAR ISI.....iii
PETA KEDUDUKAN MODUL iv
BAB 1. PENDAHULUAN 1
1.1. Deskripsi 1
1.2. Tujuan Pembelajaran.....1
1.3. Petunjuk Belajar.....2
1.4. Cara Penilaian 2
1.5. Tujuan Akhir.....3
BAB 2. PENGERTIAN DAN SEJARAH KEMASAN 4
2.1. Tujuan Pembelajaran.....4
2.2. Pengertian 4
2.3. Sejarah Kemasan.....5
2.4. Manfaat Kemasan 6
BAB 3. TEKNIK DASAR DESAIN KEMASAN.....8
3.1. Tujuan Pembelajaran.....8
3.2. Faktor faktor Desain Kemasan.....8
3.3. Pemasaran Melalui Desain Kemasan.....12
3.4. Kemasan Olahan Bandeng.....13
3.5. Desain dan Konsep Kemasan Olahan Bandeng.....17
BAB 4. KEGIATAN PELATIHAN 32
4.1. Latar Belakang Kegiatan pelatihan Desain Kemasan .32
EVALUASI KEMAMPUAN 34
DAFTAR PUSTAKA 35
Lampiran Surat Kesediaan Mitra 36

PETA KEDUDUKAN MODUL



BAB 1. PENDAHULUAN

1.1.Deskripsi

Desain kemasan merupakah salah satu usaha untuk menghadapi persaingan pasar perdagangan. Kemasan dapat meningkatkan daya saing suatu produk dan dapat menjadi pendorong terjadinya transaksi dengan konsumen. Karena itu kemasan harus bisa memberikan respon positif agar bisa meningkatkan penjualan (Mukhtar and Nurif 2015). Kemasan merupakan salah satu bidang yang tercakup dalam bidang Desain Komunikasi Visual yang merubah tuntutan teknis, kreatif, komunikatif dan pemasaran ke dalam bahasa visual. Hal ini merupakan tantangan bagi seorang desainer komunikasi visual karena dituntut agar dapat membuat desain kemasan yang estetis, dan bisa menarik perhatian konsumen dalam pertarungan menghadapi produk pesaing sehingga bisa meningkatkan penjualan (Swann 2000).

1.2.Tujuan Pembelajaran

Bagi saudara yang mengikuti pembelajaran modul ini, maka diperlukan penguasaan materi sebagai berikut :

1. Pengetahuan tentang sejarah awal mula Kemasan
2. Pengetahuan tentang alat dan bahan yang digunakan

3. Pengetahuan tentang cara pembuatan desain kemasan terutama untuk kemasan produk olahan bandeng

1.3.Petunjuk Belajar

Untuk membantu saudara agar bisa menguasai pengetahuan diatas maka materi dalam modul ini dibagi menjadi 3 kegiatan belajar, yakni :

a. Kegiatan belajar 1 : Pembelajaran teori kemasan meliputi sejarah dan jenis
b. Kegiatan belajar 2 : Pengenalan alat dan bahan serta cara pembuatan

Saudara dapat mempelajari teknik ini secara berurutan agar bisa diperoleh hasil yang maksimal. Setiap kegiatan belajar dilengkapi uji kepahaman dan uji kompetensi. Uji kompetensi menjadi alat ukur tingkat penguasaan dalam modul ini. Jika anda belum menguasai 80 % dari kegiatan maka saudara dapat mengulangi langkah langkah yang tersedia dalam modul ini.

1.4.Cara Penilaian

Partisipasi dalam aktivitas : 50 %. Penilaian ini dihasilkan pada saat pengamatan proses pelatihan. Tingkat keaktifan dalam proses pembuatan menjadi point penilaian.

Didalamnya termasuk kerjasama dan kekompakan dalam tim

Hasil praktek : 50 %. Penilaian ini dihasilkan dari produk yang dihasilkan setelah pelatihan. Produk yang estetis dan sesuai dengan fungsinys menjadi penilaian utama.

1.5.Tujuan Akhir

Setelah mengikuti modul ini diharapkan peserta :

1. Mampu menjelaskan kembali tentang sejarah kemasan
2. Mampu menjelaskan bahan dan alat yang dibutuhkan
3. Mampu menjelaskan langkah langkah pembuatan desain kemasan produk olahan bandeng

BAB 2. PENGERTIAN DAN SEJARAH KEMASAN

2.1.Tujuan Pembelajaran

Materi yang perlu dikuasai antara lain :

1. Menjelaskan pengetahuan tentang pengertian dan sejarah awal mula kemasan
2. Menjelaskan pengetahuan tentang macam macam kemasan

2.2.Pengertian

Desain Kemasan merupakan kegiatan merancang dan memptoduksi wadah atau bungkus sebuah produk. Didalam kemasan terdapat tiga hal yang harus diperhatikan antara lain merek, kemasan dan label.

