

## PERANCANGAN LABEL PADA KEMASAN KERIPIK PISANG BU IDA PADA UMKM DESA KERTARAHARJA

Muslikhudin<sup>1</sup>, Santi Pertiwi Hari Sandi<sup>2</sup>

*Email: [ti19.muslikhudin@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:ti19.muslikhudin@mhs.ubpkarawang.ac.id), [santi.pertiwi@ubpkarawang.ac.id](mailto:santi.pertiwi@ubpkarawang.ac.id)*

Fakultas Teknik Universitas Buana Perjuangan Karawang

### Abstrak

UMKM merupakan salah satu pilar perekonomian rakyat di Indonesia yang telah terbukti tidak terpengaruh terhadap krisis moneter pada tahun 1998. Sehingga UMKM dinilai sebagai salah satu bentuk alternatif strategi peningkatan perekonomian di Indonesia yang harus dipertahankan dan dikembangkan. Penelitian ini bertujuan untuk membuat *Label* pada kemasan keripik pisang BU IDA supaya meningkat daya beli dan menarik perhatian masyarakat untuk membeli produk makanan ringan olahan. Dalam Penelitian ini penulis menggunakan Metode *Kansei Engineering* untuk pembuatan *Label* pada kemasan keripik pisang. Metode *Kansei Engineering* biasanya digunakan untuk menejemahkan emosional konsumen terhadap suatu produk terutama untuk suatu kemasan suatu produk supaya konsumen mempunyai rasa tertarik terhadap suatu produk yang dilihat. Untuk hasil dari penelitian ini adalah pembuatan *Label* pada kemasan dan mampu meningkatkan penjualan setelah ada *Label* pada kemasan keripik pisang tersebut. Dalam pembahasan di penelitian ini adalah hasil berisi tentang pembahasan *Label* yang meliputi warna, *Font* penulisan desain, Bentuk *Label* desain. Dari penelitian perancangan *Label* pada kemasan keripik pisang BU IDA adalah untuk membantu meningkatkan daya beli masyarakat untuk membantu kemajuan UMKM khususnya di desa Kertaraharja, Karawang, Jawa Barat. Untuk kedepannya setelah perancangan desain *Label* pada keripik pisang peneliti berharap UMKM Keripik pisang BU IDA dapat berkembang supaya dapat memajukan perekonomian Desa Kertaraharja

**Kata Kunci:** UMKM, Kemasan, *Kansei Engineering*, Meningkatkan Daya beli, Perancangan.

### Abstrak

UMKM are one of the pillars of the people's economy in Indonesia which has proven to be unaffected by the monetary crisis in 1998. Therefore, MSMEs are considered as an alternative form of strategy to improve the economy in Indonesia that must be maintained and developed. This study aims to create a Label on the packaging of BU IDA banana chips in order to increase purchasing power and attract people's attention to buy processed snack products. In this study, the author uses the Kansei Engineering method for making Labels on banana chips packaging. The Kansei Engineering method is usually used to translate consumer emotions towards a product, especially for a product packaging so that consumers have a sense of interest in a product they see. The results of this study are Labeling on the packaging and being able to increase sales after there is a label on the banana chips packaging. In the discussion in this study, the results contain a discussion of Labels which include colors, design writing fonts, design Label shapes. From the research on the design of the Label on the packaging of BU IDA banana chips, it is to help increase people's purchasing power to help the progress of MSMEs, especially in the village of Kertaraharja, Karawang, West Java. In the

future, after designing the Label design on banana chips, the researchers hope that BU IDA's MSME Banana Chips can develop in order to advance the economy of Kertaraharja Village.

