

Sosialisasi Peran Kemasan dan Desain Terhadap Pemasaran Produk di PT ABC

Vania Tiara Salsabila, Riski Ayu Anggreini

*Program Studi Teknologi Pangan, Fakultas Teknik, Universitas Pembangunan Nasional
"Veteran" Jawa Timur, Jalan Raya Rungkut Madya, Surabaya 60294, Indonesia*

E-mail: riskiayua.tp@upnjatim.ac.id

Abstrak — Kemasan merupakan faktor utama yang dapat meningkatkan daya tarik konsumen. Kemasan produk pangan tak hanya menjadi alat marketing untuk menarik perhatian pembeli, namun juga untuk menjaga dan melindungi keamanan produk pangan dari adanya bahaya kontaminasi. Desain kemasan produk PT ABC masih belum menarik perhatian pembeli sehingga membuat produk tersebut belum dapat bersaing dengan produk lain di pasaran. Permasalahan tersebut dapat diatasi dengan cara melakukan sosialisasi pada karyawan sumber daya manusia (SDM) tentang pentingnya kemasan dan desain. Selain itu, diberikan rancangan perubahan desain kemasan produk serta rancangan peningkatan kemasan primer untuk menjamin keamanan produk. Hasil dari kegiatan ini adalah karyawan SDM PT ABC mengetahui pentingnya kemasan dan desain pada produk, khususnya untuk teh hitam celup, serta mendapatkan gambaran untuk meningkatkan desain kemasan serta kemasan primer yang dapat digunakan pada produk.

Kata Kunci: Sosialisasi, Kemasan, Desain

Abstract — Packaging is the main factor that can increase consumer appeal. Food product packaging is not only a marketing tool to attract buyers' attention, but also to maintain and protect the safety of food products from the danger of contamination. PT ABC's product packaging design still does not attract the attention of buyers, making the product unable to compete with other products on the market. This problem can be overcome by providing outreach to human resources (HR) employees about the importance of packaging and design. In addition, plans for changes to the product packaging design and plans for improving the primary packaging are provided to ensure product safety. The result of this activity is that PT ABC's human resources employees know the importance of packaging and design for products, especially for black tea bags, and get ideas for improving packaging design and primary packaging that can be used on products.

Keywords: Socialization, Packaging, Design

1. PENDAHULUAN

Setiap industri bersaing dengan industri lainnya agar dapat bertahan dalam pasar. Semakin tinggi persaingannya maka semakin tinggi pula kebutuhan daya saing industrinya. Daya saing industri adalah kemampuan suatu industri untuk menunjukkan keunggulan dalam suatu hal pada kondisi dan situasi yang mendatangkan keuntungan paling banyak dan hasil kerja yang lebih baik dibandingkan dengan industri lain [1].

Inovasi tidak bisa lepas dari dunia bisnis dan industri. Inovasi merupakan suatu langkah yang dilakukan oleh industri agar dapat tetap hidup dan berkembang [2]. Pada produk pangan, inovasi dapat dilakukan dengan merubah ataupun meningkatkan kemasan produk. Kemasan merupakan faktor utama yang dapat meningkatkan daya tarik konsumen [3]. Seiring dengan berjalannya waktu, mulai banyak pengembangan inovasi kemasan yang beredar di masyarakat. Pengembangan inovasi tersebut meliputi perubahan warna, bahan, dan desain kemasan [4].

Kemasan sering disebut sebagai *the silent salesman or girl*, karena dapat mewakili ataupun menunjukkan kualitas produk tanpa kehadiran penjual. Kemasan dibuat untuk mempromosikan suatu produk dan membuat posisi produk tersebut paling menonjol diantara produk lain saat berjajar di rak penjualan. Kemasan yang baik harus dapat berkomunikasi dengan konsumen secara efektif melalui aspek visual dari beberapa elemen yaitu warna, ikon, bentuk, atau bahkan melalui aspek psikologis yaitu ditinjau dari saat kemasan dipegang. Ada banyak jenis bahan kemasan yang sering digunakan pada produk pangan, yaitu karton, kertas, plastik, *aluminium foil*, kaleng, kaca, dan yang lainnya [5].