Terdapat tiga alasan utama sebuah produk membutuhkan kemasan, antara lain :

1. Kemasan memenuhi syarat keamanan dan kemanfaatan. Yang dimaksud dengan keamanan yaitu kemasan dapat melindungi produk dalam proses pengiriman dari produsen ke konsumen. Produk dengan kemasan yang sesuai akan terlihat lebih menarik, bersih dan tahan

terhadap kerusakan yang diakibatkan pengaruh oleh cuaca.

2. Kemasan dapat melaksanakan program pemasaran.

   Dengan kemasan maka produk menjadi lebih efektif dan dapat mencegah pertukaran dengan produk pesaing. Sebuah perusahaan dapat membedakan produknya dengan melalui kemasan.

3. Kemasan merupakan suatu cara untuk meningkatkan laba perusahaan.

   Dengan kemasan yang menarik akan dapat menarik perhatian konsumen dan juga dapat mangurangi kerusakan barang dalam pengiriman.

2.3.Sejarah Kemasan

Kemasan sudah digunakan sejak jaman manusia purba, yaitu penggunaan kulit binatang dan keranjang rumput untuk membawa buah-buahan dari hutan. Pada 8.000 tahun yang lalu bangsa Cina mulai membuat keramik untuk mewadahi benda padat ataupun cair. Menjelang abad pertengahan berkembang bahan kemasan yang terbuat dari kulit, kain, kayu, batu, dan kaca dengan bentuk yang masih sederhana dan lebih berfungsi untuk melindungi barang terhadap pengaruh cuaca yang dapat merusak produk. Pada saat itu fungsi kemasan hanya untuk melindungi barang dan

mempermudah barang untuk dibawa. Seiring dengan perkembangan jaman saat ini terjadi penambahan nilai-nilai fungsional dan peranan kemasan didalam pemasaran. Mulai tahun 1980 an kemasan mulai diakui sebagai satu kekuatan utama dalam persaingan pasar dengan banyaknya supermarket atau pasar swalayan, di mana produk dipajang di rak-rak toko. Mulai tahun itu juga persaingan dalam dunia usaha semakin tajam dan kalangan produsen saling berlomba untuk merebut perhatian calon konsumen. Bentuk dan model kemasan merupakan hal yang sangat penting peranannya dalam strategi pemasaran. Kemasan harus mampu menarik perhatian, menggambarkan keistimewaan produk, dan mendorong proses pembelian oleh konsumen.

2.4.Manfaat Kemasan

Menurut Hermawan Kartajaya yang merupakan pakar di bidang pemasaran mengatakan bahwa teknologi telah membuat packaging berubah fungsi yang awalnya kemasan melindungi apa yang dijual menjadi kemasan menjual apa yang dilindungi (Kartajaya 1996). Kemasan bukan lagi sebagai pelindung atau wadah tetapi mempunyai manfaat lain yaitu mendorong penjualan produk yang dikemasnya. Sekarang ini kemasan sudah berfungsi sebagai media komunikasi. Pada beberapa kemasan dilengkapi nomor

telepon bebas pulsa yang bisa dihubungi oleh konsumen untuk bertanya tentang segala hal yang berhubungan dengan produk tersebut. Kemasan juga dapat berfungsi untuk mengkomunikasikan suatu citra tertentu. Misalnya produk makanan Jepang yang dikemas bagus dan menarik. Semua produk yang dijual di pasar swalayan harus benar-benar direncanakan kemasannya dengan baik agar dapat menarik perhatian konsumen diantara produk sejenis pada saat dipajang di rak. Sebelum mencoba isinya, konsumen diharapkan bisa menangkap kesan yang dikomunikasikan oleh kemasan. Dengan melihat fungsi kemasan yang sangat penting, maka konsep fungsional pengemasan harus mencakup seluruh proses pemasaran dari konsepsi produk sampai ke pemakai akhir.

BAB 3. TEKNIK DASAR DESAIN KEMASAN

3.1. Tujuan Pembelajaran

Materi materi yang perlu dikuasai antara lain :

1. Menjelaskan pengetahuan tentang alat dan bahan desain kemasan
2. Menjelaskan pengetahuan tentang cara pengaplikasian desain kemasan produk olahan bandeng

3.2. Faktor faktor Desain Kemasan

Beberapa faktor harus diperhatikan sebelum mendesain kemasan, antara lain :

1. Faktor pengamanan

Kemasan harus dapat melindungi produk dari berbagai kemungkinan yang bisa menyebabkan timbulnya kerusakan barang, misalnya: cuaca, sinar matahari, jatuh, tumpukan, kuman, serangga dan lain-lain.