**Keywords:** UMKM, *Packaging, Kansei Engineering, Increasing Purchasing Power, Design.*

## **Pendahuluan**

Desa Kertaraharja merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Pedes Kabupaten Karawang. Desa Kertaraharja terletak disebelah utara Kabupaten Karawang yang semulanya Desa Rangedumulya kemudian dimekarkan pada tahun 1948 kemudian diganti menjadi Desa Kertaraharja dimekarkan pada tahun 1957. Desa Kertaraharja ini adalah salah satu dari 12 Desa yang berada di Kecamatan Pedes dengan batas disebelah utara Rangedumulya Kecamatan Pedes, batas selatan adalah Desa Payungsari, batas sebelah timur adalah Desa Jatimulya, dan batas sebelah Barat adalah Desa Karangjaya. Setiap wilayah desa tentu memiliki potensi yang tersembunyi, begitupula dengan Desa Kertaraharja. Kemampuan yang dimiliki suatu Desa bila tidak dikembangkan selamanya akan menjadi potensi bila tidak diolah atau didayagunakan menjadi suatu realita berwujud kemanfaatan untuk masyarakatnya. Oleh karena itu, potensi wilayah memerlukan upaya-upaya tertentu guna bermanfaat untuk masyarakat. (Mulyanto, 2016). Setiap Desa tentunya memiliki keunggulan dan kekurangan pada bidang Pendidikan, Ekonomi, Sosial, Budaya, dan Kesehatan.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar perekonomian rakyat di Indonesia yang terbukti tidak terpengaruh krisis moneter pada tahun 1998. Hal tersebut salah satunya disebabkan mayoritas usaha berskala kecil tidak terlalu tergantung pada modal besar atau pinjaman dari luar dalam mata uang asing. Sehingga, ketika ada fluktuasi nilai tukar, UMKM adalah sektor yang paling tidak berpotensi mengalami imbas krisis.

Salah satu unsur dari pemasaran yang telah banyak digunakan di pemasaran adalah *packaging* atau kemasan. Kemasan didefinisikan sebagai ilmu, seni, dan teknologi yang bertujuan untuk melindungi sebuah produk saat akan dikirim, disimpan, maupun dijual. Kemasan yang baik adalah kemasan yang mampu menarik perhatian pandangan konsumen. Untuk membuat kemasan menjadi lebih menarik, hal yang selalu melekat dengan kemasan ialah desain kemasan. Desain kemasan sendiri didefinisikan sebagai bisnis kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan.

Kemasan merupakan salah satu penentu keputusan konsumen dalam pembelian suatu produk. Kemasan dengan desain menarik menjadi "*silent sales person*" suatu produk

(Herlina, 2019). Oleh karena itu, kemasan produk harus mengandung kreativitas dan estetika agar mampu menjadi daya tarik konsumen (Wang & Hsu, 2019; Wijaya & Annisa, 2020).

Kemasan juga berfungsi sebagai sarana estetika untuk berkomunikasi dengan semua orang dari berbagai latar belakang, minat, dan pekerjaan yang berbeda. Karena itu, pengetahuan tentang antropologi, sosiologi, psikologi, etnografi, dapat memberi manfaat dalam proses desain dan pilihan desain yang tepat. Khususnya, pengetahuan terhadap keragaman sosial budaya, perilaku manusia secara non biologis dan selera kebudayaan serta perbedaan budaya dapat membantu memahami bagaimana elemen visual dapat mengkomunikasikan dengan baik suatu produk.

Kemasan meliputi tiga hal, yaitu merek, kemasan itu sendiri dan *Label*. Ada tiga alasan utama untuk melakukan pembungkusan, yaitu: Kemasan memenuhi syarat keamanan dan kemanfaatan. Kemasan melindungi produk dalam perjalanannya dari produsen ke konsumen. Produk-produk yang dikemas biasanya lebih bersih, menarik dan tahan terhadap kerusakan yang disebabkan oleh cuaca, Kemasan dapat melaksanakan program pemasaran. Melalui kemasan identifikasi produk menjadi lebih efektif dan dengan sendirinya mencegah pertukaran oleh produk pesaing. Kemasan merupakan satu-satunya cara perusahaan membedakan produknya. Kemasan merupakan suatu cara untuk menghubungkan produsen dengan konsumen (aspek komunikasi termasuk didalamnya meningkatkan laba perusahaan).Oleh karena itu perusahaan harus membuat kemasan semenarik mungkin.

