

## Desain Kemasan sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Penjualan Produk IRT Kripik

Anis Siti Nurrohkayati<sup>1,a</sup>, Noer Aden Bahry<sup>2,b</sup>, Dyah Ayu Lestari<sup>3,c</sup>

<sup>a</sup>Jl. Pelita Perum PIMA Blok D3, Samarinda Sebrang, Samarinda

<sup>b</sup>Jl.Raudah 3, Kel. Teluk Lerong, Samarinda

<sup>c</sup>Jl.M.Said Gg.Kotak, RT.29,Kelurahan Lok Bahu, Sungai Kunjang, Samarinda

<sup>a</sup>asn826@umkt.ac.id, <sup>b</sup>noeraden48@gmail.com, <sup>c</sup>dyahayu.nov98@gmail.com

### ABSTRAK

Pada era Industri 4.0 ini suatu usaha mulai dari usaha kecil, menengah, dan besar harus mampu bersaing dalam pasar global. Peningkatan daya saing suatu produk salah satunya dapat dilakukan dengan menggunakan desain kemasan yang baik dan juga iklan dari produk tersebut. Pemilik usaha dapat menggunakan bantuan website untuk mengenalkan produknya kepada masyarakat luas. Permasalahan yang ada saat ini adalah bahwa produsen Seni Kripik skala usaha rumah tangga belum menggunakan desain kemasan yang baik. Untuk bersaing di pasar global, usaha Seni Kripik harus mampu untuk dikenal oleh masyarakat luas tidak hanya melalui informasi kecil namun harus diperkenalkan dengan menggunakan informasi yang global. Pada penelitian ini akan dilakukan pembuatan desain kemasan dan pembuatan akun website untuk usaha Seni Kripik singkong dan pisang yang ada di Kota Bontang. Luaran dari pengabdian ini adalah suatu pengembangan desain kemasan yang dapat digunakan oleh produsen Seni Kripik untuk menjual produknya kepada masyarakat. Selain itu juga, akun website yang berisi informasi mengenai produk Seni Kripik, sehingga produsen mampu untuk mengiklankan produknya lebih luas. Dengan adanya hasil dari pengabdian ini, diharapkan mampu membantu usaha Seni Kripik dalam meningkatkan daya saing penjualan dan profit di era Industri 4.0 ini.

**Kata Kunci:** Pasar Global Kripik, Desain Kemasan Kripik, Website, Industri 4.0

#### Latar Belakang

Kripik merupakan jenis makanan ringan yang banyak digemari oleh masyarakat Indonesia. Terdapat beberapa jenis kripik, yaitu seperti kripik buah, kripik singkong, kripik pisang, dan lain sebagainya. Terdapat banyak produsen kripik yang ada di Indonesia, mulai dari produsen skala kecil, menengah, dan produsen skala besar. Selain karena banyak penggemar makanan ringan jenis kripik, bahan baku yang mudah didapat merupakan salah satu alasan untuk membuat usaha kripik. Namun, karena semakin banyaknya perusahaan besar yang turut membuka bisnis dalam bidang produksi kripik, terutama kripik singkong

membuat kekhawatiran produsen kecil. Hal ini dikarenakan, produsen besar mampu untuk memproduksi dan menjual produknya dalam skala besar. Sehingga, produsen besar tersebut dapat memperoleh keuntungan yang besar pula.

Salah satu cara untuk meningkatkan penjualan adalah dengan membuat iklan mengenai produk tersebut yang kemudian diperkenalkan ke masyarakat luas. Pembuatan iklan produk berkaitan dengan desain kemasan suatu produk. Semakin bagus desain kemasan suatu produk, maka semakin baik pula untuk melakukan iklan yang baik. Hal ini dikarenakan, kemasan produk yang menarik dapat pula menarik minat

pembeli.

Namun, mahal biaya untuk pembuatan desain kemasan menjadi salah satu alasan produsen skala menengah kebawah untuk tidak membuat desain kemasan pada produk mereka. Hal ini pula yang terjadi pada industri kecil keripik singkong dan pisang yang ada di Kota Bontang. Usaha keripik singkong dan pisang yang ada di Kota Bontang sudah berdiri sejak tahun 1992 dan diberi nama usaha Seni Keripik. Usaha keripik singkong dan pisang ini adalah usaha milik Bapak Misni dengan jumlah karyawan sebanyak 5 orang. Usaha Seni Keripik berada di Kota Bontang, Kalimantan Timur. Produk Seni Keripik sendiri di Kota Bontang sudah memiliki jumlah pelanggan yang tergolong banyak walaupun masih dipasarkan secara manual.