2. Faktor ekonomi

Faktor biaya juga harus menjadi perhatian sebelum mendesain kemasan. Dengan perhitungan biaya produksi yang efektif termasuk pemilihan bahan kemasan akan membuat harga jual juga dapat dikendalikan dan terjangkau oleh konsumen.

3. Faktor pendistribusian

Bentuk kemasan harus didesain mudah didistribusikan dari pabrik ke distributor sampai ke tangan konsumen. Pada tingkat distributor lebih diutamakan kemudahan penyimpanan dan pemajangan. Bentuk dan ukuran kemasan harus disesain memudahkan peletakan di rak atau tempat pemajangan.

4. Faktor komunikasi

Sebuag kemasan harus bisa mengkomunikasikan produk yang dijual , menerangkan citra merek, mudah dilihat, dipahami dan diingat.

5. Faktor ergonomi

Kemasan harus didesain mudah dibawa, dipegang, dibuka dan diambil agar tercapai kenyamanan pemakai produk atau konsumen. Contohnya, bentuk botol minyak goreng yang pada bagian tengahnya diberi cekungan dan tekstur agar mudah dipegang dan tidak licin bila tangan pemakainya terkena minyak.

6. Faktor estetika

Daya Tarik visual pada kemasan terletak pada warna, bentuk, logo, ilustrasi, huruf, tata letak atau layout, dan maskot . Dengan pengolahan hal hal diatas akan dapat dihasilkan desain kemasan yang mempunyai daya tarik visual secara optimal.

7. Faktor identitas

Sebuah kemasan harus berbeda dengan kemasan lain agar mudah dikenali dan dibedakan dengan produk-produk yang lain.

8. Faktor promosi

Kemasan merupakan silent sales person dalam hal promosi. Oleh karena itu kemasan dapat efektif menarik perhatian konsumen baru.

9. Faktor lingkungan

Di masa sekarang ini masalah lingkungan merupakan hal yang perlu diperhatikan terutama kaitannya dengan kemasan. Ada beberapa kemasan yang menyebabkan penurunan kualitas lingkungan, misalnya kemasan yang terbuat dari strereofoam. Sekarang ini banyak perusahaan yang menggunakan kemasan-kemasan yang ramah lingkungan dan dapat didaur ulang (recyclable) atau dipakai ulang (reusable).

Faktor-faktor diatas merupakan satu kesatuan yang harus diperhatikan dan saling mendukung dalam keberhasilan desain kemasan. Keberhasilan penjualan dipengaruhi oleh citra yang ditampilkan oleh kemasan dengan tujuan agar konsumen dapat memberikan reaksi spontan, dan

selanjutnya akan terpengaruh dan melakukan tindakan positif, yaitu melakukan pembelian di tempat penjualan.

Hal utama yang perlu diperhatikan dalam membuat desain kemasan yang baik adalah sederhana, fungsional dan menimbulkan respons positif . Menurut penelitian kegiatan penginderaan manusia didominasi oleh penginderaan penglihatan (visual). Oleh karena itu sebuah kemasan harus mempunyai daya tarik. Daya tarik pada kemasan digolongkan menjadi dua, yaitu :

1. Daya tarik visual (estetika)

Daya tarik visual memuat unsur-unsur grafis yang menciptakan suatu kesan dan daya tarik visual yang mempengaruhi emosi dan psikologis manusia. Sebuah desain yang baik harus mampu mempengaruhi konsumen untuk memberikan respons positif tanpa disadarinya. Terkadang konsumen membeli produk yang sama tetapi harganya lebih mahal yang dikarenakan daya tarik tertentu yang tanpa disadari mempengaruhi konsumen secara psikologis.

2. Daya tarik praktis (fungsional)

Daya tarik praktis antara lain kemasan yang efektif dan efisiens untuk kemudahan penyimpanan atau pemajangan produk, dapat melindungi produk, mudah dibuka atau

ditutup kembali untuk disimpan, bisa digunakan kembali (reusable), mudah dibawa, mudah diisi kembali (refill).

3.3. Pemasaran Melalui Desain Kemasan

Di dalam prinsip pemasaran dikenal 5 elemen penting dalam strategi pemasaran yaitu: Product (produk), Price (harga), Place (tempat), Promotion (promosi), Packaging (kemasan) (Juli Ismanto 2020). Sebuah kemasan yang berhasil merupakan perpaduan antara pemasaran dan desain. Akan tetapi ada perbedaan cara berpikir antara sisi pemasaran dengan desainer kemasan. Desainer kemasan cenderung berpikir subjektif dan kreatif untuk mencari ide. Sedangkan pemasaran lebih berpikir objektif dan marketing oriented. Seorang desainer kemasan harus mengerti konsep dasar pemasaran dan hubungannya dengan visualisasi dan seorang staf pemasaran perlu mengerti cara visualisasi para konsumennya. Ada tiga alasan penting mengapa estetika penting dalam pemasaran, yaitu:

1. Estetika dapat membuat konsumen lebih loyal dan memberikan pengaruh psikologis dan emosional.
2. Estetika dapat menjadi standar perusahaan untuk menetapkan harga.

