

PERANCANGAN DESAIN KEMASAN UMKM PISANG KEJU WOLUWOLU

Finka Yolanda Situmorang¹⁾, Widyasari²⁾, Masnuna³⁾

¹⁾ Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
20052010026@student.upnjatim.ac.id

²⁾ Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Widyasari.dkv@upnjatim.ac.id

³⁾ Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Masnuna.dkv@upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Pisang Keju Woluwolu merupakan sebuah UMKM yang menjual produk olahan pisang, produk ini memiliki keunggulan yaitu tersedia dengan berbagai varian produk. Namun UMKM ini juga memiliki kelemahan seperti tidak tersedianya media sosial, serta masih menggunakan kemasan sederhana dan umum yaitu *paper box* dan *styrofoam* yang tentunya tidak memiliki daya tarik dan kurang aman baik untuk perlindungan produk maupun kesehatan konsumen. Tujuan perancangan kemasan produk Pisang Keju Woluwolu adalah sebagai upaya memberikan identitas visual sebagai media promosi pada produk dan memaksimalkan efisiensi fungsi kemasan produk. Proses perancangan kemasan produk ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan data yang diperoleh dari proses observasi, wawancara, dokumentasi. Data dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT untuk mengobservasi faktor internal dan eksternal pada produk yang kemudian akan memperoleh strategi untuk kemajuan UMKM Pisang Keju Woluwolu.

Kata Kunci: Perancangan kemasan, Identitas visual produk, Pisang Keju Woluwolu

ABSTRACT

Pisang Keju Woluwolu is an MSME that sells processed banana products, this product has the advantage of being available with various product variants. However, these MSMEs also have weaknesses such as the unavailability of social media, and they still use simple and common packaging, namely paper boxes and styrofoam which of course do not have attractiveness and are less safe for both product protection and consumer health. The purpose of designing Pisang Keju Woluwolu product packaging is an effort to provide a visual identity as a promotional medium for the product and maximize the efficiency of the product packaging function. The product packaging design process uses qualitative research methods using data obtained from observations, interviews, and documentation. Data were analyzed using SWOT analysis to observe internal and external factors in the product which would then obtain a strategy for the progress of the Pisang Keju Woluwolu MSME.

Keywords: *Packaging design, Product visual identity, Pisang Keju Woluwolu*

PENDAHULUAN

UMKM atau Usaha Mikro Kecil Menengah merupakan istilah yang merujuk pada usaha ekonomi produktif yang dikelola atau dimiliki perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan oleh Undang-undang No. 20 tahun 2008. UMKM memiliki peran yang sangat besar dalam membantu pertumbuhan perekonomian Indonesia.

Kemasan adalah bagian penting dari sebuah produk. Kemasan memiliki fungsi untuk melindungi produk dan juga sebagai media promosi dengan menekan ciri khas produk pada desain kemasan. Dalam masyarakat modern kemasan adalah elemen penting sebagai alat pemasaran dan sebagai bagian integral dari identitas merek dagang (Nugrahani, R. 2015). Kemasan dapat menjadi strategi produk yang digunakan produsen agar produk terlihat lebih menarik dalam segi visual baik warna maupun bentuk kemasan. Seiring dengan peningkatan kebutuhan manusia semakin banyak pula produsen dan produk-produk yang dipasarkan, produk-produk tersebut harus dapat membawa ciri khasnya untuk menonjolkan keunggulan dan sebagai pembeda dengan produk lain.

Pisang Keju Woluwolu merupakan usaha kuliner yang berfokus dalam menjual olahan pisang, dengan varian produk pisang keju yang beragam. Usaha kuliner ini didirikan oleh Hendrik sejak akhir tahun 2019 yang awalnya disebabkan oleh pandemi *covid 19*. UMKM ini dapat bertahan dan terus berkembang melalui *online store* hingga pemilik mendirikan *offline store*. Sebagai UMKM yang baru dirintis, UMKM Pisang Keju Woluwolu tentunya masih memiliki kekurangan khususnya pada aspek kemasan yang masih menggunakan kemasan sederhana pada umumnya yang tentunya tidak memiliki ciri khas dan hanya mementingkan keekonomisan kemasan tersebut. Bentuk kemasan yang tidak menarik ini merujuk pada kemasan yang hanya berupa *paper box* dan *Styrofoam* yang polos dan tidak memiliki informasi maupun identitas produk dan pembeda untuk produk yang bervariasi. Selain alasan tidak menarik, kemasan produk juga kurang efisien dalam membungkus dan melindungi produk, serta material kemasan yang tidak aman bagi kesehatan konsumen juga perlu diperhatikan. Pemilihan kemasan dengan bentuk yang umum disebabkan oleh faktor harga dan kurangnya edukasi pemilik UMKM tentang *branding*.



