

PKM Pendampingan Desain Kemasan pada RH (Reta Handycrafts) di Banjar Titih Tengah Kota Denpasar

I Wayan Putu Sucana Aryana¹, I Wayan Astawa², I Made Adi Suwandana³, Agus Wiryadhi Saidi⁴,
Siluh Putu Natha Primadewi⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Ngurah Rai, Jl. Kampus Ngurah Rai No.30, Penatih, Kec. Denpasar Tim., Kota Denpasar, Bali
sucana.aryana@unr.ac.id

Abstract

Packaging design is fundamental for a company because it has a visual meaning that is implied both from the corporate culture, history, and positioning of a company. Every company has a packaging design, some are well-conceived and some are just perfunctory. Maintaining the consistency and quality of the brand image in the minds of consumers is very important so that it is easy to recognize the company in every communication. Products and services that are successful will be satisfying and easy to remember by consumers, as well as the company's brand. The packaging design in which there is a logo makes it the main identity for the launch of a newly established company or new organization. Without a visual identity, it will be difficult for consumers to identify the company. Micro, Small and Medium Enterprises or MSMEs can be interpreted as businesses run by individuals, households, or small-scale business activities that drive the movement of development and the Indonesian economy. According to data from the Cooperatives and UKM Office of the City of Denpasar, for the type of Creative MSMEs, the Micro scale is specifically in the creative field of knitwear craftsmen. RH (Reta Handycrafts) doesn't have a packaging design yet, of course this will cause problems when introducing a product. A product that is sold has more value if it can be packaged very well, but not a few partners ignore it. able to support their business income.

Keywords: Packaging Design, Product Branding, and Packaging Design Legality

Abstrak

Desain kemasan menjadi fundamental bagi sebuah perusahaan karena memiliki makna yang divisualkan secara tersirat baik dari *corporate culture*, *historical*, dan *positioning* sebuah perusahaan. Setiap perusahaan memiliki desain kemasan, ada yang terkonsep dengan baik dan ada pula yang ala kadarnya saja. Menjaga konsistensi dan kualitas citra merek dalam benak konsumen sangat penting agar mudah mengenali perusahaan dalam setiap komunikasinya. Produk dan jasa yang berhasil akan memuaskan serta mudah diingat oleh konsumen, begitu pun dengan merek perusahaannya. Desain Kemasan yang didalamnya terdapat logo menjadikan identitas utama untuk peluncuran sebuah perusahaan yang baru didirikan atau organisasi baru. Tanpa adanya identitas visual, konsumen akan sulit mengidentifikasi perusahaan tersebut. Usaha Mikro Kecil Menengah atau UMKM bisa diartikan sebagai bisnis yang dijalankan individu, rumah tangga, atau kegiatan usaha berskala kecil yang mendorong pergerakan pembangunan dan perekonomian Indonesia. Menurut data dari Dinas Koperasi dan UKM Kota Denpasar, untuk jenis UMKM Kreatif, skala Mikro khusus dibidang kreatif pengerajin rajutan. RH (Reta Handycrafts) belum memiliki desain kemasan, tentunya ini akan timbul masalah ketika memperkenalkan sebuah produk. Sebuah produk yang dijual memiliki nilai lebih jika dapat dikemas dengan sangat baik, namun tidak sedikit dari mitrayang mengabaikannya, hal ini cukup berdasar jika dibandingkan dengan pendapatan yang mereka peroleh, karena bagi mitramengubah desain kemasan akan menimbulkan biaya baru dan kurang yakinnya mitraterkait perubahan desain kemasan akan mampu menunjang pendapatan usaha mereka.

