

**PERENCANAAN DESAIN KEMASAN KERIPIK UNTUK MENINGKATKAN
KUALITAS PRODUK PADA USAHA MIKRO KECIL
DI DESA MULYASEJATI**

Aina Nindiani¹, Farida Risqi Nur Safitri²

**Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas
Buana Perjuangan Karawang
aina.nindiani@ubpkarawang.ac.id¹, farida.risqi@ubpkarawang.ac.id²**

Abstrak

Usaha mikro kecil keripik pisang di Desa Mulyasejati memproduksi keripik berdasarkan pesanan menggunakan plastik polos dengan jangkauan pemasaran yang terbatas pada daerah sekitar. Keinginan untuk dapat menjangkau area pemasaran yang lebih luas membutuhkan kemasan produk yang mendukung sehingga dapat dikenal oleh konsumen dengan lebih baik. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan edukasi mengenai perencanaan desain kemasan keripik untuk meningkatkan kualitas produk dalam mendukung pemasaran. Langkah-langkah dalam edukasi perencanaan desain kemasan keripik pisang yang dilakukan adalah pemilihan bahan kemasan, model kemasan, merek produk, label kemasan dan perhitungan modal kemasan. Desain kemasan yang baik dapat membantu menjaga kualitas keripik pisang serta dapat meningkatkan kualitas produk dengan meningkatkan nilai jual produk tersebut ketika dipasarkan. Dengan demikian diharapkan peningkatan kemasan produk dapat mendukung pemasaran yang lebih baik.

Kata kunci—*desain kemasan, kualitas produk, nilai jual produk, pengabdian masyarakat*

Abstract

Micro and small enterprises of banana chips in Mulyasejati Village produce chips based on orders using plain plastic with a limited surrounding marketing area. The desire to reach a wider marketing area requires product packaging support to be better known by consumers. This community devotion activity aimed to educate the planning of banana chip packaging design to improve product quality in supporting marketing. The steps in education planning for banana chip packaging design are selecting packaging materials, packaging models, product brands, packaging labels, and calculation of packaging capital. Good packaging design will help maintain the quality of banana chips and improve product quality by increasing the selling value of the product when it is marketed. Thus, it is expected that increasing product packaging will support better marketing.

Keywords—*packaging design, product quality, product selling value, community devotion*

PENDAHULUAN

Usaha mikro kecil merupakan sektor yang banyak tersebar di pelosok negeri. Keterbatasan pengetahuan dan permodalan pada sektor ini menjadikan usaha ini sering mengalami kendala dalam mengembangkan usahanya. Desa Mulyasejati merupakan sebuah

desa yang terletak di Kecamatan Ciampel Kabupaten Karawang yang cukup banyak masyarakatnya berada pada sektor usaha mikro kecil, diantaranya bergerak pada usaha pembuatan keripik pisang.

Pelaku usaha pembuatan keripik pisang di Desa Mulyasejati banyak memproduksi berdasarkan pesanan (*make to order*). Jangkauan area pemasaran terbatas pada daerah sekitarnya. Produk keripik pisang yang telah dibuat kemudian dikemas menggunakan plastik polos dan diserahkan kepada konsumennya. Pelaku usaha keripik pisang ini ingin dapat merambah ke pasar yang lebih luas tetapi belum mengetahui bagaimana cara melakukannya.

Agar dapat menjangkau area pemasaran yang lebih luas maka perlu dipersiapkan perencanaan desain kemasan sebagai strategi untuk meningkatkan kualitas produk sekaligus *branding* produk sebelum melakukan aktivitas pemasaran. Sebagaimana dikatakan oleh Biegańska & Wiszumirska (2018) bahwa kemasan yang lebih kreatif di pasar dapat menarik konsumen dan menstimulasi penjualan.

ANALISIS SITUASI

Permasalahan yang dihadapi oleh usaha mikro kecil keripik pisang di desa Mulyasejati adalah belum mampu merambah pasar yang lebih luas. Setelah dilakukan analisis terhadap permasalahan yang dihadapi, salah satu hal yang perlu dibenahi adalah kemasan produk sebagai penunjang pemasaran. Saat ini produk dipasarkan tanpa merek dan menggunakan plastik polos. Tantangan yang dihadapi apabila usaha ini akan merambah pasar yang lebih luas adalah bagaimana supaya produknya mudah dikenal oleh konsumen serta kemasannya menarik untuk dibeli, terlebih bila dipasarkan secara online maka yang dilihat pertama kali secara visual oleh calon pembeli adalah kemasan produknya.