Gambar 1. Produk Pisang Keju Woluwolu
Sumber: Aset Pribadi

Semakin meningkatnya kebutuhan manusia tentunya memunculkan bermacam-macam UMKM dengan bidang yang beragam. Banyak ditemui UMKM yang berfokus pada kuliner yang sama seperti UMKM Pisang Keju Woluwolu. Dengan banyaknya produsen yang fokus pada kuliner yang sama tentunya menyebabkan persaingan. Adanya pembeda pada produk adalah salah satu solusi agar memperkuat produk.

Tujuan dari penelitian ini untuk menjadi dasar acuan perancangan desain kemasan produk UMKM Pisang Keju Woluwolu, sebagai media upaya branding identitas produk UMKM yang dapat menonjolkan keunggulan dan ciri khas produk. Dengan memasukan informasi dan keunggulan yang dapat menjadi pertimbangan bagi konsumen, kemasan yang dirancang juga mengedepankan konsep estetika yang sesuai dengan perkembangan zaman serta mempertahankan efisiensi penggunaan kemasan.

METODOLOGI

Metode yang digunakan peneliti pada penciptaan ini yaitu metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan penelitian berbasis praktikum dengan tujuan mengumpulkan informasi, menganalisa data dan menyelesaikan permasalahan.

Metode Pengumpulan Data

- Observasi, dilakukan dengan mengamati secara langsung pada objek penelitian kemasan dan produk Pisang Keju Woluwolu. Objek yang diamati adalah material kemasan, karakteristik produk, juga elemen visual dari kemasan produk, juga mengamati kekurangan kemasan produk.
- Wawancara, dalam tahap ini peneliti melakukan wawancara dengan mengajukan pertanyaan yang sudah disusun secara terstruktur sebelumnya terkait produk Pisang Keju Woluwolu.

- c. Dokumentasi, pada tahapan ini penulis mengambil dan mengumpulkan foto produk dan kemasan pada offline store secara langsung untuk melengkapi data-data yang diperlukan dalam perancangan.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam perancangan ini adalah analisis SWOT yang bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal yang bersangkutan dengan produk Pisang Keju Woluwolu, yang kemudian dapat memperoleh kesimpulan berupa strategi dalam meningkatkan penjualan setelah diamati. SWOT adalah akronim untuk kata kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), ancaman (*threats*). Analisis SWOT adalah sebuah instrumen yang ampuh untuk merumuskan analisis strategi (Wulandari, 2020).

Tabel 1. Matriks SWOT Pisang Keju Woluwolu

Kondisi Internal Perusahaan	Strength (Kekuatan) - Harga yang terjangkau - Memiliki banyak varian produk dan varian rasa	Weakness (Kelemahan) - Tidak memiliki desain kemasan - Kemasan produk menggunakan material yang tidak cocok untuk makanan - Tidak memiliki media sosial
Kondisi Eksternal Perusahaan Opportunity (Peluang) - Kuliner yang banyak digemari - Adanya aplikasi <i>online</i> yang sangat membantu pemasaran	Strategi SO Menjaga kualitas produk dalam segi bahan dan pemasaran, serta meningkatkan promosi dari berbagai peluang.	Strategi WO Membuat media sosial sebagai media promosi kepada publik yang sebelumnya belum terjangkau, juga memperkenalkan produk dengan cara membuat desain kemasan agar lebih muda dikenal pasar dan memperhatikan material kemasan yang dipakai
Threat (Ancaman) - Kuliner ini memiliki banyak saingan karna sudah cukup umum - Banyak penjual pisang keju lain yang harganya lebih rendah	Strategi ST Menonjolkan kelebihan produk seperti penggunaan bahan yang <i>fresh</i> dan premium.	Strategi WT Menjaga agar harga tetap terjangkau. Memberi promo pada hari tertentu di aplikasi <i>online</i> .

