

Pelatihan Desain Kemasan Bagi UKM Rumah Tangga di Bangka Barat

Fransiskus Panca Juniawan¹⁾, Sujono²⁾, Hamidah³⁾, Dwi Yuny Sylfania⁴⁾

^{1),4)}Program Studi Teknik Informatika, STMIK Atma Luhur

²⁾Program Studi Sistem Informasi, STMIK Atma Luhur

³⁾Program Studi Manajemen Informatika, STMIK Atma Luhur

Jl. Jend. Sudirman, Selindung Baru, Pangkalpinang, 0717433506

e-mail: ¹⁾fransiskus.pj@atmaluhur.ac.id, ²⁾sujono@atmaluhur.ac.id, ³⁾hamidah@atmaluhur.ac.id,

⁴⁾dysylfania@atmaluhur.ac.id

Abstrak

Desain yang unik dan menarik dapat meningkatkan kemungkinan minat beli oleh pembeli. Industri UKM di Bangka Barat saat ini banyak bergerak di bidang makanan dengan desain kemasan yang masih seadanya saja. Kendala yang sering dihadapi oleh pelaku usaha di Bangka Barat adalah kurangnya kemampuan mereka dalam membuat desain kemasan produk. Pengetahuan yang rendah mengenai tata cara perancangan dan pembuatan kemasan juga menjadi masalah tersendiri bagi mereka. Dengan adanya masalah ini, berdampak pada nilai jual produk yang rendah, walaupun cita rasa produk layak untuk dihargai tinggi. Untuk mengatasi masalah tersebut diadakan pelatihan pembuatan desain kemasan yang berfokus pada pengetahuan dasar mengenai kemasan dan pembuatan desain dan label kemasan. Metode yang digunakan adalah pelatihan secara bersama-sama dan secara mandiri perorangan. Pelatihan ini menggunakan tool Microsoft Word dengan harapan kemudahan dalam pemahamannya. Hasil dari kegiatan ini berupa peningkatan pengetahuan dan kemampuan peserta dalam membuat dan merancang desain kemasan produk yang dibuktikan dari hasil rancangan masing-masing peserta.

Kata kunci: desain kemasan, produk, UKM, Bangka Barat

1. Pendahuluan

Kemasan adalah wadah atau tempat untuk menempatkan produk serta memberikan perlindungan atau proteksi sehingga produk lebih awet, memudahkan penyimpanan, distribusi, pemakaian, promosi, dan juga memberikan jaminan kepastian pada konsumen serta berwawasan lingkungan [1]. Terdapat beberapa faktor yang mendukung adanya kemasan yang baik, yakni penampilan, perlindungan, fungsi, harga, dan penanganan limbah. Selain itu, factor-faktor yang mempengaruhi nilai suatu desain kemasan adalah mampu menarik calon pembeli, menampilkan produk siap jual, informative-komunikatif, dan menciptakan rasa butuh terhadap produk [1]. Saat ini desain kemasan telah berubah fungsinya. Tidak hanya sebagai pelindung isi

produk, namun juga telah menjadi media promosi dan penarik minat konsumen. Desain kemasan yang telah dirancang sedemikian rupa akan memiliki bentuk kemasan yang unik sehingga dapat menarik minat konsumen [1]. Hal ini didukung hasil penelitian Alfin pada tahun 2016 [2], penelitian Mukhtar pada tahun 2015 [3] dan penelitian Nugrahani [4]. Dilakukan juga penelitian yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh keunikan desain kemasan produk terhadap keputusan pembelian impulsif [5]. Selain itu desain penempatan informasi yang tepat akan memaksimalkan lebih banyak informasi yang dapat ditampilkan pada desain kemasan.

Menurut Klimchuk [6], tujuan adanya desain kemasan adalah untuk menampilkan atribut unik sebuah produk, memperkuat penampilan estetika dan nilai produk, mempertahankan keseragaman dalam kesatuan merk produk, memperkuat perbedaan antara ragam produk dan lini produk, mengembangkan bentuk kemasan berbeda yang sesuai dengan kategori, dan menggunakan material baru dan mengembangkan skruktu inovatif untuk mengurangi biaya, lebih ramah lingkungan, atau meningkatkan fungsionalitas.