Dalam produk pangan, kemasan tak hanya berperan untuk menarik perhatian pembeli, namun juga sebagai upaya untuk menjaga keamanan pangan. Kemasan adalah salah satu cara untuk melindungi produk pangan dari kontaminasi kimia, kontaminasi oleh mikroba, kerusakan fisik akibat gesekan ataupun benturan saat proses produksi hingga distribusi, air,

udara, hingga gangguan dari binatang seperti serangga atau yang lainnya. Dengan dikemasnya suatu produk pangan, maka keamanan dan mutu produk pangan terjaga sehingga dapat disimpan dalam kurun waktu yang lama. Hal ini sesuai dengan Peraturan Pemerintah (PP) No. 86 Tahun 2019 tentang Keamanan Pangan, yaitu keamanan pangan adalah kondisi dan upaya yang diperlukan untuk mencegah pangan dari kemungkinan cemaran biologis, kimia dan benda lain yang dapat mengganggu, merugikan, dan membahayakan kesehatan manusia serta tidak bertentangan dengan agama, keyakinan, dan budaya masyarakat sehingga aman untuk dikonsumsi [6].

Berdasarkan uraian terkait pentingnya kemasan bagi produk terutama produk pangan, membuat banyak ide inovasi kemasan yang berkembang. Melihat dari aspek *marketing*, sudah banyak pelaku industri yang merubah desain kemasan produknya menjadi lebih *modern* dan indah untuk membuat konsumen tertarik membeli produk tersebut. Ditinjau dari aspek penjagaan mutu, sudah banyak pengembangan inovasi kemasan yang dapat meningkatkan penjagaan mutu produk seperti kemasan *ziplock*, kemasan yang dilengkapi dengan proses *sealer*, dan masih banyak lagi.

2. ANALISIS SITUASI

PT ABC bergerak di bidang pengolahan teh hitam yang diproses secara CTC (*crushing, tearing, curling*). Teh hitam dijual dalam bentuk teh celup yang dikemas dengan menggunakan plastik sebagai kemasan primer dan kotak sebagai kemasan sekunder. Karyawan sumber daya manusia (SDM) yang bekerja pada PT ABC ini rata-rata memiliki tingkat pendidikan yang kurang memadai, sehingga menyebabkan mereka kurang memahami mengenai keamanan serta desain kemasan yang digunakan untuk produk teh hitam celup. Kekurangan kemasan dan desain produk teh celup saat ini (Gambar 1) adalah tampilan yang kurang menarik baik dari segi warna, gambar, dan juga logo halal belum diperbarui dengan logo terbaru. Selain itu, kemasan primer yang hanya berasal dari plastik terlihat kurang memadai karena rawan sobek. Kondisi ini terasa kurang tepat jika diaplikasikan pada produk teh yang memiliki sifat higroskopis yaitu mampu menyerap kelembapan dari lingkungan sekitarnya.



Gambar 1. Kemasan produk yang saat ini digunakan oleh PT ABC

Sebagai upaya peningkatan pemahaman karyawan SDM mengenai keamanan dan desain kemasan, dilakukan sosialisasi. Materi sosialisasi berupa pentingnya kemasan dan desain pada produk pangan khususnya teh hitam celup. Sosialisasi juga dilakukan dengan menunjukkan rancangan desain kemasan baru serta penjelasan mengenai rancangan kemasan primer sebagai upaya menjaga keamanan produk.

3. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan dilaksanakan melalui tahapan:

- wawancara dengan karyawan SDM untuk mengetahui tingkat pemahaman awal.
- studi literatur dan pengolahan materi yang digunakan. Data yang digunakan berasal dari jurnal, buku, serta *literature review*.
- observasi kemasan produk untuk acuan melakukan desain ulang kemasan.
- merancang desain kemasan baru serta kemasan primer untuk produk.
- melakukan sosialisasi terkait dengan kemasan dan desain.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kemasan pasti melibatkan desain agar pesan produk tersampaikan kepada konsumen serta untuk menarik perhatian konsumen [7]. Desain kemasan tidak bisa lepas dari estetika. Estetika lahir dari pewarnaan, informasi dan fakta produk, hal tersebut dibuat untuk bisa mempengaruhi konsumen ketika akan memilih suatu produk. Berdasarkan hasil wawancara diketahui jika produk yang dihasilkan kurang dapat bersaing dengan produk teh celup lainnya di pasaran. Produk teh dari PT ABC sendiri sudah lama memakai desain kemasan yang didominasi warna coklat. Warna coklat pada kemasan kurang menyala sehingga tampilan kemasan menjadi kurang bisa ditonjolkan. Hal tersebut mengakibatkan kurangnya daya tarik jika dibandingkan dengan banyak merek teh celup lainnya. Berdasarkan kondisi tersebut perubahan desain tampilan kemasan yang dipilih adalah perubahan *tone up* warna kemasan lebih menyala, perubahan gambar penyajian teh dilengkapi dengan gambar bubuk teh, serta meng-*upgrade* logo halal, logo 100% Indonesia (Gambar 2). Kemasan produk yang lama juga terlalu sederhana tanpa menonjolkan gambar apapun selain gambar saran penyajian teh. Dalam perubahan desain kemasan ini ditambahkan gambar tanaman teh sebagai latar belakang bagian depan kemasan.

Kemasan awal teh hitam celup adalah plastik yang di-*sealer*. Rancangan perbaikan kemasan primer teh hitam celup dari plastik menjadi *aluminium foil* dilengkapi dengan *ziplock* dan juga *sealer*. Kemasan *aluminium foil* memiliki karakteristik tahan panas, kedap udara, permeabilitas

terhadap uap air rendah, tidak korosif dan kedap cahaya [8]. Perubahan kemasan menjadi *aluminium foil* sebagai kemasan primer atau kemasan yang bersentuhan langsung dengan produk ini sangat cocok diaplikasikan pada teh celup. Teh memiliki sifat higroskopis yang mampu menyerap kelembapan dari lingkungan sekitarnya, sehingga memerlukan kemasan yang mampu mencegah uap air masuk ke dalam produk. Bentuk dari pada kantung teh juga turut menjadi perhatian sebagai pelengkap rancangan kemasan. Kantung teh yang semula hanya bisa dipakai satu kali, akan diubah menjadi kantung teh serut yang nantinya dapat digunakan kembali setelah selesai menyeduh teh. Kantung teh serut ini dapat digunakan untuk menyimpan teh kembali ataupun produk pangan kering lainnya, bahkan dapat digunakan menjadi tempat menggantung aromaterapi.



Gambar 2. Rancangan Desain Kemasan Baru

Ziplock mempunyai kelebihan, yaitu dapat ditutup kembali setelah kemasan dibuka [9]. *Zipper lock* atau *ziplock* berfungsi untuk membuka dan menutup kemasan dengan mudah tanpa merusak. Kelebihan dari kemasan *ziplock* ini adalah dapat digunakan kembali sehingga dapat mengurangi limbah plastik [10]. Penggunaan *sealer* untuk menutup ataupun menyegel kemasan agar terlihat rapi serta memproteksi dari kontaminasi udara ataupun air. *Sealer* dapat digunakan untuk berbagai kemasan, baik yang berbentuk *pouch* ataupun kemasan biasa [11]. Udara dan air dapat mempengaruhi umur simpan karena uap air dapat menurunkan kualitas produk. Apabila umur simpan produk pendek, produk tidak bertahan lama dalam penyimpanan ataupun pendistribusiannya [12]. Perubahan kemasan dirangkum pada Tabel 2.