Nagamachi memperkenalkan konsep Kansei pada tahun 1970-an, dimana *Kansei Engineering* diusulkan sebagai “*ergonomic customer oriented technology*”, dengan tujuan utama mengintegrasikan aspek emosional ke dalam desain. Berbagai produk yang dikembangkan dengan *Kansei Engineering* memiliki penjualan yang baik di pasaran, karena produk tersebut dinilai dapat mewakili perasaan dan image (*Kansei*) konsumen sehingga kemudian konsumen bersedia untuk membelinya.

metode dasar pada *Kansei Engineering* adalah teknik *Semantic Differential*, yang dikembangkan oleh Osgood untuk mengukur isi emosional dari sebuah kata menjadi lebih objektif. Umumnya, peneliti menggunakan metode ini untuk mempelajari aspek-aspek spesifikasi dari produk, termasuk gaya, warna dan atribut lainnya dalam produk desain.

Perancangan merupakan suatu proses kegiatan, aktivitas, dan penggabungan elemen dari satu kesatuan yang berfungsi, yang di dapat dari sebuah gagasan atau ide dalam suatu hal, atau permasalahan yang diimplementasikan dalam bentuk produk, seperti barang, jasa,

metode, dan sistem untuk memenuhi kebutuhan pasar maupun konsumen (Rosidi, 2019). Dalam sebuah perancangan tentunya membutuhkan sebuah metode dimana metode tersebut digunakan untuk membantu dalam mengembangkan dan merancang produk.

## **Metode**

Adapun beberapa alur metode yang digunakan oleh penulis dalam pelaksanaan KKN Tematik 2022, diantaranya sebagai berikut Penelitian dilakukan selama Kegiatan Kuliah Kerja Nyata ( KKN ) dengan tema “ Inovasi dan Digitalisasi UMKM Menuju Masyarakat Mandiri “ Di Desa Kertaraharja , Kecamatan Pedes, Kabupaten Karawang. Adapun Pelaksanaan KKN terhitung mulai tanggal 01 Juli – 31 Juli 2022. Sasaran dalam kegiatan ini adalah UMKM yang terdapat di Desa Kertaraharja.

Dalam Penelitian ini bertarget pada UMKM Keripik Pisang BU IDA dengan perancang atau membuat Label Pada Kemasan keripik pisang. Dengan Tujuan untuk meningkatkan daya beli dan jual kepada masyarakat , memberi identitas pada UMKM Keripik Pisang.

Untuk Prosedur Kajian ini adalah merancang *Label* pada kemasan Keripik pisang , dengan memperhatikan, ukuran kemasan, Desain *Label*, *Font* Penulisan desain, Bentuk *Label* pada kemasan. Untuk pemasaran juga penulis membuat akun media sosial berupa Instagram dan di label juga terdapat Nomor *Whatshap*, Alamat UMKM untuk memudahkan konsumen ketika melakukan pemesanan produk .

Analisis data yang dilakukan peneliti dalam melaksanakan pengabdian KKN yaitu data - data umum yang berkaitan dengan unit binaan atau UMKM Keripik Pisang BU IDA. Dalam Penelitian ini penulis menggunakan Metode Kualitatif dengan menggunakan pendekatan Deskriptif yang diolah dengan *Kansei Engineering* dengan dengan aspek meliputi : *Font* penulisan desain, Warna *Label*, Bentuk *Label*, Kemasan .

**Hasil dan Pembahasan**

**1. Analisis Kemasan Keripik Pisang**

Tabel 1 Analisis Kemasan Keripik Pisang

Kemasan	Dimensi	Analisis
	Berbentuk <i>Window</i> <i>Standup</i> <i>Pouch</i> Ukuran 14 x 23,2	Dengan adanya kemasan baru ini membuat produk keripik pisang ini menjadi elegan tampilannya.