3. Estetika dapat membuat sebuah produk menjadi berbeda (point of differentiation) di tengah persaingan merek yang semakin ketat.

Selain mempertimbangkan estetika, sebuah desain kemasan harus memenuhi beberapa kriteria, antara lain:

1. Stands out (menonjol)

   Dengan kemasan yang menonjol maka produk dapat bersaing dengan berpuluh-puluh produk lainnya dalam kategori yang sama di tempat penjualan. Misalnya dengan penggunaan warna yang cermat karena warna yang terang akan lebih terlihat dari jarak jauh dan memiliki daya tarik dan dampak yang lebih besar.

2. Contents (Isi)

   Kemasan diusahakan bisa memberikan informasi tentang isi kemasan dan apa yang terkandung dalam produk.

3. Distinctive (Unik)

   Secara keseluruhan desain kemasan harus unik dan berbeda dengan produk pesaing.

4. Suitable (Sesuai)

   Desain kemasan harus sesuai dengan produk yang dikemas.

3.4. Kemasan Olahan Bandeng

Kemasan pada olahan bandeng terdiri dari 3 jenis (Agustin and Widyasari 2018).

a. Kemasan primer (*primary pack*)

yaitu kemasan plastik yang di vakum dengan dilengkapi kertas minyak. Setelah itu di press agar terjamin keawetannya

Gambar 1..Kemasan primer

b. Kemasan Sekunder (*secondary pack*)

Pola dasar *single pack* adalah berbentuk segi empat.Keunggulan dari bentuk ini adalah lebih mudah dan nyaman untuk dipacking, pada bagian atas cukup kuat untuk menahan bentuknya apabila mendapat tekanan yang kuat.

Gambar 2. Kemasan sekunder

Tambahan lidah pada bagian dalam kemasan difungsikan seperti pegas yang membantu menahan ikan. Ikan bandeng memiliki ukuran yang berbedabeda, fungsi lidah dapat membantu menahan agar ikan yang berukuran lebih kecil tidak terlalu terkoyak saat diletakan didalam kemasan.

c. Kemasan Tersier (*tertiary pack*)

Untuk *tertiary pack* terdapat 2 macam, yang pertama berbentuk tas yang terbuat dari kertas. Tas ini dapat menampung maksimal 3 buah *secondary pack*. Kemasan yang kedua adalah kemasan yang berisi 10 *single pack.* Kemasan ini dibuat khusus untuk didistribusikan atau dibawa bepergian hingga ke luar kota atau luar pulau, oleh karena itu kemasan ini dibuat dari kardus yang cukup tebal dan lebih tahan terhadap tekanan.

Gambar 3. Bentuk kemasan tersier isi 3 dan isi 10

Bahan

Bahan yang digunakan pada bagian *primary* menggunakan plastik dengan teknik vakum dan dialasi dengan kertas minyak agar bumbu dari bandeng tidak langsung tersentuh dan terserap oleh kemasan *secondary*. Pada bagian *secondary* akan memakai bahan dari *art carton* laminasi *doff* pada bagian luar dan laminasi *glossy* pada bagian dalam agar bumbu dan minyak dari produk tidak terserap oleh kemasan. Bahan *art carton* cukup kuat menahan tekanan dan warna kertas yang putih membuat kemasan terlihat lebih bersih .

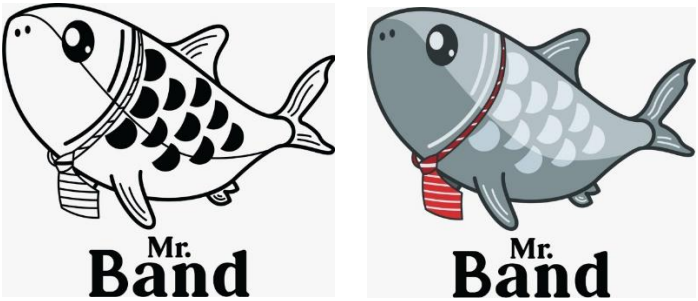
Beberapa produk olahan bandeng yang ada dipasaran antara lain. :

a. Bandeng asap
b. Bandeng dendeng
c. Bandeng presto
d. Bandeng bakar bumbu kecap
e. Bandeng goreng
f. Bandeng otak – otak
g. Udang bumbu
h. Kerupuk bandeng /ikan payus

3.5. Desain dan Konsep Kemasan Produk Olahan Bandeng

3.5.1. Konsep Logo

Logo yang digunakan pada brand Mr.BAND ini adalah gambar kartun dari ikan bandeng yang memakai dasi. Maksud dari pemakaian gambar bandeng ini agar bisa menginformasikan kalau isi produk dalah produk olahan bandeng. Sedangkan gambar dasi dimaksudkan adalah bahwa produk ini tidak hanya bisa dikonsumsi rumah tangga tetapi juga bisa digunakan untuk oleh oleh, atau mungkin hantaran untuk relasi bisnis dan lebih mengarah ke pangsa anak muda dan eksekutif muda.



