

Sosialisasi Pentingnya Desain Kemasan terhadap Peningkatan Nilai Jual Produk Pangan

A. Hermina Julyaningsih, Irmayani, Ibnu Mansyur Hamdani

Akademi Teknologi Industri Dewantara Palopo

ahermina@atidewantara.ac.id, irnia2104@gmail.com, ibnumansyur27@gmail.com

Abstrak

Kemasan bagi produk utamanya produk pangan bukan hanya berperan sebagai pelindung produk yang dikemasnya namun juga berperan sebagai sarana promosi dan pencantuman informasi mengenai identitas produk. Salah satu cara sederhana dalam meningkatkan nilai tambah atau nilai jual suatu produk adalah dengan memiliki desain kemasan yang tidak hanya aman bagi produknya namun juga menarik minat konsumennya. Seorang pendesain kemasan pangan tidak hanya menguasai nilai seni, tata letak dan komposisi layaknya seorang designer pada umumnya namun paham mengenai filosofi warna, bentuk dan simbol yang digunakan serta karakteristik fisik, biologi dan kimia dari produk ataupun kemasannya. Ilmu dasar ini sebaiknya dipahami dan dikuasai oleh para pengusaha muda yang ingin merintis bisnisnya utamanya di bidang bisnis kuliner.

Mengingat pentingnya peran desain kemasan bagi nilai jual suatu produk utamanya produk pangan, kami mengadakan sosialisasi mengenai pentingnya desain kemasan terhadap peningkatan nilai jual produk pangan sehingga kelak baik calon pebisnis ataupun yang telah menjadi pebisnis dapat memanfaatkan informasi ini dan menerapkannya dalam pengembangan bisnis mereka.

Kata Kunci: *desain kemasan, produk pangan*

Pendahuluan

Indonesia telah mulai bergerak menuju era industri dimana pemerintah mulai mengarahkan pengembangan roda ekonomi tak hanya pada produksi bahan baku di berbagai sektor baik itu pertanian, perikanan, perkebunan dan lain sebagainya namun juga pada industri-industri kecil hingga menengah yang akan mengolah bahan baku tersebut. Salah satu jenis industri yang paling diminati oleh pebisnis-pebisnis muda adalah industri kuliner karena seperti yang kita pahami bersama makanan adalah kebutuhan penting yang wajib dipenuhi demi kelangsungan hidup manusia. Perkembangan zaman dan permintaan pasarlah yang kemudian menjadi pemicu begitu banyaknya dan beragamnya inovasi pengembangan kuliner saat ini. Sehingga ada sangat banyak kompetitor yang saling berlomba-lomba memasarkan produk sejenis namun dengan nilai jual yang berbeda-beda. Dibutuhkan strategi pemasaran yang menarik, unik dan berkesan agar produk seorang pebisnis lebih diminati dibanding produk kompetitor lainnya.

Salah satu metode paling sederhana dalam meningkatkan nilai jual suatu produk utamanya produk pangan adalah dengan mendesain kemasan yang unik dan menarik perhatian konsumen. Kemasan tidak hanya berperan sebagai pelindung produk dari lingkungan ataupun memperpanjang umur simpannya, kemasan juga bisa dijadikan media pemasaran dan informasi identitas produk yang dikemasnya. Tak jarang konsumen lebih memilih suatu produk dengan kemasan yang menarik

dan “terlihat aman” dibandingkan dengan produk dalam kemasan plastik atau tradisional yang bersifat monoton walaupun terkadang dalam segi kualitas rasa produk tersebut bisa saja lebih unggul. Hal inilah yang membutuhkan pentingnya desain kemasan bagi suatu produk pangan.

Kegiatan dalam mendesain kemasan tidak hanya melibatkan unsur seni seperti pemilihan warna, bentuk, simbol dan tipografi namun juga pemahaman mengenai karakteristik biologi, fisik dan kimia produk yang akan dikemas, target pasar serta nilai atau informasi apa yang ingin disampaikan produsen pada konsumennya. Namun pemahaman mengenai hal ini belum menyentuh banyak pengusaha dan calon pebisnis muda sehingga terkadang mereka menyediakan kemasan untuk produknya sesuai dengan selera pribadi masing-masing dan terlihat tak menarik ataupun menonjol. Oleh karena itu perlu diadakannya sosialisasi dan pelatihan desain kemasan untuk meningkatkan pemahaman dan keahlian pebisnis dan pengusaha muda.