Sosialisasi untuk mengedukasi karyawan SDM PT ABC dimulai dengan menjelaskan atribut yang harus ada dalam kemasan. Kemasan merupakan kumpulan atribut [13]. Terdapat 3 atribut dalam suatu kemasan yaitu visual, verbal dan fitur. Atribut visual, mencakup gambar, warna, bentuk, bahan, dan logo/symbol. Beberapa logo/symbol sebenarnya juga merupakan perpaduan antara atribut visual dan verbal. Atribut verbal, mencakup rangkaian huruf atau angka seperti nama atau merek produk, produsen, nilai gizi atau komponen nutrisi, petunjuk

penggunaan, dan komponen lainnya. Fitur, merupakan nilai tambah terhadap kenyamanan. Contohnya, kemasan mudah dibawa atau dipegang, mudah dibuka, serta mudah diambil produknya. Selain itu, ada pula poin ekologis, dimana kemasan terbuat dari bahan yang mudah terurai atau mudah didaur ulang [14].

Tabel 2. Perbedaan Kemasan Lama dan Baru

No.	Perbedaan	Kemasan Lama	Kemasan Baru
1	Warna kemasan	Coklat muda dan kurang cerah	Coklat tua dan cerah
2	Font kemasan	Baik	Baik dan terlihat <i>modern</i>
3	Tulisan Black Tea	Ada	Ada
4	Cara penyajian	Ada	Ada
5	Tulisan Berat bersih, BPOM, Kode produksi, Baik digunakan sebelum	Ada	Ada
6	Logo halal	Ada dengan logo lama	Ada dan di perbaharui
7	Logo BUMN	Ada dengan logo lama	Ada dan di perbaharui
8	Logo 100% Indonesia	Ada dengan logo lama	Ada dan di perbarui
9	Gambar saran penyajian	Ada	Ada
10	Gambar bubuk teh hitam	Tidak ada	Ada
11	Gambar tanaman teh	Tidak ada	Ada

Sosialisasi membahas pula tentang perubahan kemasan primer dari plastik menjadi aluminium foil yang dilengkapi dengan *ziplock* sebagai upaya untuk menjaga kualitas produk hingga sampai di tangan konsumen. Penambahan *ziplock* ini dilakukan sebab teh hitam bersifat higroskopis yang mampu menyerap kelembapan dari lingkungan sekitarnya, sehingga memerlukan kemasan yang mampu mencegah uap air masuk ke dalam produk. Dengan peningkatan kemasan primer tersebut dapat mencegah terjadinya kerusakan pada produk. Hasil kegiatan sosialisasi diuraikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Kondisi Karyawan SDM PT ABC Sebelum dan Sesudah Sosialisasi

No.	Sebelum	Sesudah
1	Kurang memahami peran kemasan dan desain.	sudah memahami
2	kurang mengetahui keamanan produk teh hitam.	sudah mengetahui
3	kurang mengetahui pentingnya desain kemasan produk.	sudah mengetahui
4	kebingungan mengenai inovasi desain kemasan produk.	diberikan hasil rancangan perubahan desain kemasan sebagai contoh
5	kurang mengetahui kemasan primer yang	sudah mengetahui jenis kemasan primer yang baik