Gambar 4. Logo baru rebranding UMKM AABA

3.5.2. Desain

Dari segi desain pada kemasan ini menampilkan ilustrasi ikan, udang dan sate kerang. Penggunakan ilustrasi tersebut di sesuaikan dengan produk yang akan di jual nantinya, selain itu juga agar masyarakat tahu bahwa produk ini tidak hanya menjual olahan bandeng saja tetapi juga menjual beberapa olahan lainnya. Untuk warna yang dipakai pada kemasan ini menggunakan warna merah, kuning, dan juga orange. Warna tersebut memiliki arti semangat, ceria, dan energik seperti yang ada pada para petani tambak desa sawohan. Dan diharapkan juga semakin banyak masyarakat membeli produk ini akan menambah semangat dan keceriaan masyarakat desa sawohan. Selain itu juga warna tersebut tergolong warna cerah yang dapat menarik mata konsumen untuk melihatnya. Kemudian warna coklat yang dijadikan warna utama pada kemasan adalah ingin

menampilkan kesan klasik natural dan dipadukan kedalam desain modern pada kemasan. Warna coklat juga menggambarkan warna tanah yang merepresentasikan tempat pembudidayaan bandeng di tambak.

3.5.3. Bentuk kemasan

A. Kemasan pada olahan bandeng

Pada kemasan olahan bandengn terdiri dari 3 jenis:

a. Kemasan primer (*primary pack*)

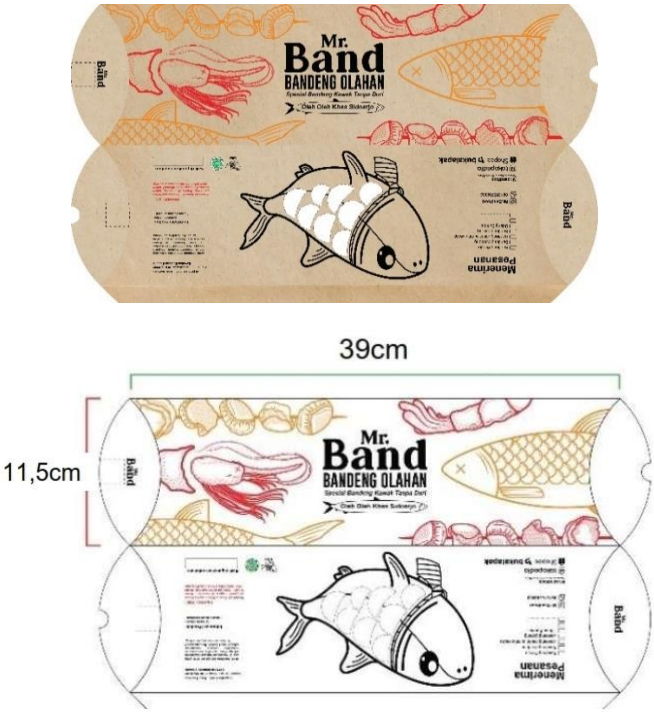
yaitu kemasan plastik yang di vakum dengan maksud agar lebih higienis serta lebih tahan lama . Metode pengemasan vakum merupakan metode kemasan dengan menghilangkan udara atau oksigen dengan menggunakan plastik khusus. Hal ini dimaksudkan agar pada saat oksigen dikeluarkan maka akan membatasi pertumbuhan bakteri aerobic dan tidak akan mudah basi sehingga akan memperpanjang waktu kadaluarsa. Jenis plastic yang digunakan adalah jenis nylon. Plastik nylon mempunyai tingkat elastisitas dan daya kerat yang kuat sehingga tidak mudah bocor. Dengan penggunaan plastic vakum ini maka produk olahan bandeng akan lebih awet, health, higienis dan akan menambah daya tarik dan keunggulan produk. Selain itu dengan produk yang bisa lebih tahan lama maka akan dapat menekan kerugian akibat produk yang tidak laku terjual.

Gambar 5. Kemasan primer (*primary pack*)

b. Kemasan Sekunder (*secondary pack*)

Pola dasar *single pack* untuk kemasan olahan bandeng pada umumnya adalah berbentuk segi empat. Keunggulan dari bentuk ini memang lebih mudah dan nyaman untuk dipacking. Akan tetapi bentuk ini sudah banyak digunakan dan tidak mempunyai keunikan . Untuk itu digunakan konsep baru dengan bentuk pillow box yang memiliki bentuk unik dan berbeda dari kemasan pada umumnya. Selain itu juga kemasan ini bertujuan untuk menjadikan cirikhas dari produk kami dan agar menjadi daya tarik orang yang ingin membelinya.