Produk keripik ini tidak memiliki logo ataupun kemasan produk. Penjualan dari keripik ini masih menggunakan gerobak dan dibungkus plastik putih (plastik yang aman untuk makanan). Pada saat ini, walaupun masih saja banyak konsumen yang menikmati keripik singkong dan pisang ini, namun produk hanya ada di Kota Bontang saja. Namun, tidak jarang konsumen yang membeli keripik ini untuk diberikan kembali kepada sanak saudaranya yang ada di luar kota Bontang. Hal ini menunjukkan bahwa sebenarnya keripik singkong dan pisang milik usaha Seni Keripik mampu untuk bersaing di skala menengah. Namun, kembali hal ini terkendala salah satunya karena tidak adanya kemasan produk yang dapat digunakan untuk menjual produk ini ke luar Kota Bontang. Usaha Seni Keripik masih menggunakan sistem produksi manual dalam mengerjakan produksi keripik singkong. Alat-alat yang digunakan masih sangat sederhana. Selain penggunaan alat yang sederhana, usaha Seni Keripik singkong juga masih menjual produknya dengan manual pula.

Penjualan keripik singkong dan pisang hanya menggunakan gerobak dan dijual dipinggir jalan mulai pukul 17.00 – 23.00 WITA di Kota Bontang. Manajemen usahanya pun dapat dikatakan sangat sederhana atau bahkan tidak ada. Hal ini dikarenakan, usaha Seni Keripik hanya memiliki pekerja 5 orang dan jumlah produksi yang tidak terlalu banyak. Sehingga, pemilik usaha hanya melakukan manajemen usaha mandiri saja. Namun, walaupun masih dijual dengan manual tanpa menggunakan bantuan iklan dan desain kemasan yang menarik, usaha ini tidak kalah peminatnya dengan keripik singkong dan pisang buatan pabrik. Usaha keripik singkong dan pisang mampu untuk bersaing dengan keripik singkong kemasan buatan pabrik. Proses bersaing ini mampu dilakukan dengan memanfaatkan media periklanan dan menggunakan kemasan yang menarik. Selain digunakan untuk merancang desain kemasan produk Seni Keripik, metode Kansei Engineering juga digunakan sebagai metode untuk merancang iklan Seni Keripik berbasis web. Analisis Kansei word dapat digunakan untuk menentukan faktor-faktor yang diinginkan konsumen pada desain iklan berbasis web [6]. Desain iklan dengan menggunakan *website* telah banyak digunakan pemilik usaha untuk mengenalkan produknya kepada masyarakat luas. Peningkatan profit dapat dilakukan dengan tidak hanya menjual suatu produk secara offline, namun dapat juga dengan menjual produk secara online. Suatu produk yang sudah diiklankan secara online atau *website* akan mampu untuk bersaing di era pasar global seperti pada saat ini. Menembus pasar global dengan cara menggunakan desain kemasan produk yang lebih kompetitif dan iklan pada *website* merupakan salah satu strategi yang dapat digunakan pada era Industri 4.0 saat ini. Hal ini karena, suatu produk harus dikenal oleh semua masyarakat

secara luas guna meningkatkan daya saing penjualan dan profit dari produk tersebut. Pengenalan produk dapat dilakukan melalui jaringan berbasis WEB. Dengan adanya *official website* dan kemasan yang menarik untuk produk Seni Keripik singkong dan pisang, diharapkan mampu untuk meningkatkan daya saing penjualan dan profit dari produk tersebut.

Berdasarkan hal-hal yang telah dibahas mengenai pentingnya suatu desain kemasan dan iklan secara global dengan menggunakan *website*, maka dilakukan pembuatan desain kemasan. Dengan adanya desain kemasan diharapkan mampu menjadikan produk Seni Keripik lebih bernilai dan aman. Pemasaran produk berkaitan erat dengan kemasan produk dan iklan yang dilakukan agar suatu produk dapat dikenal oleh masyarakat luas. Oleh karena itu, dalam pembuatan desain ini penulis akan membantu untuk membuat desain label dan desain kemasan yang dapat digunakan oleh produsen Seni Keripik guna mengemas produknya dan desain *website* sebagai sarana melakukan iklan produk kepada masyarakat secara global.

