Perancangan Desain Kemasan Produk Rice Box UD. Pawon Kue Surabaya

Sinta Levia Budi T.*¹

Awin Mulyati²

^{1,2}Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia

*e-mail: sintalevia89@gmail.com¹, awin@untag-sby.ac.id²

Abstrak

Rice box merupakan salah satu jenis makanan yang sangat digemari di kalangan anak muda masa kini yang disebut dengan Generasi Z karena sangat praktis dan terjangkau. Tidak hanya produk pangan saja desainnya juga harus memiliki nilai yang menarik minat konsumen, dan desain produk tempat nasi tidak hanya melindungi produknya saja, namun juga berfungsi sebagai alat komunikasi untuk menyampaikan citra perusahaan. Rice box sendiri sudah sangat populer di berbagai negara termasuk Indonesia yang sangat kaya akan kandungan protein dan karbohidrat seperti nasi, ikan, unggas, dan daging, serta dibuat dengan berbagai macam teknik dan sangat mudah untuk diproses pengolahannya. Lauk pauk hewani seperti ikan lele dan udang yang banyak ditemukan di pasar tradisional dan supermarket dimodifikasi untuk menghasilkan produk beras yang lebih sehat. Karena cara pengolahannya, bahan ini memiliki indeks glikemik yang rendah, kandungan serat yang tinggi, dan juga mengandung gluten. Gluten merupakan salah satu jenis protein lengket dan elastis yang terdapat pada produk olahan seperti gandum dan tepung. Oleh karena itu, isi rice box dan desain kemasannya sangat berpengaruh dalam komunikasi dengan masyarakat khususnya generasi muda dan generasi Z agar dapat menyampaikan citra UD. Pawon Kue Rice Box.

Kata kunci: Rice box, Desain, Produk, Kemasan

Abstract

Rice box is one type of food that is very popular among today's young people called Generation Z because it is very practical and affordable. Not only food products, the design must also have a value that attracts consumers, and the design of the rice holder product not only protects the product, but also serves as a communication tool to convey the company's image. Rice box itself has been very popular in various countries including Indonesia which is very rich in protein and carbohydrate content such as rice, fish, poultry, and meat, and is made with various techniques and is very easy to process. Animal side dishes such as catfish and shrimp found in traditional markets and supermarkets are modified to produce healthier rice products. Because of the way it is processed, this material has a low glycemic index, high fiber content, and also contains gluten. Gluten is one type of sticky and elastic protein found in processed products such as wheat and flour. Therefore, the contents of the rice box and the design of the packaging are very influential in communication with the community, especially the younger generation and generation Z in order to convey the image of UD. Pawon Cake Rice Box.

Keywords: Rice box, Design, Product, Packaging

PENDAHULUAN

UD Pawon Kue beralamat di Jl. Rungkut Lor Gg II No 1, merupakan sebuah usaha rumahan yang bergerak di bidang produksi dan penjualan kue-kue tradisional dan modern di Indonesia. Ibu Irul selaku pemilik UMKM merupakan pelopor "Kampung Kue" yang ada di Surabaya. Kampung kue sendiri didirikan karena adanya tekad yang begitu kuat dari seorang Ibu Irul yang dulunya adalah seorang buruh pabrik dan pada tahun 1980-an terjadireseksi di Indonesia lalu banyaknya PHK yang terjadi dan menyebabkan penduduk di daerah tersebut tidak mendapatkan pekerjaan dalam artian menganggur. Hal tersebut mendasari Bu Irul sebagai pelopor utama dalam membuat paguyuban "Kampung Kue" agar organisasi tersebut bermanfaat khususnya untuk Ibu Rumah Tangga agar mendapatkan penghasilan tambahan dari membuat dan berjualan kue tersebut dan salah satu bagian paguyuban itu sendiri adalah UD Pawon Kue. UD Pawon Kue sendiri berfokus pada penjualan kue kering dan kue basah yang telah memiliki 23 macam kue. Kue kering yang diproduksi yaitu almond milk, kue idul fitri, kue natalan. Selain itu kue basah

yang di produksi terdiri dari sosis solo, lumpia, risoles, pudding, putri mandi, cantik manis, pie susu, DLL. Distribusi kue kering sendiri dahulu pada tahun 2019, UD Pawon Kue mendistribusikan produknya di maskapai Citilink, Pusatoleholeh, lalu berhenti pendistribusiannya dikarenakan adanya pandemic Covid pada tahun 2020. Saat ini UD. Pawon Kue berfokus pada penjualan makanan seperti ricebowl, kue basah, rice box, nasi tumpeng, dan lain-lain.