Label merupakan tulisan, tag, gambar, atau deskripsi lain yang tertulis, tercetak, distensi, diukir, dihias, atau dicantumkan dengan jalan apapun pada wadah atau kemasan [1]. Adapun hal-hal yang tercantum pada sebuah label pada umumnya adalah nama produk, cap/trade mark (bila ada), komposisi, berat bersih produk, nama pihak produksi, distributor/pengedar produk (bila ada), nomor registrasi dinas kesehatan, kode produksi, keterangan kadaluarsa, dan logo halal [1].

Penerapan konsep dan teori di atas belum merata secara sepenuhnya oleh para pelaku usaha UKM di Kabupaten Bangka Barat. Kebanyakan para pelaku UKM masih menggunakan kemasan seadanya, seperti berbahan plastik. Hal ini dikarenakan untuk menekan biaya produksi, selain itu memang pengetahuan dan kemampuan untuk membuat desain kemasan yang unik masih rendah. Hal ini berakibat pada penjualan produk hanya berkisar pada ruang lingkup yang kecil. Padahal dengan adanya desain kemasan yang baik maka akan menambah peluang penjualan sehingga dapat dijual pada

ruang lingkup yang lebih besar. Sejalan dengan hal tersebut, kualitas produk akan meningkat.

Telah dilakukan pengabdian sejenis dengan subjek UMKM di Kota Tangerang. Hasil dari pelatihan adalah rata-rata responden survey menyukai kemasan baru peserta [7]. Dilaksanakan juga pelatihan desain kemasan produk dengan subjek UMKM Kerajinan di Kota Malang. Hasil dari kegiatan ini adalah mempunyai peserta kegiatan membuat desain kemasan yang *eye catching* [8]. Dilakukan pelatihan desain kemasan dengan metode *Pre-experimental design, True-experimental design, dan Quasi-experimental design*. Hasil dari kegiatan adalah pembuatan logo *brand* produk dan pembuatan desain kemasan yang menggunakan bahan kemasan yang memiliki kualitas lebih baik [9]. Dilakukan juga kegiatan pelatihan pembuatan kemasan yang menarik dan berkualitas disertai pembelajaran internet marketing yang bertujuan untuk meningkatkan nilai jual produk emping garut, serta pelatihan teknologi *seasoning*. Terdapat beberapa UKM yang menjadi mitra. Hasil dari kegiatan ini setelah mengikuti kegiatan ini para peserta menjadi meningkat keuntungannya menjadi sebesar 30% [10]. Dilakukan juga penelitian yang mempelajari nilai kognitif dari kemasan produk yang ditinjau dari meningkatnya nilai jual produk [11].

Sebagai bentuk usaha penyelesaian masalah di atas, tim pengabdian bersama mitra pengabdian melaksanakan kegiatan pelatihan pembuatan desain kemasan yang bertempat di Gedung Sriwijaya, Kota Muntok, Kabupaten Bangka Barat.

2. Metode Pelaksanaan

Kegiatan ini dilaksanakan dengan tahapan-tahapan sebagai berikut:

a. Pra Kegiatan

Pada tahapan ini dilakukan diskusi koordinasi dengan mitra pengabdian, yakni koordinator UMKM Bangka Barat. Diskusi diadakan di tempat pengabdian dan dihadiri oleh pemangku kepentingan mitra. Diskusi membicarakan kebutuhan pelatihan untuk menyelesaikan atau memberi solusi dari masalah yang dialami mitra. Selain itu didiskusikan juga jumlah peserta, lokasi kegiatan, waktu kegiatan, konsep kegiatan, dan jumlah tutor pengajar. Hasil dari diskusi adalah penetapan lokasi, waktu, materi, konsep, dan tutor pengajar.

b. Persiapan Kegiatan

Pada tahapan ini dilakukan pembuatan bahan ajar, referensi materi, dan pembuatan prototype desain kemasan yang akan dipakai untuk pengajaran pada kegiatan.

c. Pelaksanaan Kegiatan

Tahapan ini ditandai dengan pelaksanaan kegiatan pelatihan, yang dimulai dari penjelasan teori dasar desain

kemasan produk. Langkah selanjutnya adalah pengajaran dan praktik langsung bersama peserta pembuatan desain kemasan menggunakan *tool* Microsoft Word. Pemilihan *tool* ini untuk memenuhi harapan mitra terkait kemudahan penggunaan dan pemahaman oleh peserta pelatihan yang rata-rata adalah ibu rumah tangga.