Metode Pelaksanaan

Kerangka Pemecahan Masalah

Memberikan pengetahuan dan peningkatan kemampuan dalam mengidentifikasi karakteristik produk pangan, menentukan jenis kemasan yang tepat untuk produk tersebut, dan merancang hingga mendesain kemasan produk pangan tersebut.

Realisasi Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian yang berupa Sosialisasi Pentingnya Desain Kemasan untuk Meningkatkan Nilai Jual Suatu Produk Pangan ini dilaksanakan pada hari Minggu, 13 Juni 2021 menggunakan aplikasi Zoom Meeting dimana peserta berasal dari berbagai daerah di Sulawesi seperti kota Maros, Makassar, Pinrang, Palopo, Bone, Gorontalo, Konawe Selatan, dan bahkan Fakfak, Papua Barat. Kegiatan ini berlangsung selama $\pm$ 3 jam yang dimulai pukul 20.00 – 23.00 yang diikuti oleh 11 peserta.

Beberapa persiapan sebelum pelaksanaan kegiatan dilakukan untuk mendukung kelancaran kegiatan sebagai berikut:

1. Mengirim undangan kegiatan pada peserta dan memastikan kesediaannya mengikuti sosialisasi.
2. Menerima kesanggupan peserta mengikuti sosialisasi yang diadakan pada tanggal 13 Juni 2021.
3. Pada tanggal 12 Juni melakukan pengecekan pada aplikasi zoom meeting yang digunakan sebagai media sosialisasi virtual dan aplikasi desain grafis seperti Corel Draw serta Photoshop sebagai aplikasi yang digunakan untuk membuat desain kemasan.
4. Menyiapkan modul materi.
5. Tanggal 13 Juni 2021, kegiatan pelatihan dimulai dari pukul 19.00 – 23.00 dengan susunan acara:
 - a. Peserta log in di akun zoom meeting masing-masing.
 - b. Pembukaan sosialisasi oleh moderator
 - c. Penyampaian materi dan demonstrasi penggunaan aplikasi desain grafis.
 - d. Diskusi dan Tanya jawab
 - e. Penutup

Khalayak Sasaran

Tabel 02. Daftar Peserta Pelatihan

No.	Nama Peserta	Profesi	Status
1.	Agus Syam Alam	Pegawai swasta dan pengusaha benih jagung	Penerima manfaat
2.	Andi Nurlia Aprilyani	Pegawai swasta	Penerima manfaat
3.	Baso Hamid	Pegawai swasta	Penerima manfaat
4.	Dharma	Penyuluh kakao dan pengusaha online shop	Penerima manfaat
5.	Indra Yuliana	PNS	Penerima manfaat
6.	Misnah Habibie	Guru	Penerima manfaat
7.	Muh. Ali Akbar	Laboran Program Studi Ilmu dan Teknologi Pangan Politeknik Negeri Fakfak	Penerima manfaat
8.	Nurwana	Wiraswasta, penjual donat	Penerima manfaat
9.	Paisal	Staff Pemerintah	Penerima manfaat
10.	Rais M	Pegawai swasta dan pengusaha bisnis minuman fungsional	Penerima manfaat
11	Ulfhi Dwi Shimtadegi	Pegawai swasta	Penerima manfaat

Metode Kegiatan

Metode yang digunakan dalam sosialisasi ini berupa ceramah pembawaan materi, sekaligus tutorial singkat oleh pemateri bagaimana pengoperasian aplikasi desain grafis untuk para peserta. Pelatihan ini diikuti oleh 11 orang peserta dan alokasi waktu $\pm$ 3 jam.

Keterkaitan

Dengan adanya sosialisasi ini diharapkan para peserta memiliki pengetahuan dasar dalam menentukan jenis kemasan dan desain yang tepat untuk produk atau bakal produk usaha mereka.

Hasil dan Pembahasan

Hasil yang diperoleh dari kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

1. Para peserta mendapatkan pengetahuan mengenai pentingnya desain kemasan bagi peningkatan nilai jual produk pangan.
2. Hasil penerimaan manfaat sosialisasi kali ini dapat dilihat dari angket kusioner yang dibagikan mengenai pengetahuan peserta mengenai desain kemasan. Angket kusioner berisi pemberian skor skala (skor 1 – 5) pada tingkat pemahaman peserta mengenai desain kemasan sebelum dan sesudah mengikuti sosialisasi. Selain itu terdapat pula beberapa pertanyaan dengan jawaban yang telah disediakan mengenai kemampuan peserta menyusun konsep dan mendesain sendiri kemasan produk pangan mereka. Hasil kusioner dapat dilihat pada tabel 03 hingga tabel 07.