Sumber: Aset Pribadi

Dari hasil pengamatan matriks SWOT diatas dapat disimpulkan, desain kemasan memiliki peran penting dalam mengembangkan Pisang Keju Woluwolu. Maka strategi yang perlu diambil adalah dengan merancang desain kemasan untuk produk yang terdiri dari bentuk, warna, elemen visual, dan informasi pada kemasan serta menggunakan material kemasan yang kuat dan aman. Tujuan dari strategi perancangan desain kemasan adalah untuk menguatkan identitas visual produk Pisang Keju Woluwolu agar mampu bersaing dengan kompetitor.

PEMBAHASAN

Pisang keju adalah jenis kuliner olahan pisang yang menjadi fokus UMKM Pisang Keju Woluwolu. Pisang Keju Woluwolu telah berdiri sejak akhir tahun 2019. UMKM yang beralamat di JL. Medokan Sawah No. 228, Medokan Ayu, Rungkut, Surabaya ini telah memiliki beberapa varian produk yakni pisang keju, pisang keju glaze, pisang nugget dan ketan tetel yang juga merupakan produk yang diperjualbelikan oleh Pisang Keju Woluwolu. Produk-produk Pisang Keju Woluwolu sangat digemari berbagai rentang usia. Produk ini tidak memiliki sosial media sehingga hanya dikenal konsumen melalui aplikasi *online* seperti *GoFood* dan *ShopeeFood*, dan dikenal juga melalui *offline store* yang terletak di jalan kecil. Berdasarkan hasil analisis SWOT Pisang Keju Woluwolu memiliki banyak kompetitor, oleh karena itu peran desain kemasan sangat dibutuhkan sebagai media promosi yang menonjolkan identitas visual dan informasi penting Pisang Keju Woluwolu yang dapat menjadi pertimbangan konsumen.

Konsep Kemasan

Dalam perancangan desain kemasan produk Pisang Keju Woluwolu peneliti menampilkan desain kemasan produk dengan konsep ‘kekinian’ yang merujuk pada gaya anak muda yang merupakan konsumen terbanyak produk. Konsep kemasan kekinian didukung dengan ilustrasi, tipografi, dan warna yang sesuai baik dengan konsep maupun dengan produk Pisang Keju Woluwolu. Kemasan yang dirancang nantinya akan menggunakan warna dan ilustrasi yang berbeda-beda di tiap produk. Selain konsep visual, peneliti juga merancang konsep kemasan yang mengutamakan efisiensi agar kegunaan kemasan lebih maksimal.

Jenis kemasan dibagi menjadi berdasarkan struktur isi, berdasarkan frekuensi pemakaian, dan berdasarkan tingkat kesiapan pemakaian (Widyasari, Yani, Wulandari, 2021). Kemasan juga diklasifikasikan berdasarkan sifat kekakuan bahan kemasan (Julianti, Nurminah, 2006). Pengelompokan jenis kemasan ini bertujuan agar meningkatkan kualitas sebuah produk dan memaksimalkan perlindungan produk.

- a. Berdasarkan struktur isi, terdapat dua jenis kemasan untuk produk Pisang Keju Woluwolu yakni kemasan primer yang bersentuhan langsung dengan produk dan kemasan sekunder yang berguna untuk perlindungan juga kemudahan membawa produk.
- b. Berdasarkan frekuensi pemakaian, produk ini merupakan makanan cepat saji oleh sebab itu kemasan yang digunakan adalah disposable atau kemasan sekali pakai. Namun untuk kemasan sekundernya dapat dikelompokkan kedalam jenis kemasan semi disposable.
- c. Berdasarkan tingkat kesiapan pemakaian, kemasan Pisang Keju Woluwolu digolongkan dalam kemasan siap rakit baik kemasan primer maupun kemasan sekunder.
- d. Berdasarkan sifat kekakuan bahan kemasan, kemasan sekunder Pisang Keju Woluwolu dirancang menjadi kemasan semi fleksibel yang dapat ditekuk sedangkan kemasannya bersifat semi kaku.

Konsep Elemen Visual

Konsep elemen kemasan adalah salah satu bagian penting dari perancangan kemasan agar menciptakan tampilan kemasan yang menarik. Berdasarkan fungsi promosi kemasan yang memiliki kualitas yang baik secara warna, ukuran, dan penampilan akan memiliki daya tarik untuk menarik perhatian pembeli sehingga pembeli itu membeli produk tersebut (Suhardi, 2019).