Pelaku usaha mikro kecil membutuhkan pengetahuan mengenai perencanaan desain kemasan yang lebih baik dari yang ada saat ini. Kemasan seperti apa yang dapat digunakan untuk memasarkan keripik pisang yang dapat menyasar pada konsumen yang dituju. Pengetahuan mengenai langkah-langkah dalam perencanaan desain kemasan beserta cara menghitung modal kemasan perlu diketahui sehingga pelaku usaha mikro kecil keripik pisang Desa Mulyasejati dapat mengerti bagaimana caranya mempersiapkan kemasan yang lebih baik. *Prototype* kemasan dipersiapkan supaya pelaku usaha mikro kecil mendapatkan gambaran nyata kemasan contoh.

Oleh karena itu tujuan dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk memberikan edukasi kepada pelaku usaha mikro kecil keripik pisang mengenai langkah-

langkah dalam perencanaan desain kemasan sebagai satu hal yang perlu dilakukan untuk dapat meningkatkan kualitas produk agar lebih dikenal sehingga dapat mendukung pemasaran yang lebih baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Definisi kemasan adalah alat untuk memastikan pengiriman yang aman kepada konsumen dalam kondisi baik dan pada biaya optimum. Kemasan dapat juga didefinisikan sebagai sistem yang terkoordinir untuk menyiapkan barang untuk dikirim, didistribusi, disimpan, retailing dan penggunaan akhir. Selain itu kemasan dapat juga didefinisikan sebagai fungsi techno-commercial yang bertujuan mengoptimasi biaya pengiriman dan memaksimalkan penjualan (Coles *et al.*, 2003).

Beberapa peneliti telah meneliti mengenai kemasan produk. Yifan *et al.* (2020) meneliti mengenai kemasan keripik pada konsumen muda di Swedia dari perspektif kepuasan pelanggan dan keputusan membeli. Hasil penelitian menunjukkan bahwa warna, gambar, dan bentuk kemasan adalah faktor utama yang mempengaruhi pembelian oleh pelanggan. Hasil penemuan penelitian juga mengungkapkan bahwa pelanggan muda masih memandang penting keberlanjutan lingkungan yang harus dipandang penting oleh perusahaan terhadap desain kemasannya. Wyrwa dan Barska (2017) meneliti tentang peranan kemasan dalam proses pembelian makanan. Tujuan penelitiannya adalah untuk mengetahui tingkah laku konsumen kemasan produk makanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur paling penting untuk kemasan adalah kenyamanan penggunaan dan keawetan (*durability*)

Untuk membuat kemasan yang menarik maka desain kemasan menjadi faktor penentu berhasil tidaknya produk di pasar. Jika kemasan yang digunakan menarik, maka kemungkinan besar pelanggan akan membelinya. Namun demikian jika desain kemasan tidak sesuai target pasar maka akan mungkin tidak akan dilirik oleh konsumen. Hal yang perlu diperhatikan pada kemasan untuk menarik konsumen adalah: 1) menentukan target konsumen, apakah kelas bawah, menengah atau atas, serta tempat pemasaran yang dituju; 2) kemasan harus menarik, sesuai dengan pasar yang dituju serta dapat memberi informasi yang jelas, tidak harus mengikuti yang sudah ada sebelumnya, bisa berbeda dengan pesaing, misal menggunakan *standing pouch*, atau kemasan yang dapat digunakan lagi; 4) akan lebih baik jika memiliki legalitas sendiri, seperti P-IRT, halal dan merek (Sutisna *et al.*, 2017).

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan pada tanggal tiga belas Januari dua ribu dua puluh dua, yang bertempat di aula kantor Desa Mulyasejati, Kecamatan Ciampel, Kabupaten Karawang. Peserta pengabdian kepada masyarakat yang merupakan pelaku usaha mikro kecil di bidang makanan terutama keripik pisang diundang melalui aparat desa sebagai perwakilan dari setiap dusun untuk membatasi jumlah peserta karena masih dalam suasana pandemi.