Tabel 03. Hasil Skoring Kusioner Pra dan Pasca Sosialisasi

No.	Nama Peserta	Pertanyaan 1. Apakah menurut anda desain kemasan itu penting bagi sebuah produk pangan? (Skor 1 Sangat tidak penting – Skor 5 Sangat Penting)		Pertanyaan 2. Seberapa jauh pengetahuan anda mengenai desain kemasan produk pangan? (Skor 1 Sangat buruk – Skor 5 Sangat baik)	
		Skor Pra	Skor Pasca	Skor Pra	Skor Pasca
1.	Agus Syam Alam	4	5	3	4
2.	Andi Nurlia Aprilyani	4	5	2	4
3.	Baso Hamid	3	5	2	4
4.	Dharma	4	5	3	4
5.	Indra Yuliana	5	5	3	3
6.	Misnah Habibie	3	5	2	4
7.	Muh. Ali Akbar	5	5	3	4
8.	Nurwana	5	5	3	3
9.	Paisal	5	5	4	4
10.	Rais M	5	5	3	5
11	Ulfhi Dwi Shimtadegi	5	5	3	3

3.

Tabel 04. Hasil Jawaban Kusioner Pra dan Pasca Sosialisasi (Bisakah anda menyusun konsep dan mendesain sendiri desain kemasan produk anda?)

No.	Nama Peserta	Bisakah anda menyusun konsep dan mendesain sendiri desain kemasan produk anda?					
		Pra			Pasca		
		Ya	Tidak	Mungkin	Ya	Tidak	Mungkin
1.	Agus Syam Alam	✓			✓		
2.	Andi Nurlia Aprilyani		✓				✓
3.	Baso Hamid		✓				✓
4.	Dharma			✓			✓

5.	Indra Yuliana		✓			✓	
6.	Misnah Habibie		✓				✓
7.	Muh. Ali Akbar			✓	✓		
8.	Nurwana		✓			✓	
9.	Paisal	✓			✓		
10.	Rais M			✓			✓
11.	Ulfhi Dwi Shimtadegi		✓				✓

Tabel 05. Hasil Jawaban Kusioner Pra Sosialisasi (Jika anda memiliki produk yang dipasarkan, apakah produk anda memiliki kemasan yang menarik? Jika tidak, mengapa?)

No	Nama Peserta	Jika anda memiliki produk yang dipasarkan, apakah produk anda memiliki kemasan yang menarik?					
		Ya	Tidak				Mungkin
			Tidak memiliki keahlian mendesain kemasan	Tidak menganggap penting desain kemasan	Membutuhkan modal yang lebih untuk menggunakan kemasan yang menarik	Lainnya	
1.	Agus Syam A.				✓		
2.	Andi Nurlia A.		✓				
3.	Baso Hamid		✓				
4.	Dharma		✓		✓		
5.	Indra Yuliana	✓					
6.	Misnah Habibie		✓		✓		
7.	Muh. Ali Akbar				✓		
8.	Nurwana				✓		
9.	Paisal	✓					
10.	Rais M		✓				
11.	Ulfhi Dwi S.						✓

Tabel 06. Hasil Jawaban Kusioner Pra Sosialisasi (Kesulitan apa yang anda (akan) hadapi terkait desain kemasan bagi sebuah produk pangan?)

No	Nama Peserta	Kesulitan apa yang anda (akan) hadapi terkait desain kemasan bagi sebuah produk pangan?					
		Membuat konsep desain	Menentukan Warna dan komposisi desain	Menentukan jenis kemasan yang tepat	Menentukan unsur-unsur dalam desain kemasan	Menentukan ide kreatif desain kemasan	lain
1.	Agus Syam A.			✓			
2.	Andi Nurlia A.	✓	✓	✓	✓	✓	
3.	Baso Hamid	✓	✓	✓	✓		
4.	Dharma				✓	✓	
5.	Indra Yuliana					✓	
6.	Misnah Habibie	✓		✓	✓	✓	

7.	Muh. Ali Akbar				✓	✓	
8.	Nurwana		✓			✓	
9.	Paisal					✓	
10.	Rais M	✓	✓		✓	✓	
11	Ulfhi Dwi S.			✓	✓		

Tabel 06. Hasil Jawaban Kusioner Pasca Sosialisasi
(Setelah mengikuti sosialisasi ini, informasi apa yang anda harapkan dibahas lebih jauh lagi?)