Kata Kunci: Desain Kemasan, Product Branding, dan Legalitas Desain Kemasan

Copyright (c) 2023 I Wayan Putu Sucana Aryana, I Wayan Astawa, I Made Adi Suwandana, Agus Wiryadhi Saidi, Siluh Putu Natha Primadewi

✉ Corresponding author: I Wayan Putu Sucana Aryana

Email Address: sucana.aryana@unr.ac.id (Jl. Kampus Ngurah Rai No.30, Penatih, Kec. Denpasar Tim., Kota Denpasar, Bali)

Received 15 February 2023, Accepted 22 February 2023, Published 24 February 2023

PENDAHULUAN

Analisa Situasi

Kerajinan merupakan kerajinan tangan yang menghasilkan barang-barang bermutu seni, maka dalam prosesnya dibuat dengan rasa keindahan dan dengan ide-ide yang murni sehingga menghasilkan produk yang berkualitas mempunyai bentuk yang indah dan menarik. Terdapat banyak cara untuk memperkenalkan sebuah produk kepada publik, salah satunya dengan cara membuat desain kemasan yang unik dan berbeda. Desain kemasan menjadi fundamental bagi sebuah perusahaan karena memiliki makna yang divisualkan secara tersirat baik dari corporate culture, historical, dan positioning sebuah perusahaan. Setiap perusahaan memiliki desain kemasan, ada yang terkonsep dengan baik dan ada pula yang ala kadarnya saja. Menjaga konsistensi dan kualitas citra merek dalam benak konsumen sangat penting agar mudah mengenali perusahaan dalam setiap komunikasinya. Produk dan jasa yang berhasil akan memuaskan serta mudah diingat oleh konsumen, begitu pun dengan merek perusahaannya. Desain Kemasan yang didalamnya terdapat Logo menjadikan identitas utama untuk peluncuran sebuah perusahaan yang baru didirikan atau organisasi baru. Tanpa adanya identitas visual, konsumen akan sulit mengidentifikasi perusahaan tersebut. Usaha Mikro Kecil Menengah atau UMKM bisa diartikan sebagai bisnis yang dijalankan individu, rumah tangga, atau kegiatan usaha berskala kecil yang mendorong pergerakan pembangunan dan perekonomian Indonesia. Menurut data dari Dinas Koperasi dan UKM Kota Kota Denpasar, untuk jenis UMKM Kreatif, skala Mikro khusus dibidang kreatif pengerajin rajutan.

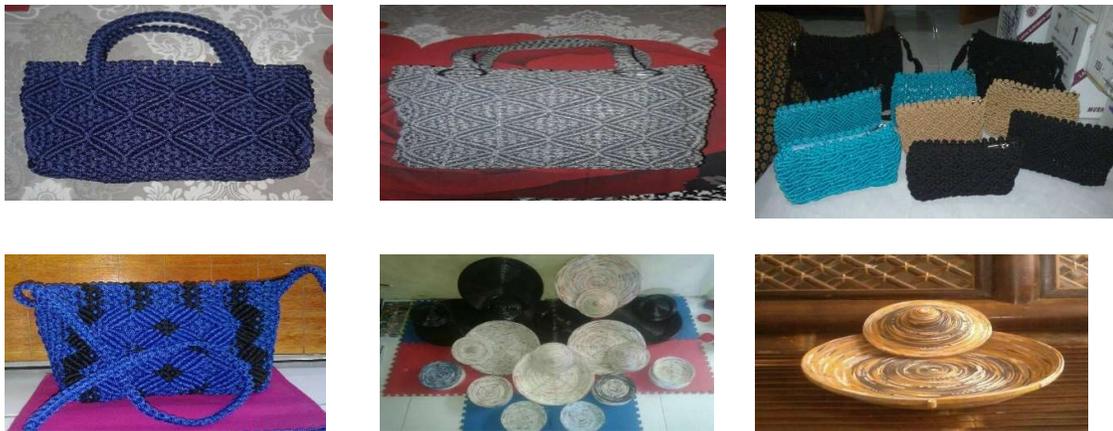
RH (Reta Handycrafts) belum memiliki desain kemasan, tentunya ini akan timbul masalah ketika memperkenalkan sebuah produk. Sebuah produk yang dijual memiliki nilai lebih jika dapat dikemas dengan sangat baik, namun tidak sedikit dari mitra yang mengabaikannya, hal ini cukup berdasar jika dibandingkan dengan pendapatan yang mereka peroleh, karena bagi mitra mengubah desain kemasan akan menimbulkan biaya baru dan kurang yakinnya mitra terkait perubahan desain kemasan akan mampu menunjang pendapatan usaha mereka. Oleh karena itu pendampingan bagi mitra sangatlah penting karena mampu menguatkan usaha mitra dimana program pendampingan mampu memberikan dampak terhadap pengembangan usaha mitra terutama jika diamati dari indikator peningkatan omset dan pendapatan mitra. (Zuhroh et al., 2014). Senada dengan desain kemasan sebagai elemen visual dalam memperkenalkan produk, fotografi komersial juga dapat menarik perhatian konsumen (Huda, 2021). Oleh karena itu dibutuhkan pendampingan fotografi sebagai media promosi produk RH.