**2. Analisis Warna Label Kemasan Keripik Pisang**

Warna yang digunakan pada kemasan Keripik Pisang adalah kuning, coklat, dan Hitam. Dari hasil wawancara dengan Pemilik bahwa warna yang digunakan merupakan warna yang mengacu pada warna bahan makanan yakni pisang. Maka secara visual warna kemasan dianalisis sebagai berikut :

Tabel 2 Label Warna Kemasan Keripik pisang

Label warna Kemasan	Analisis
---------------------	----------

	<p>Warna yang digunakan dalam pembuatan label yaitu warna kuning, Hitam, Cokelat . untuk arti dari setiap warna memiliki arti sendiri.untuk warna kuning mempunyai arti keceriaan terutama pada label keripik pisang, untuk font tulisannya menggunakan warna hitam supaya memudahkan konsumen dalam membaca keterangan yang terdapat di label kemasan, untuk warna coklat sendiri menjadi pondasi dalam label dengan tujuan untuk memberikan efek kekuatan untuk mempetegas dari label pada kemasan.</p>
---	---

## Kesimpulan dan Rekomendasi

### Kesimpulan

Setelah melakukan kegiatan KKN selama 1 bulan penulis membuat kesimpulan tentang perancangan label pada keripik pisang BU IDA betapa penting untuk label pada suatu kemasan sebagai identitas dari suatu usaha . penulis sudah membuat label dengan tujuan untuk menarik daya beli masyarakat terhadap usaha keripik pisang . Dalam pembuatan label terdapat aspek yang harus di perhatian antara lain : warna label kemasan, font penulisan label, bentuk kemasan , supaya semua dapat menjadi kesatuan yang menarik sehingga konsumen ketika melihat langsung paham dan tertarik terhadap keripik pisang tsb.

### Rekomendasi

Setelah kegiatan Kuliah Kerja Nyata dilakukan semoga ada yang melakukan penelitian dengan metode lain untuk memperbaiki yang sudah ada sehingga UMKM keripik Pisang ini dapat terus berkembang . Penulis berharap UMKM Keripik pisang ini semakin maju kedepan guna untuk memajukan perekonomian warga setempat, salah satunya yaitu dengan pembuatan Label pada Kemasan dan juga melakukan promosi pada Media Sosial guna untuk meningkatkan daya beli masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ratmojo, M. A., Hasibuan, C. F., & Polewangi, Y. D. (2022). Jurnal Ilmiah Teknik Mesin dan Industri ( JITMI ) Analisa Perancangan Desain Kemasan Minuman Di Ukm Panggon Ngombe Dengan Metode Kansei
- Zahri, C., Chaniago, H. A., Manajemen, P. S., & Indonesia, U. D. (2022). Pengaruh peningkatan maintenance dan cycle time produksi terhadap kelancaran produksi pada pt. industri pembungkus internasional
- Adhyriyanto, Y. V., & Susanti, E. (2020). Perancangan Produk Jemuran Pakaian Portable Dengan Menggunakan Quality Function Deployment. *Comasie*, 3(5), 33–42.
- Rustiarini, N. W., Anggraini, N. P. N., & Satwam, I. K. S. B. (2021). Perancangan kemasan dupa yang ekonomis dan ramah lingkungan. *Jurnal Masyarakat Mandiri (JMM)*, 5(4), 1808–1817.  
<http://journal.ummat.ac.id/index.ph>
- Pasar, D. I., Timur, A., Karangasem, K., & Bahasa, F. (2021). Proses pembuatan kemasan jajanan pasar di pasar amlapura timur kabupaten karangasem. 11, 133–141.
- Engineering, K., & Belakang, L. (2000). Usulan kemasan rengginang umkm desa dukuhkarya di era new normal.
- Rosyid Ridlo Al Hakim. (2021). 125-Article Text-829-4-10-20210128. *Community Engagement & Emergence*.
- Sari, N. P., Immanuel, J., & Cahyani, A. (2020). Aplikasi Kansei Engineering Dan Fuzzy Analytical Hierarchical Process Dalam Pengembangan Desain Kemasan. *Journal*