Dengan adanya kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat membantu dalam meningkatkan daya saing penjualan keripik singkong dan pisang. Luaran dari kegiatan pengabdian ini adalah berupa desain kemasan produk dan *website* untuk produk Seni Keripik. Setelah didapatkan desain kemasan yang baik untuk produk Seni Keripik, selanjutnya produk tersebut dapat dikenalkan kepada masyarakat luas baik secara penjualan *online* ataupun *offline*. Penjualan *online* dilakukan dengan cara membuat *website* produk Seni Keripik, sehingga masyarakat luas mengetahui keberadaan dari produk ini.

## Tinjauan Pustaka

### Desain Kemasan

Pada awal peluncuran suatu produk kepada pasar atau konsumen, produk tersebut harus memiliki identitas yang dapat menarik konsumen. Salah satu identitas tersebut yaitu dengan desain kemasan yang berkualitas dan menarik (1). Desain kemasan produk yang unik mampu memberikan dampak yang positif terhadap daya tarik pembelian konsumen. Suatu merek produk sangat dipengaruhi oleh desain kemasan yang baik, salah satu faktor konsumen menginginkan suatu produk adalah dilihat dari kemasannya (2). Peningkatan minat pembeli berbanding lurus dengan profit perusahaan. Semakin tinggi minat pembeli, maka akan semakin besar pula profit perusahaan. Selain sebagai sarana iklan atau daya tarik konsumen, kemasan produk juga dapat digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai produk tersebut kepada konsumen (*marketing messages*) [3], [4], [5], [6]. Suatu desain kemasan produk harus mampu untuk menarik minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Sehingga, konsumen memiliki kepercayaan untuk membeli produk tersebut (2). Suatu desain kemasan yang baik adalah kemasan yang didesain sesuai dengan keinginan konsumen (3).

### Metode Kansei Engineering

Metode Kansei Engineering dapat digunakan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap keinginannya pada suatu desain kemasan (5). Pada metode Kansei Engineering sebuah konsep produk dibuat dengan mempertimbangkan perasaan dan keinginan konsumen atau pengguna (6). Keinginan konsumen didapatkan dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen dan selanjutnya diringkas menjadi Kansei Word. Berdasarkan Kansei Word tersebut peneliti mampu untuk merancang suatu desain kemasan produk yang sesuai

dengan keinginan konsumen.

### Pembahasan

#### DESAIN LOGO KEMASAN PRODUK SENI KERIPIK

Desain logo ini ditujukan untuk meningkatkan minat dari pembelian dari produk seni kripik. Desain logo ini juga akan menjadi ciri khas dari seni kripik agar lebih dikenal oleh masyarakat. Untuk saat ini seni kripik memproduksi 3 macam produk, yaitu kripik singkong manis, kripik singkong asin, serta kripik pisang manis. Jadi dibuatkan 3 buah desain untuk masing masing produk. Untuk desain logo dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



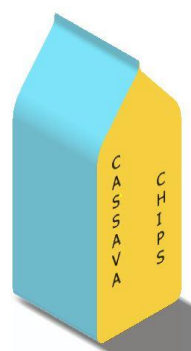
Gambar 1. Desain Label Keripik Pisang Manis



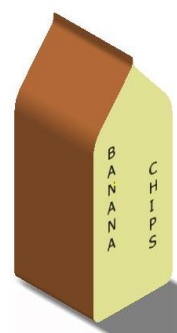
Gambar 2. Desain Label Keripik Singkong Asin



Gambar 3. Desain Label Keripik Singkong Manis



Gambar 4. Desain Kemasan Kripik Singkong



Gambar 5. Desain Kemasan Kripik Singkong

#### MEDIA SOSIAL PEMASARAN PRODUK

Media sosial merupakan cara modern untuk memasarkan produk. Dengan media sosial, kita bisa tau suatu produk tanpa harus mengetahui posisi pasti sang penjual. Pemasarannya pun menjadi

semakin luas, karena tidak hanya konsumen terdekat saja yang bisa menikmati produk tersebut, namun konsumen yang jauh pun dapat menikmati produk yang sama. Oleh karena itu, dibuatlah media sosial guna untuk memasarkan produk seni kripik agar pemasarannya lebih luas lagi. Hal ini juga bertujuan untuk meningkatkan proses penjualan yang tadinya hanya sebatas satu kota saja, menjadi lebih luas lagi. Konsumen pun dapat memesan produk seni kripik secara online, tidak perlu lagi menuju ke tempat penjualan dari produk seni kripik.