Menurut (Setyariningsih & (Hidayat, 2019) bahwa Packing merupakan proses yang berkaitan dengan perancangan dan pembuatan wadah (container) atau pembungkus (wrapper). Kemasan harus dibuat semenarik mungkin sebagai pembeda dari produk yang lain. Kemasan merupakan penanda bagi konsumen akan sebuah produk, terkadang konsumen sulit mengingat nama sebuah produk maka melalui kemasan konsumen juga bisa mengingat produk tersebut.

RH (Reta Handycrafts) didirikan oleh Ibu Margareta Yudi Istiarini sekaligus pengrajin sejak beberapa tahun yang lalu. RH (Reta Handycrafts) sendiri dalam aktivitas produksinya masih mengandalkan rumahan atau sendiri tanpa pegawai dan dalam penjualannya masih menggunakan sistem COD (Cash on Delivery) yang dipesan melalui aplikasi WA (WhatsApp). RH (Reta Handycrafts) sebagai usaha rajut menawarkan produknya untuk semua kalangan mulai dari balita hingga dewasa. RH (Reta Handycrafts) terus berinovasi dalam membuat ragam model yang cukup banyak diminati oleh konsumennya. Hal tersebut menyebabkan semakin bertambahnya jumlah pemesanan barang sehingga secara kuantitas menambah jumlah produksi. RH (Reta Handycrafts) mengalami suatu masalah yaitu ketika aktivitas dalam penjualannya tidak mempunyai desain kemasan sebagai identitas visual sehingga konsumen mengalami kesulitan dalam mengenali, mengingat dan mengidentifikasi sebuah barang atau produknya. Dalam melakukan sesi wawancara terhadap pemilik dari RH (Reta Handycrafts) mengatakan bahwa ia merasa mengalami kesulitan menunjukkan merek dari RH (Reta Handycrafts) karena ia ingin mengenalkan kepada pembeli produknya sehingga tidak timbul keraguan bahwa produknya orisinal atau tidak orisinal dan tidak adanya sebuah desain kemasan terkesan kurang profesional dan eksklusif dalam sebuah produk.

Berdasarkan permasalahan di atas, penulis tertarik untuk melakukan pengabdian kepada masyarakat untuk membantu pihak RH (Reta Handycrafts) membuat desain kemasan yang dapat menggambarkan perusahaan mereka dari visi misi dan brief yang diberikan.

Dengan tujuan untuk membantu RH (Reta Handycrafts) dalam memperkuat image dan perkembangan usaha yang dimilikinya, sekaligus membuat media promosi yang tepat sehingga RH (Reta Handycrafts) dapat lebih eksis dan diingat oleh konsumen. Media promosi tentunya membutuhkan foto-foto produk, oleh karena itu mitra RH juga membutuhkan pendampingan teknik fotografi yang nantinya diaplikasikan ke dalam platform media promosi, sehingga produk RH bisa menarik lebih banyak perhatian konsumen. Dalam hal ini, foto komersial bertujuan untuk menyampaikan sebuah pesan kepada konsumen, karena foto mudah diterima oleh semua kalangan masyarakat. Fotografi komersial akan memvisualkan keunggulan dari produk RH.



Gambar 1. Foto jenis produk RH (Reta Handycrafts)

Profile Mitra RH (Reta Handycrafts)

Mitra dalam Program Kemitraan Masyarakat dengan kriteria sebagai berikut:

Nama Usaha: RH (Reta Handycrafts)

Bidang Usaha: Pengerajin Rajutan dan Dulang dari Kertas Bekas

Nama Pemilik: Margareta Yudi Istiarini

Alamat: Jl. Gajah Mada Gg. I / 4, Banjar Titih Tengah, Denpasar.