Penulis memaparkan desain kemasan dengan ukuran 20 x 4 cm untuk kemasan rice box. Kemasan merupakan wadah yang digunakan untuk membungkus produk yang dijual. Kemasan sendiri secara umum dipahami sebagai bagian terluar yang mengelilingi suatu produk, dengan tujuan untuk melindunginya dari unsur-unsur, guncangan, dan benturan. Peran kemasan adalah menghadirkan citra dan perspektif produk. Merancang isi suatu produk sedemikian rupa sehingga memberikan keistimewaan dan manfaat yang berbeda dengan produk lainnya. Kemasan dirancang agar sesuai dengan produk untuk memastikan pesan tersampaikan kepada konsumen. Perusahaan seringkali mendapati bahwa pesaingnya kurang memperhatikan bentuk dan kemasan desain produknya, Anda memfasilitasinya. Persaingan kini semakin meningkat karena kemasannya tidak dapat dimakan. Oleh karena itu, desain kemasan harus cukup menarik untuk menyampaikan tujuan produk sekaligus menonjolkan berbagai manfaat produk, yang hingga saat ini belum banyak diketahui orang.

Produk pasti mempunyai beberapa aspek yang dapat membedakannya: bentuk, fungsi, kualitas kerja, kualitas kinerja, kualitas kesesuaian, daya tahan, keandalan, kemampuan perbaikan, gaya, dan desain. Apabila suatu produk mempunyai aspek bentuk dan gaya yang berbeda-beda sehingga mempunyai nilai estetis, maka akan tercipta nilai-nilai yang berbeda, menarik perhatian konsumen, dan menciptakan cara pandang yang khusus terhadap produk tersebut.

METODE

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Peneliti harus terjun langsung ke lapangan, mengamati secara intensif dan terlibat dengan fenomena yang ada hingga mampu menjelaskannya secara naratif dan ilmiah. Peneliti sebenarnya merasakan fenomena yang ditelitinya dan menjelaskannya dengan menggunakan panca inderanya, namun mereka berusaha menghilangkan subjektivitas semaksimal mungkin agar penjelasan fenomena tersebut dapat dipahami secara ilmiah. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik triangulasi untuk menguji keabsahan data. Validitas atau keabsahan data adalah apa yang benar-benar ada di dunia nyata yang diamati oleh peneliti. Metode ini membandingkan data primer yang diperoleh melalui proses observasi dan pencatatan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil observasi dapat menghasilkan sebuah pembahasan yang diaman sebuah pentingnya desain kemasan:

Kemasan pada Produk UD. Pawon

Penulis memaparkan desain kemasan dengan ukuran 20 x 4 cm untuk kemasan rice box. Kemasan merupakan wadah yang digunakan untuk membungkus produk yang dijual. Kemasan sendiri secara umum dipahami sebagai bagian terluar yang mengelilingi suatu produk, dengan tujuan untuk melindunginya dari unsur-unsur, guncangan, dan benturan. Peran kemasan adalah menghadirkan citra dan perspektif produk. Merancang isi suatu produk sedemikian rupa sehingga memberikan keistimewaan dan manfaat yang berbeda dengan produk lainnya. Kemasan dirancang agar sesuai dengan produk untuk memastikan pesan tersampaikan kepada konsumen. Perusahaan seringkali mendapati bahwa pesaingnya kurang memperhatikan bentuk dan kemasan desain produknya.

Persaingan kini semakin meningkat karena kemasannya tidak dapat dimakan. Oleh karena itu, desain kemasan harus cukup menarik untuk menyampaikan tujuan produk sekaligus menonjolkan berbagai manfaat produk, yang hingga saat ini belum banyak diketahui orang. Produk pasti mempunyai beberapa aspek yang dapat membedakannya: bentuk, fungsi, kualitas

kerja, kualitas kinerja, kualitas kesesuaian, daya tahan, keandalan, kemampuan perbaikan, gaya, dan desain. Apabila suatu produk mempunyai aspek bentuk dan gaya yang berbeda-beda sehingga mempunyai nilai estetis, maka akan tercipta nilai-nilai yang berbeda, menarik perhatian konsumen, dan menciptakan cara pandang yang khusus terhadap produk tersebut.

Pengemasan harus memenuhi harapan konsumen. Kemasan cukup melindungi produk dari cuaca, cahaya/sinar matahari, fluktuasi suhu, kotoran, serangga, dan bakteri. Struktur kemasan yang mudah dibuka, mudah ditiup, dan mudah dibawa (ergonomis). Bentuk dan ukuran yang menarik sesuai kebutuhan menciptakan daya tarik visual bagi konsumen. Bentuk fisik kemasan ditentukan oleh sifat produk itu sendiri, sistem penjualan, mekanisme, penyajian, distribusi, dan segmen pasar. Label harus jelas dan lengkap, serta desain kemasan harus unik dan khas untuk membedakannya dari produk lain. Peranan kemasan dalam suatu produk adalah 1) sebagai wadah yang memungkinkan produk atau barang tersebut diangkut dari suatu tempat ke tempat lain atau dari produsen ke konsumen; 2) Melindungi produk yang dikemas dari angin, hujan, benturan, penumpukan, dll. 3) Kami menyediakan informasi, citra merek, dan media periklanan dengan mempertimbangkan kemudahan untuk melihat, memahami, dan mengingat. Oleh karena itu, informasi yang dibutuhkan untuk pengemasan merupakan bagian terpenting. Pelabelan dan pelabelan produk seperti makanan sangat penting untuk membedakannya dari pesaing. Anda bisa menyewa desainer kemasan untuk membuat desain kemasan Anda terlihat menarik.