Gambar 7. Sosial Media Website



Gambar 6. Sosial Media Instagram



Gambar 8. Sosial Media Facebook

## Kesimpulan

Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa:

1. Pembuatan logo dilakukan guna meningkatkan penjualan dan profit usaha. Logo dibuat dalam 3 desain sesuai dengan varian rasa dari keripik singkong dan pisang tersebut. Mulai dari logo keripik singkong asin, logo keripik singkong manis, serta logo keripik pisang manis.
2. Beberapa media sosial serta *website* dibuat guna untuk mengenalkan produk seni keripik secara lebih luas, tidak hanya sekadar didalam kota saja. Pembuatan media sosial seperti instagram, facebook, serta blogspot mampu menhyebarkan informasi lebih luas mengenai jajanan seni keripik.
3. Kemasan yang dipakai tidak hanya sekadar plastik, namun menggunakan *standing pouch*. Hal ini dilakukan agar kemasan tersebut menarik dan mampu dipasarkan secara global. Dikarenakan kemasan tersebut sedang populer, maka kami menggunakan kemasan tersebut sebagai kemasan untuk produk seni keripik.
4. Guna meningkatkan daya saing di pasar global, maka pembuatan iklan di *website* ataupun media sosial sangatlah penting. di Era Industri 4.0, kebanyakan orang lebih memilih untuk menghabiskan waktunya dengan berselancar di dunia maya, seperti media sosial maupun situs belanja *online*. Pembuatan iklan ini sangatlah berpengaruh dalam perkembangan industri rumah tangga ini kedepannya. Pemasaran produk juga akan semakin meluas, tidak hanya di satu kota saja, melainkan hampir ke seluruh wilayah yang masih bisa dijangkau oleh internet.

## Referensi

[1] *Effect of Packaging Design in the Purchase Decision Process: A Comparison of Generations*. Mercado, Melissa

Cortina. 2017, Global Journal of Business Research, pp. 11-26.

[2] *Packaging Factors Determining Consumer Buying Decision*. Abdullah, Md, Kalam, Abul and Akterujjaman, S.M. 2013, International Journal of Humanities and Management Science (IJHMS), Vol.1, Issue 5, pp. 285-289.

[3] *The Impact of Packaging Design to Purchase Behavior through Brand Trust*. Budiardjo, Hardman. 2016, International Journal of Business and Management Invention, pp. 82-89.

[4] *Analisis Pengaruh Keunikan Desain Kemasan Produk, Kondusivitas Store Environment, Kualitas Display Produk terhadap Keputusan Pembelian Impulsif (Studi pada Pasaraya Sri Ratu Pemuda Semarang)*. SAB, Vita Dhameria. 2014, Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, pp. 1-44.

[5] *Perancangan Desain Troli Supermarket Menggunakan Implementasi Metode Kansei Engineering*. Outra, Gasha Sarwono, Martini, Sri and Iqbal, Muhammad. 2017, e-Prooceding of Engineering; Vol.4, No.2, p. 2453.

[6] *Implementasi Kansei Engineering dalam Perancangan Desain Interface E-Learning berbasis Web (Studi Kasus: SMK Negeri 1 Sukabumi)*. Isa, Indra Griha Tofik and Hadiana, Ana. 2017, Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi, pp. 104-115.

[7] *Redesain Kemasan Bandeng Duri Lunak sebagai Upaya Peningkatan Citra oleh-oleh Khas Kota Semarang dengan Pendekatan Kansei Engineering dan Kano Model*. Meinarwati, Adelia Dini. 2019, Jurnal Teknik Industri, pp. 1-5.

[8] *Effect of Packaging Elements on Consumer Buying Behavior: Comparative Study of Cabvury Dairy Milk and Cadbury Perk.* **Sultan, Muhammad Faisal.** 2016, International Journal of Scientific and Research Publications, Volume 6, Issue 4, pp. 243-250.