Gambar 6. Kemasan sekunder baru Mr.BAND



Gambar 7. Gambar Kerja Kemasan pillow box Mr.BAND

Dalam kemasan ini tidak hanya dikemas untuk produk makanan bandeng saja, namun juga menu produk makanan

lainnya seperti udang dan kerang. Tujuan menggabungkan jenis menu dalam 1 kemasan yang sama agar lebih efisien. Pada tampilan kemasan memiliki 2 sisi yaitu atas dan bawah. Kemasan atas berisi judul kemasan beserta ilustrasi ikan yang dijual dan untuk kemasan yang bawah berisi informasi mengenai produk makanan, dan terdapat lubang pada bagian sisik ikan di tengah agar pembeli bisa melihat produk di dalamnya. Bahan pada kemasan ini memakai jenis kertas craft paper, karena kertas tersebut memiliki warna coklat dan sedikit tebal.

Sedangkan untuk pembelian satuan disediakan tali untuk memudahkan pembeli membawa produk bandeng nya . Tali ini berbahan goni yang cukup kuat dengan penampilan unik dan menarik .

Gambar 8. Tali pengikat kemasan pillow box

Biaya kemasan

Kemasan sekunder

Jenis kemasan : Pillow Box

Ukuran kemsan : 39 x 11,5 x 5 cm

Material : Cetak offset printing menggunakan kertas samson craft 310gsm

Finishing : Lem, Lubang mika

Jumlah cetak : 1.000pcs

Harga satuan : Rp.3.100

c. Kemasan Tersier (*tertiary pack*)

Kemasan *tertiary pack* digunakan sebagai media penunjang dari kemasan sekunder. Ada beberapa jenis kemasan *tertiary pack* yang digunakan antara lain :

- Kemasan tersier tas isi 3

Kemasan ini dibuat untuk apabila pelanggan yang membeli dalam jumlah sedikit dan agar mudah membawa produk bandeng , ditujukan untuk menampung 1 sampai 3 kemasan sekunder. Kemasan ini menggunakan material craf paper ukuran tebal. Dari segi desain sama seperti kemasan utama bandeng, yang bertujuan untuk menyelaraskan kemasan.

Gambar 9. Kemasan tersier tas isi 3

Biaya kemasan

Kemasan tersier tas

Jenis kemasan : paper bag

Ukuran kemsan : 14 x 9 x 25 cm, 18 x 12 x 23 cm

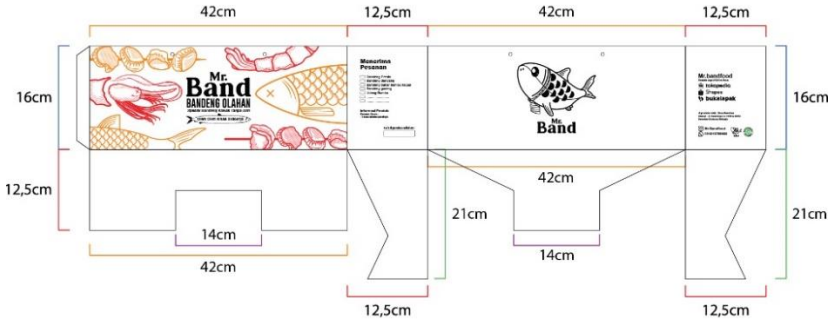
Material : Cetak offset printing menggunakan bahan paper bag

Jumlah cetak : 1000

Harga satuan : 4.980

- Kemasan tersier box terbuka isi 3

Gambar 10. Kemasan tersier box terbuka

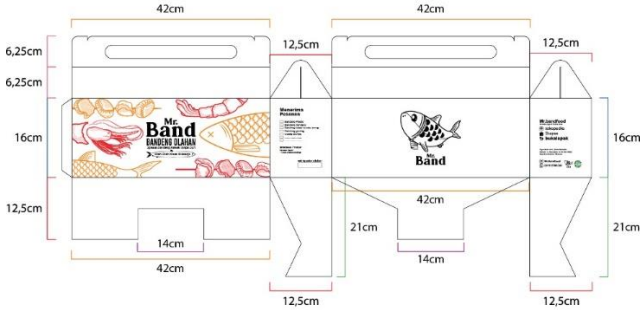


Gambar 11. Gambar Kerja Kemasan tersier box terbuka

- Kemasan tersier box tertutup isi 3

Bentuk box terbuka dan tertutup sangat cocok untuk mewadahi 2 s/d 3 kemasan pillow box. Pada kemasan tersier box tertutup terdapat lubang dibagian atas serta pengunci untuk mengunci bagian pegangan.