Perancangan desain kemasan Pisang Keju Woluwolu mengambil konsep kekinian yang didasari oleh konsumen Pisang Keju Woluwolu yang didominasi oleh anak muda. Berdasarkan pemilihan konsep tersebut maka peneliti menentukan elemen visual seperti ilustrasi simpel dan lucu juga warna-warna yang simpel. Konsep ini nantinya diharapkan dapat memberi dampak positif seperti keunggulan dan mampu bersaing dengan produk lainnya.

a. Ilustrasi

Variasi produk Pisang Keju Woluwolu menjadi referensi dalam pembuatan ilustrasi yang digunakan untuk desain kemasan. Variasi produk yang digunakan sebagai referensi ilustrasi yakni pisang keju, pisang keju glaze, pisang nugget, ketan tetel, dan tambahan elemen yang berkaitan dengan produk yakni keju dan remahan *crispy*. Ilustrasi kemasan yang beragam juga bertujuan untuk menjadi pembeda bagi tiap varian produk.



Gambar 2. Ilustrasi desain kemasan Pisang Keju Woluwolu
Sumber: Aset Pribadi

b. Tipografi

Display type yang digunakan untuk perancangan desain kemasan produk Pisang Keju Woluwolu adalah font *Mouldy Cheese Regular*, pemilihan jenis font ini didasarkan oleh konsep dan bentuk produk. Kemudian font yang digunakan untuk *body type* adalah *Montserrat Regular*.



Gambar 3. tipografi desain kemasan Pisang Keju Woluwolu
Sumber: Aset Pribadi

c. Warna

Dalam merancang desain kemasan ini peneliti menggunakan warna yang diambil dari produk pisang keju dan produk lainnya. Warna beragam yang diambil dari produk-produk Pisang Keju Woluwolu sebagai pembeda pada masing-masing produk. Warna-warna yang digunakan adalah coklat dan warna turunannya, jingga, kuning, dan merah muda



Gambar 4. Warna yang digunakan kemasan Pisang Keju Woluwolu
Sumber: Aset Pribadi

d. Logo

Melalui hasil analisis data dan observasi yang telah dilakukan, di rancanglah desain logo untuk menggambarkan produk Pisang Keju Woluwolu. Logo produk yang dirancang berupa logotype dengan gaya fleksibel mengikut pada bentuk produk. Dengan font yang dibuat sendiri oleh peneliti.



Gambar 5. Logo yang digunakan kemasan Pisang Keju Woluwolu
Sumber: Aset Pribadi

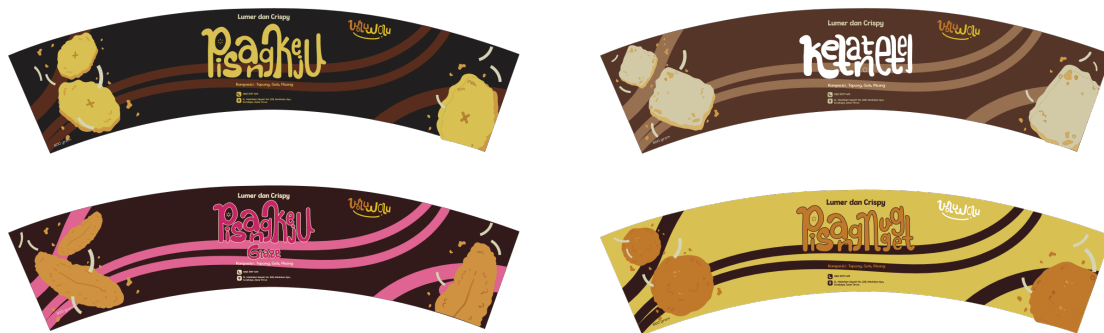
- e. Merek dagang produk logo penamaan setiap produk Pisang Keju Woluwolu memiliki konsep yang sama dengan logo utama. Adanya merek dagang bertujuan agar setiap produk memiliki pembeda dan ciri khasnya masing-masing. Warna yang diberikan pada setiap merek dagang mengikuti pada warna ciri khas produk tersebut.