5. KESIMPULAN

Sosialisasi digunakan untuk memberikan pemahaman pada karyawan SDM PT ABC tentang kemasan, desain serta korelasinya dengan keamanan pangan. Sosialisasi juga menunjukkan rancangan desain kemasan baru serta penjelasan mengenai rancangan kemasan primer sebagai upaya menjaga keamanan produk. Perubahan desain kemasan dilakukan dengan lebih menonjolkan atribut visual meliputi warna dan logo. Untuk menjamin keamanan produk dilakukan rancangan perubahan kemasan primer dari plastik menjadi aluminium foil yang dilengkapi dengan ziplock dan sealer. Hasil sosialisasi diterima dengan baik dan rancangan kemasan baru dipertimbangkan untuk digunakan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]. R. S. Wardhani & Y. Agustina. “Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Daya Saing Pada Sentra Industri Makanan Khas Bangka Di Kota Pangkalpinang”, *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, vol 10, no 2, pp 64–96. Apr 2015. <https://doi.org/10.19184/jauj.v10i2.1252>
- [2]. E. Sasono & R. Yuliana, “Manajemen Inovasi Pada Usaha Kecil Menengah,” *Jurnal Stie Semarang (Edisi Elektronik)*, vol. 6, no. 3, pp. 74–90, 2014, Accessed: Jul. 17, 2023. [Online]. Available: <https://jurnal3.stiesemarang.ac.id/index.php/jurnal/article/view/122>
- [3]. I. R. Puyanda, V. Nuraini, & M. P. A. Anggraini, “Pelatihan Inovasi Pengemasan Menggunakan Kemasan Ziplock Untuk Meningkatkan Kualitas Dan Nilai Jual Rambak Cakar,” *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, vol. 5, no. 4, pp. 1940–1949, 2021, doi: <https://doi.org/10.31764/jmm.v5i4.5112>.
- [4]. W. S. Tinne, “Impact of Packaging on Consumer Buying Behavior at Dhaka City”, *Glob. discl. econ. bus.*, vol. 5, no. 2, pp. 93–100, Dec. 2016.
- [5]. J. Sri. “The Art of Packaging”. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. 2014.
- [6]. N. Hasanah. “Heavy Metal Contamination of Lead (Pb) In Local Food Bilvaves”, *Media Gizi Kesmas*, vol. 11, no. 2, pp 589-594, De 2022.
- [7]. N. F. Mufreni, “Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan Dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Teh Hijau Serbuk Tocha)”, *Jurnal Ekonomi Manajemen*, vol. 2, no. 2, pp. 48–54, Jan. 2016, doi: <https://doi.org/10.37058/jem.v2i2.313>
- [8]. K. Grönman *et al.*, “Framework for Sustainable Food Packaging Design,” vol. 26, no. 4, pp. 187–200, May 2013, doi: <https://doi.org/10.1002/pts.1971>
- [9]. T. Zeng & F. Durif. “The Impact of Eco-Design Packaging on Food Waste Avoidance: A Conceptual Framework”, *Journal of Promotion Management*, vol 26, no 5, pp 768–790. Feb 2020 <https://doi.org/10.1080/10496491.2020.1729320>
- [10]. P.R. Dewi, Luh, & K.A. Nocianitri, “Pengaruh Jenis Kemasan Terhadap Karakteristik Cookies Ampas Tahu Selama Penyimpanan,” *J. Ilmu Dan Teknologi Pangan (ITEPA)*, vol. 11, no. 2, pp. 261–261, Jun. 2022, doi: <https://doi.org/10.24843/itepa.2022.v11.i02.p08>.
- [11]. Verghese, H. Lewis, S. Lockrey, & H. Williams, “Final Report: The role of packaging in minimising food waste in the supply chain of the future”, *TAF Preventive Medicine Bulletin*, Jun, 2013.
- [12]. Kusnandar *et al.*, “Perbaikan Kemasan Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Produk Ukm Murni Snack,” *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 4, no. 2, pp. 320–320, Aug. 2021, doi: <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i2.34958>
- [13]. P. Amani and L.-E. Gadde, “Shelf life extension and food waste reduction,” pp. 7–14, May 2015, doi: <https://doi.org/10.18461/pfsd.2015.1502>
- [14]. T. Hanifawati, A. Suryantini, & J. H. Mulyo, “Pengaruh Atribut Kemasan Makanan Dan Karakteristik Konsumen Terhadap Pembelian,” Apr. 2017, doi: <https://doi.org/10.21107/agriekonomika.v6i1.1895>