Gambar 12. Kemasan tersier box tertutup



Gambar 13. Gambar Kerja Kemasan tersier box tertutup

Kemasan tersier

Jenis kemasan : paper bag

Ukuran kemsan : 42 x 12,5 x 16 cm

Material : Cetak offset printing menggunakan bahan paper bag 360gr

Jumlah cetak : 1000

Harga satuan : 5.000

- Kemasan tersier box tertutup isi 7

kemasan karton dapat menampung maksimal 7 *secondary pack* . Kemasan ini dibuat khusus untuk didistribusikan atau dibawa bepergian hingga ke luar kota atau luar pulau, oleh karena itu kemasan ini dibuat dari kardus yang cukup tebal dan lebih tahan terhadap tekanan.

Biaya kemasan

Kemasan Tersier

Jenis kemasan : kardus

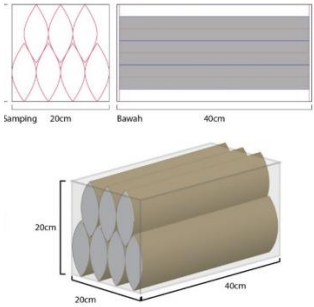
Ukuran kemsan : 40 x 20x 20 cm

Material : Cetak offset printing menggunakan bahan kardus

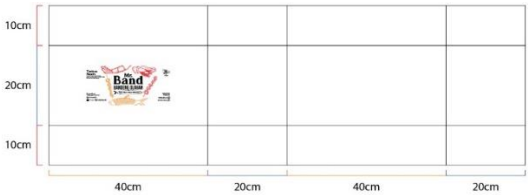
Jumlah cetak : -

Harga satuan : 4.500

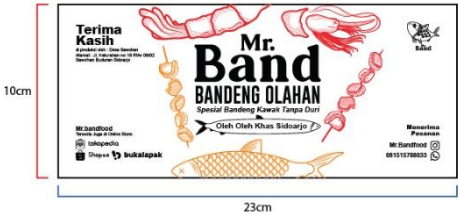
Gambar 14. Bentuk kemasan tersier isi 7



Gambar 15. Cara Penataan kemasan sekunder ke dalam kemasan tersier



Gambar 16. Gambar kerja kemasan tersier box tertutup isi 7



Gambar 17. Desain stiker kemasan tersier box tertutup isi 7

B. Produk Kerupuk

Kerupuk merupakan salah satu produk yang sangat digemari masyarakat dari semua kalangan dan harganya juga relatif murah sehingga usaha kerupuk ini berpotensi untuk bisa lebih dikembangkan. Di Desa Sawohan cukup banyak UMKM yang usaha kerupuk, tetapi yang dijual adalah kerupuk mentah. Salah satu yang memproduksi kerupuk ini adalah UMKM AABA. Saat ini kerupuk yang dijual adalah dalam bentuk mentah serta kemasan yang digunakan kurang menarik. Bahan kemasan dari plastik dengan ukuran 1 kg dan tanpa label . Jenis kerupuk yang dihasilkan antara lain kerupuk udang, kerupuk ikan payus dan kerupuk bandeng. Sebenarnya rasa kerupuk dari UMKM AABA ini sangat enak dan bisa bersaing dengan yang lain, tetapi kemasannya kurang menarik sehingga tidak bisa meningkatkan penjualan.

Gambar 18. Bentuk kemasan lama kerupuk mentah UMKM AABA

Oleh karena itu di buat brand baru sesuai dengan brand bandeng olahannya yaitu kerupuk Mr.BAND. Produk kerupuk yang dijual pun kearah kerupuk matang sehingga bisa langsung dikonsumsi dan bisa dibuat camilan serta oleh oleh. Dan jika usaha ini bisa berkembang akan bisa menjadi salah satu produk unggulan di Desa Sawohan Sidoarjo.

Kemasan kerupuk ikan ini menggunakan kemasan stand pouch. Penggunaan kemasan ini adalah lebih praktis juga kemasan lebih kuat dan bisa dibawah kemana saja. Kemasan ini memiliki zipper atau alat penutup sehingga kerupuk lebih awet dan dapat menjaga kerenyahan kerupuk. Selain itu juga memiliki bentuk yang unik, sehingga dapat memiliki daya tarik untuk mengikat minat pelanggan.

Desain

Dari segi tampilan desan pada kemasan kerupuk ini sama seperti tampilan pada kemasan makanan bandeng, karena untuk membuat produk agar senada. Pada bagian belakang kemasan berisi keterangan singkat mengenai tempat produksi dari olahan kerupuk bandeng. Selain itu juga warna utama pada kemasan stand pouch ini menggunakan warna cream karena ingin menampilkan kesan klasik dan di padukan ke dalam desain yang modern. Warna coklat pada kemasan ini juga menggambarkan warna tanah di desa sawohan membudidayakan tambak.