Kemasan makanan yang baik adalah kemasan yang dapat melindungi kualitas produk dengan baik, menarik dan sesuai dengan keinginan konsumen (yang dapat diketahui melalui survei), sehingga dapat meningkatkan nilai jual dari produk. Hal-hal yang perlu dipertimbangkan dalam mempersiapkan desain kemasan produk adalah:

1. Bahan kemasan yang digunakan
2. Model kemasan
3. Merek produk
4. Label kemasan
5. Perhitungan modal kemasan

Dalam merencanakan desain kemasan perlu dipertimbangkan sasaran konsumen yang akan dituju. Pada edukasi ini diberikan contoh kemasan keripik untuk sasaran konsumen generasi muda milenial yang tujuannya dipasarkan secara *online*. Karena pelaku usaha mikro kecil umumnya memiliki kemampuan yang terbatas maka desain yang dicontohkan adalah desain yang cukup mudah dapat dilakukan karena semua bahan tersedia di internet dan bisa dipesan dengan mudah. Langkah-langkah yang dilakukan dalam merencanakan desain kemasan keripik adalah sebagai berikut:

1. Bahan kemasan yang dapat dipilih sebagai alternatif untuk pasar generasi muda milenial adalah PET (*Polyethylene Terephthalat*) merupakan bahan kemasan yang aman untuk makanan. Harganya terjangkau serta dapat diperoleh di internet dengan berbagai warna pilihan yang menarik, sesuai dengan kecenderungan generasi muda yang menyukai kemasan warna-warni. Kemasan ini dipilih karena keripik mengandung minyak, sehingga untuk menjaga kualitas supaya kerenyahannya tetap terjaga maka dibutuhkan kemasan yang mampu melindungi dengan cukup baik. Kemasan kertas kurang disarankan karena pori-porinya kurang mampu melindungi produk. Bila pelaku usaha memiliki cukup modal dapat menggunakan bahan yang lebih bagus lagi seperti nylon atau aluminium foil yang bisa dicetak. Menurut ILSI

(2000), *Polyethylene terephthalate* (PET) merupakan plastik yang banyak diaplikasikan pada kemasan. Plastik ini merupakan polimer rantai panjang sederhana yang karakteristiknya cocok untuk aplikasi kemasan. Tiga aplikasi utama PET adalah sebagai kontainer seperti botol dan toples, lembaran semi-rigid untuk *thermoforming* seperti *tray*, serta film tipis untuk tas atau pembungkus makanan.

2. Model kemasan yang dicontohkan untuk keripik pisang menggunakan *standing pouch* dengan bagian produk yang dapat dilihat sebagian atau seluruhnya dan dilengkapi dengan *zip lock*. Model ini digunakan sebagai contoh untuk mengedukasi peserta bahwa pemilihan desain yang unik tidak perlu takut dilakukan karena dapat menjadi penciri produk kita untuk dikenal konsumen. *Zip lock* praktis digunakan bila makanan yang dikemas tidak langsung habis dikonsumsi maka dapat direkatkan kembali sehingga dapat melindungi kualitas produk agar tetap renyah. Kemasan *standing pouch* dengan *ziplock* tersedia dengan berbagai ukuran, sehingga bisa dipilih sesuai kebutuhan.
3. Merek “KERIPUL” (Keripik Pisang Mulyasejati) adalah salah satu contoh yang dibangun untuk memunculkan keripik pisang dari desa Mulyasejati. Dengan cara seperti ini pelaku usaha dalam peserta kegiatan ini diharapkan dapat terbuka wawasannya untuk dapat menjadi kreatif ketika akan membuat merek produknya untuk dipasarkan. Merek produk penting agar dapat melekat di benak konsumen sehingga mudah dikenal oleh masyarakat yang lebih luas. Produk seperti apa yang akan dibangun melalui citra kemasan tersebut juga dapat dijadikan bahan pertimbangan. Seperti pada *prototype* yang dipersiapkan contohnya adalah memposisikan produk keripik pisang agar dikenal renyah dan nikmat.