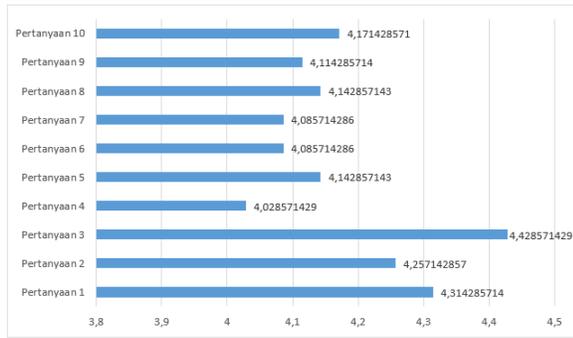
Tahapan selanjutnya adalah pengembangan kreativitas peserta. Tujuan dari tahapan ini adalah agar peserta mampu mengembangkan ide/konsep yang dimiliki menjadi sebuah desain kemasan baru, sesuai dengan materi yang telah dipelajari pada tahapan sebelumnya.

d. Evaluasi

Hasil dari pembuatan desain kemasan kreativitas diperiksa dan dievaluasi oleh tim pengabdian. Hasil evaluasi diberikan secara langsung secara personal kepada pemilik desain masing-masing. Diberikan juga kekurangan dari desain yang dibuat, dan juga tips dan saran untuk perbaikan agar dapat dihasilkan desain kemasan yang lebih baik lagi. Sebelum kegiatan berakhir, dilakukan pengisian kuesioner yang berisi evaluasi kegiatan. Poin kuesioner ditinjau dari pelaksanaan, penyampaian materi, fasilitas, dan dampak yang dirasakan oleh peserta. Kuesioner terdiri dari 10 pertanyaan dan diisi oleh 38 responden peserta pelatihan. Kuesioner menggunakan skala Likert 1-5 dengan nilai 1 untuk Sangat Tidak Setuju dan 5 untuk Sangat Setuju. Dari perhitungan kuesioner didapat hasil 4,1619 yang berarti dalam rentang setuju. Tabel 1 merupakan pernyataan yang diajukan pada kuesioner, sedangkan Gambar 1 merupakan hasil dari kuesioner.

Tabel 1. Pernyataan Kuesioner

No.	Pernyataan
1.	Lama program pelatihan perlu disesuaikan dengan tujuan pelatihan agar sasaraannya tercapai.
2.	Lama waktu pelaksanaan pelatihan tidak sesuai/relatif singkat dibanding materi pelatihan.
3.	Materi pelatihan yang diberikan sangat sesuai dengan kebutuhan saya.
4.	Materi pelatihan yang diberikan belum pernah saya dapatkan pada pelatihan sebelumnya.
5.	Saya merasakan akan manfaat Program Pelatihan yang saya ikuti dalam rangka meningkatkan kualitas dan produktivitas.
6.	Kemampuan saya dalam melaksanakan tugas dirasakan masih perlu ditingkatkan, untuk itu perlu adanya pelatihan lanjutan.
7.	Program Pelatihan sebaiknya dilaksanakan berkesinambungan
8.	Metode Pelatihan yang digunakan sangat menentukan keberhasilan peserta pelatihan.
9.	Instruktur/narasumber pelatihan menguasai dengan baik materi yang diajarkan.
10.	Saya merasa tertarik untuk mempelajari lebih lanjut mengenai desain kemasan produk.



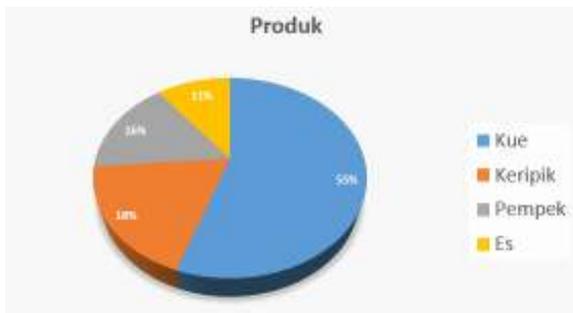
Gambar 1. Hasil kuesioner

3. Hasil Pelaksanaan

Sesuai dengan hasil diskusi oleh mitra, kegiatan pelatihan menitikberatkan dan berfokus pada peningkatan kemampuan peserta untuk mampu memahami konsep desain, mampu membuat desain kemasan, mampu membuat label kemasan, dan mampu mengembangkan desain kemasan produk yang telah ada. Desain kemasan yang dibuat disesuaikan dengan kriteria masing-masing produk. Seluruh materi menggunakan *tool* Microsoft Word sebagai alat bantu. Peserta kegiatan berjumlah 38 orang yang terdiri dari 35 wanita (92,11%) dan 3 laki-laki (7,89%) seperti pada Gambar 2. Jenis produk terdiri dari empat kategori yakni Kue, Keripik, Pempek, dan Es seperti ditampilkan pada Gambar 3.