No	Nama Peserta	Setelah mengikuti sosialisasi ini, informasi apa yang anda harapkan dibahas lebih jauh lagi?					
		Filosofi dan Komposisi desain kemasan	Jenis-jenis kemasan pangan	Cara mengoperasikan aplikasi desain grafis	Cara menstimulus ide-ide kreatif dalam mendesain kemasan	Pengetahuan mengenai informasi yang biasanya dicantumkan dalam kemasan produk	lain
1.	Agus Syam A.					✓	
2.	Andi Nurlia A.	✓		✓	✓	✓	
3.	Baso Hamid	✓		✓		✓	
4.	Dharma			✓		✓	
5.	Indra Yuliana				✓		
6.	Misnah Habibie	✓			✓	✓	
7.	Muh. Ali Akbar				✓	✓	
8.	Nurwana				✓	✓	
9.	Paisal				✓		
10.	Rais M			✓	✓	✓	
11	Ulfhi Dwi S.			✓	✓		

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengabdian ini adalah besarnya antusias dan semangat peserta mempelajari desain kemasan pangan dibuktikan dengannya adanya proses diskusi dan tanya jawab yang panjang selama proses sosialisasi berlangsung. Diskusi dan tanya jawab diisi dengan konseling kebutuhan desain kemasan terhadap produk atau bakal produk peserta masing-masing. Diharapkan para peserta dapat menyusun konsep desain kemasan untuk produk industrinya kelak.

Berdasarkan data dari angket kusioner yang diisi peserta baik sebelum dan sesudah sosialisasi menunjukkan terjadinya peningkatan kesadaran, minat dan pengetahuan peserta mengenai desain kemasan utamanya untuk produk pangan. Sebagian besar dari peserta juga mulai mampu menyusun konsep desain kemasan produk mereka sendiri.

Kesimpulan

Kegiatan sosialisasi pentingnya desain kemasan terhadap peningkatan nilai jual produk pangan yang diikuti oleh 11 orang alumni Teknologi Pertanian, Universitas Hasanuddin yang dilakukan oleh tim pengabdian Akademi Teknologi Industri Dewantara Palopo telah memberi dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan, minat dan antusiasme peserta mengenai rancangan desain kemasan

usaha yang mereka akan rintis atau telah mereka rintis. Diharapkan ilmu yang mereka peroleh dari sosialisasi ini dapat mereka terapkan langsung dalam kegiatan usaha mereka.

Ucapan Terimakasih

Kami menghaturkan terima kasih banyak yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan penelitian dan penyusunan laporan penelitian ini. Utamanya para koresponden atau penerima manfaat dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Kami berharap semoga laporan PkM tahun 2020 ini membawa pengaruh positif bagi kita.

Referensi

- A.A Gde Rai Remawa, Puslitdes ISI Denpasar/Ddo Bali, Makalah berjudul “Desain Kemasan Produk Makanan”. yang disampaikan pada Pelatihan Desain Kemasan Makanan di Desa Dangin Puri Kaja, Denpasar, 4 Desember 2009.
- Arntson, Amy E. *Graphic Design Basics*. Holt, Reinhart and Winston, Inc., Orlando, 1988.
- Cenadi, Christine S. Elemen-elemen dalam Desain Komunikasi Visual. Jurnal Nirmana volume 1 nomor 1, Universitas Kristen Petra, Surabaya, 1999.
- Cotton, Bob. *The New Guide to Graphic Design*. Phaidon, Oxford, 1990.
- E.P. Danger, *Selecting Colour for Packaging (Memilih Warna Kemasan)*, Alih Bahasa Darwis Ishak, Jakarta, Pustaka Binaman Pressindo, 1992.
- Holland, DK. *Great Package Design – Creating Competitive Edge*. Rockport Publishers, Inc., Minnessota, 1992.
- Stanton, William J. & Y. Lamarto. *Prinsip Pemasaran*. Penerbit Erlangga, Jakarta, 1988
- Wirya, Iwan. *Kemasan yang Menjual: Menang Bersaing Melalui Kemasan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1999.