Permasalahan Mitra

Masalah prioritas yang dapat diformulasikan berdasarkan hasil wawancara dan observasi ke lokasi mitra. Adapun masalah yang disepakati antara mitra dan tim pengusul adalah sebagai berikut:

Aspek Visual Branding

1. Pada aspek ini permasalahan meliputi minimnya pengetahuan akan prinsip desain kemasan/ Identitas visual merupakan cara membentuk persepsi dan menciptakan kesan melalui elemen-elemen yang terlihat dari sebuah brand. Gambar merupakan bentuk komunikasi yang kuat, karena tidak berkomunikasi melalui kata-kata. Mereka berbicara pada tingkat dasar, emosional dan persuasif. Namun dengan kekuatan komunikasi yang baik terdapat tanggung jawab yang besar pula. Oleh karena itu, perancang harus berhati-hati agar tidak mengirimkan pesan yang salah.
2. Foto produk sebagai salah satu aspek visual branding menjadi kekurangan mitra berkaitan dengan foto-foto yang disajikan tidak menampilkan estestika sehingga kurang memvisualkan keunggulan dari produk RH. Foto komersial sebagai visual branding harus mampu menarik perhatian masyarakat.

Aspek Marketing

1. Pemasaran yang dilakukan baru berupa sebatas mengikuti bazar dan event- event lainnya menghambat kemajuan usaha. Mitra cenderung memasarkan produk melalui mulut ke mulut, menunggu oderan datang yang sifatnya perorangan menyebabkan nilai jual produk menjadi rendah dan berdampak pada keuntungan yang diperoleh. Rendahnya kemauan mitra untuk membangun jaringan pemasaran dan kemampuan mencari pangsa pasar baru menyebabkan usaha tidak bisa tumbuh secara signifikan.
2. Mitra belum memiliki product branding dan saluran pemasaran digital melalui e-commerce

Solusi Yang Ditawarkan

Adapun solusi yang ditawarkan ke mitra dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah

1. Melakukan re-desain kemasan RH (Reta Handycrafts) yang mengikuti perkembangan zaman tanpa mengubah logo, packaging dan nama produk yang terlebih dahulu dikenal
2. Melakukan re-desain kemasan RH (Reta Handycrafts) dengan tahapan yang lebih praktis
3. Melakukan perhitungan kinerja produk dan kemasan RH (Reta Handycrafts)

TUJUAN DAN SASARAN

Tujuan

Kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) memiliki tujuan fokus pada kegiatan pengabdian masyarakat yang bersifat komprehensif, bermakna dan berkelanjutan (sustainable) dengan sasaran salah satu usaha kelompok pada daerah tersebut. PKM ini mempunyai tujuan sebagai berikut:

- a. Untuk membantu mitra dalam memunculkan kepemilikan atas visual branding melalui peningkatan pengetahuan akan prinsip desain kemasan/identitas visual merupakan cara membentuk persepsi dan menciptakan kesan melalui elemen-elemen yang terlihat dari sebuah brand. Gambar merupakan bentuk komunikasi yang kuat, karena tidak berkomunikasi melalui kata-kata. Mereka berbicara pada tingkat dasar, emosional dan persuasif. Namun dengan kekuatan komunikasi yang baik terdapat tanggung jawab yang besar pula. Oleh karena itu, perancang harus berhati-hati agar tidak mengirimkan pesan yang salah.
- b. Untuk melakukan pendampingan dan identifikasi kelengkapan foto produk sebagai salah satu aspek visual branding menjadi kekurangan mitra berkaitan dengan foto-foto yang disajikan tidak menampilkan estseika sehingga kurang memvisualkan keunggulan dari produk RH. Foto komersial sebagai visual branding harus mampu menarik perhatian masyarakat.
- c. Untuk melakukan pengembangan pendampingan proses pemasaran produk- produk yang dihasilkan oleh mitra dengan memanfaatkan pemasaran digital berbasis e commerce dalam upaya memperluas cakupan pemasaran.