Desain kemasan harus menjadi media komunikasi antara produsen dan calon konsumen, sehingga desain kemasan harus mencakup 1) nama produk, 2) komposisi, dan 3) isi. Bisa dikatakan paket standar yang menarik itu sendiri menjadi nilai jualnya. Sehingga bisa menembus segmen pasar lain sehingga bisa meningkatkan penjualan. Secara umum kemasan memuat informasi, diberi label dengan jelas, mengkomunikasikan manfaat dan manfaat, diberi label dengan jelas sesuai dengan peraturan pelabelan dan periklanan, efektif, menarik, dan memberikan kemudahan. Desain kemasan ditentukan oleh karakteristik produk, proses produksi, saluran distribusi, segmen pasar, produk pesaing, target pasar, dan promosi. Kemasan juga menjadi media pelabelan produk, warna kemasan mencerminkan isinya, ramah lingkungan dan dapat didaur ulang. Agar menarik, kemasan harus sesuai dengan produk yang dikemas, sesuai dengan tingkat pemasaran yang diinginkan, modern, menarik dan dapat diterima, mudah ditampilkan dan dikomunikasikan, serta menonjol dari produk pesaing. Desain kemasan meliputi desain bentuk dan desain grafis. Selain itu, pengemasan diperlukan untuk identifikasi, untuk memfasilitasi penjualan produk, dan untuk mematuhi persyaratan peraturan. Branding juga penting untuk identitas, diferensiasi dari produk pesaing, dan jaminan kualitas.

Dengan mengetahui pengetahuan dasar tentang kemasan standar, UD. Pawon merancang dan memproduksi kemasan standar agar tampilan produk menarik bagi semua kalangan, dan produk di dalam rice bin lebih higienis dan sehat, saya berpikir untuk melakukannya. diperlukan, UD. Pawon juga dapat mengirimkan desainer paket. Oleh karena itu, kemasan yang standar diharapkan dapat memperluas pemasaran produk dan juga meningkatkan keuntungan.

Peran kemasan dalam Meningkatkan Pemasaran Produk UD. Pawon di Rice Box

Pemasaran adalah proses sosial yang melibatkan aktivitas penting yang memungkinkan individu dan bisnis memperoleh apa yang mereka butuhkan atau inginkan melalui interaksi dengan orang lain dan membangun hubungan pertukaran. Pemasaran yang dilakukan UD. PAWON Kampanye pemasaran dilakukan secara eksklusif melalui media sosial seperti Instagram, dimana konsumen dapat dengan mudah menemukan produk yang dipromosikan. Hadirnya kemasan standar UD. Pawon meningkatkan penjualan kepada konsumen. Berikut peranan kemasan dalam meningkatkan pemasaran produk UD. Pawon:

Meningkatkan citra produk dan nilai tambah. Semakin menarik kemasannya maka semakin tinggi pula nilai jual produk tersebut. UMKM bisa maju selangkah. Artinya, usaha mikro bisa menjadi usaha kecil dan menengah. Dengan cara ini, usaha kecil dan menengah bisa menjadi usaha menengah. perusahaan menengah juga bisa menjadi perusahaan besar. Tentu saja perluasan pemasaran akan meningkatkan penjualan sebesar karena segmen pasarnya semakin luas.

KESIMPULAN

Keberadaan desain kemasan sangat penting bagi pelaku usaha yang masih menggunakan paket nonstandar. Pengemasan dan desain adalah cara mengkomunikasikan suatu produk, mencerminkan filosofi dan maknanya. Peranan kemasan dalam meningkatkan pemasaran produk di UD. Pawon bertujuan untuk mewujudkan proyek ini dengan meningkatkan citra dan nilai penjualan produk "RICE BOX", memperpanjang masa kadaluarsa produk, dan meningkatkan kinerja penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- B Lena Nuryanti, Anisa Yunia Rahman, 2008, *pengaruh variasi Dan Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian The Kotak Ultra Jaya*. Jurnal Strategic, Vol.7, no.14 sept 2008
- Masayu Endang Apriyanti, 2018, *Pentingnya Kemasan Terhadap Penjualan Produk Perusahaan*. Jurnal Sosio e-kons, Vol.10 No. 1, April 2018
- Nawawi, Hadari. 1997. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada Syukrianti
- Mukhtar, Muchammad Nurif, 2015, *Peranan Packaging dalam Meningkatkan Hasil Produksi terhadap Konsumen*. Jurnal Sosial Humaniora, Vol. 8 No.2, Nopember 2015
- Boyd, Walker, Larece, 2000. *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global*, Jakarta: Penerbit Erlangga.