Gambar 1 Contoh *prototype* merek produk

4. Label kemasan harus dipersiapkan dengan desain yang menarik dan informasi yang cukup sehingga dapat serasi dengan kemasan yang dipakai untuk menjadi daya tarik konsumen dalam membeli produk. Pada *prototype* yang dipersiapkan, label dibuat menggunakan stiker sehingga mudah direkatkan pada kemasan. Cukup praktis untuk pelaku usaha mikro kecil. Pada label kemasan sebaiknya menampilkan *brand*/merek produk, gambar untuk menarik konsumen generasi muda milenial, waktu kadaluarsa, pilihan rasa, informasi nama usaha dan nomor kontak, dapat ditambahkan citra produk yang akan dibangun. Informasi pada label kemasan usaha akan lebih baik lagi bila dicantumkan nomor ijin usaha dan logo halal (bila sudah ada atau sudah mendapatkannya), karena dapat menjadi kekuatan produk dalam pemasaran. Informasi mengenai komposisi produk juga dapat ditambahkan untuk meyakinkan konsumen mengenai bahan-bahan yang digunakan.
5. Perhitungan desain kemasan perlu dilakukan untuk mengetahui modal yang harus dikeluarkan, sehingga dapat diperhitungkan dalam menentukan harga jual. Contoh bagaimana cara menghitung modal yang digunakan untuk kemasan dapat dilihat pada Tabel 1. Contoh perhitungan modal kemasan yang ditampilkan adalah untuk kemasan yang menggunakan bahan kemasan *standing pouch zip lock* dari bahan PET.

Tabel 1 Perhitungan modal kemasan

Jenis	Spesifikasi	Satuan	Harga	Harga per satuan (Rp)
<i>Standing Pouch zip lock</i> PET	14 cm x 22 cm (<i>matte</i> – warna)	Pcs	980/pcs	980
	16 cm x 24 cm (<i>matte</i> – warna)	Pcs	1.150/pcs	1.150
	16 cm x 24 cm (bening)	Pcs	780/pcs	780
	18 cm x 26 cm (bening)	Pcs	915/pcs	915
Label stiker A3	8 cm x 8 cm	15 pcs	9000/lembar	600
Cromo <i>print-cut</i>	10 cm x 10 cm	12 pcs	9000/lembar	750
	12 cm x 12 cm	6 pcs	9000/lembar	1.500

Sumber: *supplier standing pouch zip lock* dan percetakan stiker

Biaya kemasan PET yang ditampilkan adalah harga pembelian per buah. Bila pembelian dalam jumlah yang banyak akan mendapatkan harga lebih murah. Pada label stiker, satu lembar stiker dicetak ukuran A3. Apabila *diprint-cut* kisaran biaya tersebut dapat menghasilkan jumlah label stiker yang berbeda tergantung ukuran masing-masing stikernya. Bila hanya *diprint* saja biaya dapat lebih murah. Label yang *diprint-cut* dapat langsung diambil per buah untuk ditempel, sedangkan apabila hanya *diprint* maka harus digunting sendiri terlebih dahulu sebelum dapat ditempelkan. Lebih praktis bila *diprint-cut* karena pemotongan lebih presisi dan bisa lebih efisien waktu juga dalam implementasinya. Sebagai contoh, dalam satu lembar ukuran A3 dapat menghasilkan label sebanyak lima belas buah untuk ukuran 8 cm x 8 cm, dua belas buah untuk ukuran 10 cm x 10 cm, dan enam buah untuk ukuran 12 cm x 12 cm. Dengan demikian modal yang dikeluarkan misalkan untuk ukuran kemasan *standing pouch* 16 cm x 24 cm (*matte-warna*) dengan ukuran stiker 10 cm x 10 cm adalah Rp 1.150 ditambah Rp 750 atau sama dengan Rp 1.900. Contoh lain untuk kemasan *standing pouch* bening ukuran 18 cm x 26 cm dengan ukuran kemasan 12 cm x 1 cm, maka modal kemasan yang dibutuhkan adalah Rp 915 ditambah Rp 1.500 atau sama dengan Rp 2.415. Bila pelaku usaha menginginkan biaya yang lebih murah dapat membeli dalam jumlah yang lebih banyak, atau dapat juga mengganti kemasan plastik yang tidak *standing pouch* yang lebih murah harganya.