Bahan

Dalam bahan kemasan menggunakan kemansan alumunium foil, penggunakan bahan tersebut bertujuan untuk membuat makanan kedap udara agar makanan tetap awet.

Biaya kemasan

Kemasan sekunder

Jenis kemasan : Stand Pouch

Ukuran kemsan : 23,5 x 15 x 5 cm

Material : Cetak offset printing menggunakan bahan aluminium foil

Jumlah cetak : 1000

Gambar 19. Bentuk kemasan baru kerupuk matang

Gambar 20. Gambar Kerja Kemasan Kerupuk Mr.BAND

BAB 4. KEGIATAN PELATIHAN

4.1. Latar Belakang Kegiatan pelatihan Desain Kemasan

Kegiatan ini merupakan kegiatan pemberdayaan UMKM khususnya UMKM AABA di Desa Sawohan Sidoarjo yang bertujuan untuk membangkitkan potensi UMKM Desa Sawohan. Hal ini dikaitkan juga dengan permasalahan dari desa Sawohan yang kemasan produk olahan bandengnya masih belum bagus. Tahapan yang dilakukan dalam kegiatan ini adalah penyuluhan dan pelatihan.

Gambar 21. Peserta Pelatihan Desain Kemasan di Desa Sawohan

Pelatihan dan penyuluhan dilaksanakan pada tanggal 27 Juni 2021 di tempat usaha UMKM AABA Desa Sawohan

Sidoarjo. Peserta yang hadir terdiri dari beberapa ibu ibu UMKM olahan hasil tambak. Beberapa contoh kemasan ditunjukkan pada saat pelatihan terutama kemasan olahan hasil tambak. Antusiasme peserta penyuluhan sangat tinggi terlihat dari banyaknya pertanyaan seputar kemasan yang terkait dengan produk mereka masing masing.

Gambar 22. Peserta penyuluhan dan pelatihan desain kemasan produk olahan hasil tambak di Desa Sawohan Sidoarjo

EVALUASI KEMAMPUAN

Kognitif Skill

1. Saudara diminta menjelaskan sejarah awal mula kemasan
2. Saudara diminta menjelaskan manfaat mendesain kemasan
3. Saudara diminta menjelaskan hal hal yang harus diketahui sebelum mendesain kemasan
4. Saudara diminta menjelaskan bagaimana konsep yang sesuai untuk produk olahan bandeng

Psikomotorik Skill

1. Saudara diminta membuat beberapa desain kemasan produk olahan bandeng

DAFTAR PUSTAKA

Agustin, Dyan, and Widyasari. 2018. “Packaging Design of Milkfish Products in Tambak Oso Village Sidoarjo.” 2017(2017):151–59. doi: 10.11594/nstp.2018.0122.

Juli Ismanto. 2020. *Manajemen Pemasaran*.

Kartajaya, Hermawan. 1996. *Marketing Plus 2000 Siasat Memenangkan Persaingan Global*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

Mukhtar, Sukrianti, and Muhammad Nurif. 2015. “Peranan Packaging Dalam Meningkatkan Hasil Produksi Terhadap Konsumen.” *Jurnal Sosial Humaniora* 8(2):181. doi: 10.12962/j24433527.v8i2.1251.

Swann, Alan. 2000. *The New Graphic Design School*. New York : J. Wiley & Sons.

Lampiran Surat Kesediaan Mitra

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Jalan Rungkut Madya Gunung Anyar Surabaya (60294)

SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN KERJASAMA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: Aris Syahruddin
Tempat Tanggal Lahir	: Sidoarjo, 04 September 1973
Nama Organisasi / Perusahaan	: UD. AABA
Jabatan	: Pemilik
Alamat	: Jl. Kelurahan no 18 Rt/w 09/02 Sawohan Buduran Sidoarjo
Nomor telepon	: 08179341600

Dengan ini saya menyatakan bahwa Saya bersedia bekerjasama dengan Tim Pemanfaatan Ipteks Bagi Masyarakat (PIKAT) UPN Veteran Jawa Timur, Yakni :

Nama ketua	: Dyan Agustin,ST,MT
Nama Lembaga	: UPN Veteran Jatim
Alamat	: Rungkut madya gunung anyar Surabaya
Nomor HP	: 0818502048

Dalam melaksanakan kegiatan PIKAT dengan judul :

"Pelatihan Desain Kemasan Produk Hasil Tambak Di Desa Sawohan Sidoarjo"

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Surabaya, 20 Mei 2021

Yang membuat pernyataan

AABA GROUP