Gambar 6. Merek dagang kemasan Pisang Keju Woluwolu
Sumber: Aset Pribadi

Hasil Perancangan Kemasan

Final kemasan primer produk Pisang Keju Woluwolu menggunakan bentuk *paper bowl* yang berbahan dasar kertas. Pemilihan bentuk *bowl* atau mangkok pada kemasan bertujuan agar lebih efisien untuk memegang produk serta menjadi pembeda karena bentuk yang unik berbeda dengan kemasan pisang keju pada umumnya. Kemasan berdiameter atas seluas 13cm, diameter alas seluas 10,5cm, dan tinggi 8,5cm. Ukuran yang dipilih merujuk pada berat produk yakni 800gram. Selain menggunakan bahan dasar kertas, kemasan juga menggunakan penutup yang berbahan dasar plastik mika.



Gambar 7. Hasil desain kemasan primer Pisang Keju Woluwolu
Sumber: Aset Pribadi



Gambar 8. *Mockup* kemasan primer Pisang Keju Woluwolu
Sumber: Aset Pribadi

Untuk kemasan sekunder, bentuk yang dipilih adalah *paper bag* dengan bahan dasar kertas dengan jenis kertas kraft. Ukuran kemasan sekunder yaitu 14cm x 14cm x 20cm. Selain menggunakan bahan kertas kemasan ini juga dilengkapi dengan tali yang berperan sebagai pegangan untuk mempermudah konsumen saat membawa kemasan. Di Sisi depan kemasan Sekunder dilengkapi dengan informasi logo, penjelasan produk, alamat, dan kontak. Sedangkan sisi belakang kemasan di lengkapi dengan ilustrasi pisang yang berkonsep seolah tersambung dengan tali dan juga informasi varian produk.



Gambar 9. *Mockup* kemasan sekunder Pisang Keju Woluwolu
Sumber: Aset Pribadi

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulan yang dapat diambil dari pembahasan terkait perancangan kemasan Pisang Keju Woluwolu diatas adalah untuk merancang desain sebuah kemasan banyak aspek yang harus dianalisis dan dirancang sesuai dengan ketentuannya, riset dan observasi yang teliti sangat dibutuhkan dalam pengumpulan data sebagai bahan acuan perancangan kemasan. Berdasarkan hasil riset perancangan tersebut maka akan diperoleh hasil desain kemasan berdasarkan fungsi dan visual yang dibutuhkan untuk strategi yang baik seperti promosi dan identitas visual. Kemasan berperan sangat penting dalam sebuah usaha karena dapat menarik perhatian dan menjadi bahan pertimbangan bagi calon konsumen, kemasan Pisang Keju Woluwolu yang memakai konsep kekinian yang disesuaikan dengan target pasar yang didominasi oleh anak muda. Oleh sebab itu diharapkan desain kemasan Pisang Keju Woluwolu dapat menarik perhatian, memperkuat identitas visual, menjadi media informasi serta dapat memberi kesan berbeda dari kemasan kompetitor yang lain bagi para konsumen dan calon konsumen.

REFERENSI

- Agris Ramadha Salim, M. (2020). Strategi Iklan Komersial Media Sosial Instagram Pisang Keju S3 Yogyakarta. *Naskah Publikasi Program Studi Ilmu Komunikasi*.
- II, B. 2.1 ANALISIS SWOT 1. Pengertian Analisis SWOT. *ANALISIS SWOT PADA PRODUK IB MULTIGUNA BANK JATENG SYARIAH KCPS SEMARANG BARAT, 11*.
- Maflahah, I. (2012). Desain kemasan makanan tradisional Madura dalam rangka pengembangan IKM. *Agointek: Jurnal Teknologi Industri Pertanian, 6(2)*, 118-122.
- Nugrahani, R. (2015). Peran desain grafis pada label dan kemasan produk makanan umkm. *Imajinasi: Jurnal Seni, 9(2)*, 127-136.
- Rizianiza, I., Mungil, D., & Idhil, A. (2021). Peningkatan Pemahaman Tentang Kemasan Pada UMKM Pengolah Rumput Laut. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara, 5(1)*, 144-152.
- Sholikatin, W. (2020). Perancangan Kemasan Produk Kripik Makroni Spiral Makeci. *DESKOVI: Art and Design Journal, 2(2)*, 73-80.
- Suhardi, D. (2019). Optimalisasi Keterampilan Pembuatan Kemasan Untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Pada Ukm Pembuat Tape Di Desa Cibeureum, Kabupaten Kuningan. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2(02)*.