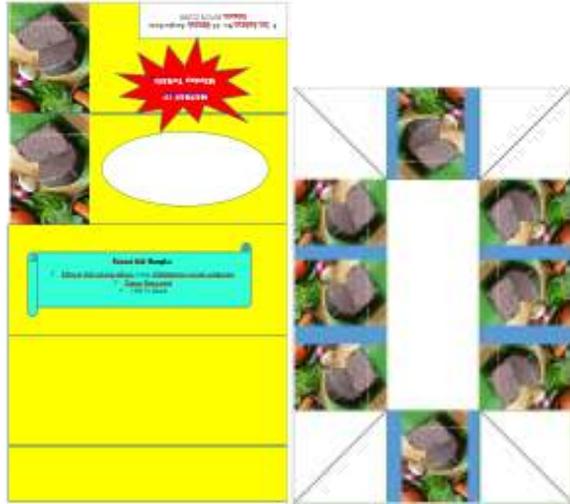


Gambar 2. Jenis Kelamin Peserta Pelatihan

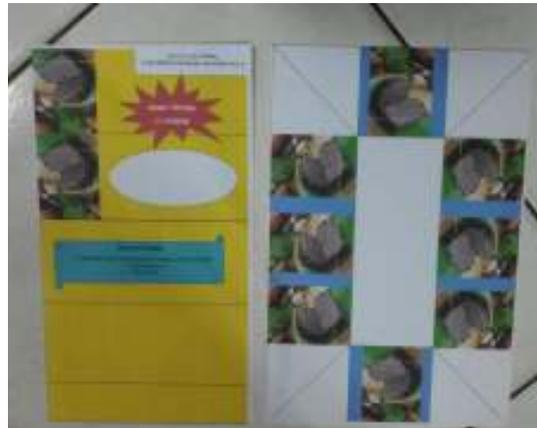


Gambar 3. Jenis Produk Peserta Pelatihan

Untuk mempermudah penyampaian materi, tim pengabdian membuat sebuah prototype desain kemasan produk terlebih dahulu. Hal ini bertujuan agar seluruh peserta dapat lebih memahami materi, karena memiliki visual terhadap materi dan melakukan praktik secara langsung. Gambar 4 adalah tampilan dari desain prototype yang dibuat tim pengabdian yang digunakan sebagai bahan ajar. Gambar 5 adalah tampilan hasil cetak dari desain prototype pada Gambar 5.



Gambar 4. Prototipe Desain Kemasan



Gambar 5. Hasil Cetak Prototipe Desain Kemasan

Selanjutnya adalah pemberian materi berupa praktik langsung pembuatan desain kemasan secara bersama-sama oleh seluruh peserta sehingga dihasilkan seperti pada Gambar 4. Tim pengabdian dibagi menjadi dua bagian, dimana satu orang berperan sebagai tutor dan memberikan penjelasan di depan ruangan. Sisa tim pengabdian melakukan pemeriksaan dan pendampingan kepada peserta. Apabila peserta mengalami kesulitan atau kesalahan langkah pembuatan, maka tim dapat dengan sigap membantu. Gambar 6, 7, dan 8 adalah beberapa tampilan saat penjelasan materi.

Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat 2019

SINDIMAS 2019

STMIK Pontianak, 29 Juli 2019



Gambar 6. *Suasana pemberian materi pengabdian*



Gambar 7. *Diskusi terkait pembahasan materi*



Gambar 8. *Transfer materi kepada peserta*

Sebagai tampilan dari hasil desain kemasan peserta yang telah dicetak dan ditempel pada kemasan, disajikan pada Tabel 2. Seluruh desain label dan kemasan merupakan hasil pengembangan kreativitas karya para peserta pelatihan.