Desain kemasan merupakan strategi untuk dapat meningkatkan penjualan produk. Apabila dipasarkan untuk tujuan generasi muda milenial maka desain kemasan harus menarik. Generasi muda umumnya menyukai jajan, sehingga makanan keripik ini cukup memiliki peluang jika dapat dipasarkan dengan cara mengemas secara menarik menasar pada konsumen yang dituju. Tindak lanjut dari desain kemasan ini kemudian adalah aktivitas pemasaran yang disarankan secara *online* sehingga area pemasaran tidak hanya terbatas pada sekitar Desa Mulyasejati saja. Gambar 2 menunjukkan contoh aplikasi label pada kemasan *standing pouch* dengan *zip lock*. Label dapat dikombinasikan dengan berbagai warna kemasan dengan beragam ukuran sesuai kebutuhan.

Dengan merencanakan desain kemasan yang lebih baik maka nilai produk akan meningkat sehingga dapat dijual dengan harga yang lebih mahal. Margin keuntunganpun dapat menjadi lebih tinggi. Desain kemasan yang baik dapat membantu meningkatkan kualitas produk keripik pisang, dan bila didukung dengan pemasaran yang tepat maka dapat membantu untuk meningkatkan omzet dan meraih keuntungan yang lebih baik.



Gambar 2 Aplikasi label pada kemasan *standing pouch* dengan *zip lock*

Keterbatasan pada pengabdian kepada masyarakat ini hanya sebatas pada edukasi kepada masyarakat, yang bertujuan untuk membuka wawasan pelaku usaha mikro kecil keripik pisang di Desa Mulyasejati agar mampu meningkatkan kualitas kemasan produknya sehingga dapat meningkatkan nilai jual dan diharapkan dapat lebih mudah dikenal dalam menjangkau pasar yang lebih luas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Edukasi perencanaan desain kemasan keripik pisang dilakukan terhadap pelaku usaha mikro dan kecil di Desa Mulyasejati, Kecamatan Ciampel, Kabupaten Karawang. Dalam pengabdian kepada masyarakat ini diberikan pengetahuan mengenai langkah-langkah yang harus dilakukan untuk merencanakan desain kemasan dimulai dari pemilihan bahan kemasan, model kemasan, merek produk, label kemasan dan perhitungan modal kemasan. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan pelaku usaha mikro dan kecil keripik pisang di

Desa Mulyasejati untuk memberanikan diri melakukan *branding* terhadap produknya, memperbaiki kemasan produk serta memperluas jangkauan pemasaran. Peningkatan kemasan produk dapat meningkatkan nilai jual produk yang dipasarkan. Saran yang dapat diberikan adalah pendampingan dalam pemasaran secara digital sebagai tindak lanjut, sehingga pelaku usaha mikro dan kecil dapat mempromosikan produknya dengan lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Biegańska, M. & Wiszumirska, K.P., 2018, Introduction to packaging design and evaluation. *M. Tichoniuk, Product Design and Management*, 185-216.
- Coles, R., McDowell, D., dan Kirwan, M. J. (Eds.), 2003, *Food packaging technology* (Vol. 5), CRC press.
- International Life Sciences Institute, 2000, Report on packaging Materials 1: polyethylene terephthalate (PET) for food packaging applications.
- Maffei, N.P., dan Schifferstein, H.N., 2017, Perspectives on food packaging design, *International Journal of Food Design*, 2(2), 139-152.
- Sucipta, I. N., Suriasih, K., dan Kencana, P. K. D., 2017, Pengemasan Pangan Kajian Pengemasan Yang Aman, Nyaman, Efektif dan Efisien, Bali: Udayana University Press.
- Wyrwa, J., dan Barska, A., 2017, Packaging as a source of information about food products, *Procedia Engineering*, 182, 770-779.
- Yifan, L., Xi, Y., dan Hanbing, Z., 2020, A study of the chips packaging among young consumers in Sweden: From the perspective of customer satisfaction and customer's purchase decisions, Master Thesis Linnaeus University Sweden.