Tabel 2. *Hasil Desain*

Kemasan	Produk	Bahan	Pemilik
	Keripik Bawang Bu Maila	Bawang	Bu Maila

Kemasan	Produk	Bahan	Pemilik
	Rusip	Fermentasi Ikan	Linda
	Kemplang Cumi	Cumi-Cumi	Yemi Salemi
	Ruti Nanas	Nanas	Ruliyani
	Popping Sorghum	Sorghum	Ayu Ariyani
	Kertem (Keripik Tempe)	Tempe	Mira Asmara

Kemasan	Produk	Bahan	Pemilik
	Keripik Tempe	Tempe	Deni Dina
	Keripik Primadona	Pisang, Ubi, Kentang, Keladi, Bijur	Rini Erzaliana

4. Kesimpulan

Dengan menggunakan metode pra kegiatan, persiapan kegiatan, pelaksanaan kegiatan, dan evaluasi maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan pelatihan yang dilaksanakan telah memberikan dampak bagi meningkatnya pengetahuan dasar peserta terhadap konsep desain kemasan suatu produk. Selain itu kemampuan pemahaman dan pembuatan desain kemasan produk juga telah meningkat yang terbukti dari hasil desain kemasan dan label produk yang dirancang sendiri oleh masing-masing peserta. Minat dan antusias peserta juga meningkat untuk mempelajari desain kemasan pada tahap yang lebih lanjut.

Untuk pelatihan selanjutnya dapat mengembangkan kembali dari materi yang telah diberikan. Penggunaan

tool yang digunakan menjadi berbasis vektor, pembuatan desain kemasan yang lebih unik dan variatif, dan peninjauan atau observasi langsung ke lokasi usaha UKM berada.

Daftar Pustaka

- [1]. D. Indraswati, Pengemasan Makanan. Edisi Pertama. Ponorogo: Forum Ilmiah Kesehatan (FORIKES), 2017.
- [2]. A.N.F.Muffreni, "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, November 2016.
- [3]. S. Mukhtar & M. Nurif, "Peranan Packaging Dalam Meningkatkan Hasil Produksi Terhadap Konsumen" Jurnal Sosial Humaniora, vol. 8, no. 2, pp. 181-191, November 2015.
- [4]. R. Nugrahani, "Peran Desain Grafis Pada Label dan Kemasan Produk Makanan UMKM" Jurnal Imajinasi, vol. 9, no. 2, pp. 127-136, Juli 2015.
- [5]. V. Dhameraia, "Analisis Pengaruh Keunikan Desain Kemasan Produk, Kondusivitas Store Environment, Kualitas Display Produk Terhadap Keputusan Pembelian Impulsive (Studi pada Pasaraya Sri Ratu Pemuda Semarang)" Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, vol. 13, no. 1, pp. 1-44, Mei 2014.
- [6]. Klimchuk, M. Rosner, Krasovec, & A. Sandra, Desain Kemasan: Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai Penjualan". Edisi pertama. Jakarta: Erlangga, 2007.
- [7]. S. Maryama, P. Yandri, & I. Istimal, "Pelatihan Pembuatan Packaging Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Umkm Di Kota Tangerang Selatan," in SEMBADHA: Seminar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat, Tangerang Selatan, 2018, pp. 156-159.
- [8]. M. Rofieq, A. Poerwanto, & H. Budiyanto, "Pelatihan Desain Kemasan Produk untuk UMKM Kerajinan, Kuliner dan Posdaya" Jurnal ABDIMAS Unmer Malang, vol. 2, no. 2, pp. 1-6, Desember 2017.
- [9]. S. Syamsudin, M.F.Wajdi, & A.N.Praswati, "Desain Kemasan Makanan Kub Sukarasa Di Desa Wisata Organik Sukorejo" Jurnal BENEFIT, vol. 19, no. 2, pp. 181-188, Desember 2015.
- [10]. S. Purnavita, H.Y.Sriyana, & T. Widiastuti, "Kemasan Menarik dan Internet Marketing untuk Meningkatkan Nilai Jual Emping Garut sebagai Produk Unggulan Kabupaten Sragen" Jurnal E-DIMAS, vol. 9, no. 1, pp. 88-97, Februari 2018.
- [11]. A. Pathak, "The Cognitive Power of Product Packaging" IOSR Journal of Business and Management, vol. 16, no. 7, pp. 61-64, July, 2014.