Sasaran Kegiatan

Berangkat dari identifikasi permasalahan dan solusi yang ditawarkan kepada Mitra PKM RH (Reta Handycrafts) di Banjar Titih Kota Denpasar yaitu maka sasaran dari pelaksanaan PKM ini adalah dapat membantu mitra dalam memunculkan visual branding melalui desain kemasan dan meningkatkan cakupan pemasaran dengan mengoptimalkan pemasaran digital dan pendapatan mitra menjadi meningkat.

METODE

Pelaksanaan kegiatan “PKM Pendampingan Desain Kemasan pada RH (Reta Handycrafts) di Banjar Titih Tengah Kota Denpasar” melibatkan tim pengusul yang berjumlah lima orang anggota, dan melibatkan 24 orang mahasiswa. Adapun pelaksanaan kegiatan ini direncanakan dalam waktu 2 bulan yaitu dari bulan Nopember sampai dengan Desember 2022. Metode pelaksanaan kegiatan PKM ini memiliki beberapa tahapan yang telah dilakukan sebagai berikut:

Tahapan Pelaksanaan yang telah dilaksanakan

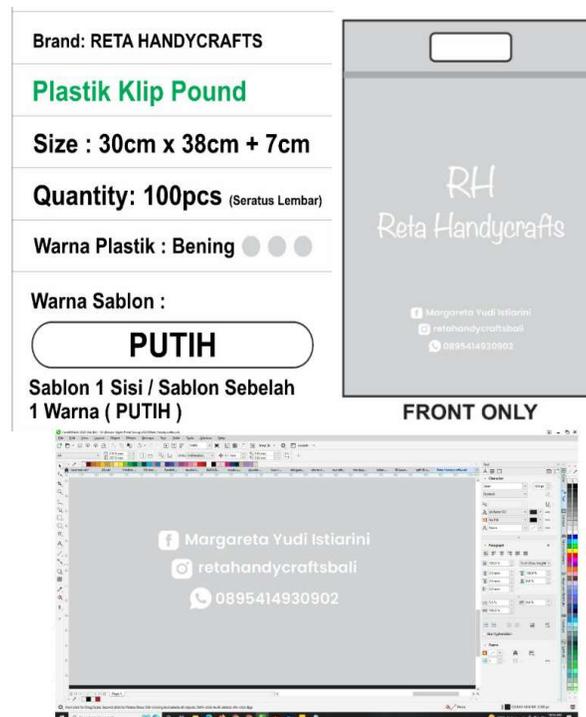
1. Tahapan ini meliputi studi pustaka, pengurusan ijin, observasi, penyampaian solusi terhadap mitra, kordinasi dan pembagian tugas tim pelaksana, penetapan lokasi kegiatan pelatihan, koordinasi jadwal kegiatan dengan mitra, penyiapan bahan dan alat yang diperlukan sesuai tahapan kegiatan di lapangan.

2. Tahap Analisis Kebutuhan Pada tahap ini yang dilakukan adalah mengidentifikasi ruang lingkup yang bertujuan untuk menjaga konsistensi dari kegiatan PKM ini agar tercapainya tujuan yang diharapkan.
3. Pengumpulan data dilakukan secara langsung berupa foto-foto situasi. Mitra PKM dalam hal ini berperan aktif dalam menyediakan data-datayang diperlukan.



Gambar 2. Pengumpulan data dilakukan secara langsung

4. Tahap Perancangan Pada tahapan ini dilakukan perancangan gambar pekerjaan fisik yang direkomendasikan sebagai solusi dalam menyelesaikan persoalan yang dihadapi oleh mitra PKM yang terdiri dari :
 - a. Pekerjaan Fisik Pembuatan / Pendampingan berupa rancangan desain kemasan produk mitra sebagai berikut



Gambar 3. Pendampingan berupa rancangan desain kemasan produk mitraPerancangan teknologi pembuatan akun e-commerce, akun media social Instagram dan facebook.

Tahapan Pelaksanaan yang belum dilaksanakan

1. Pendampingan dan pelatihan pengembangan usaha rajutan yang diharapkan dapat memberikan dan memperkaya model dan desain dari produk mitra
2. Tahap Evaluasi Setelah melakukan pendampingan dan implementasi teknologi sebagai solusi

persoalan mitra RH (Reta Handycrafts), tim pengusul melakukan evaluasi untuk mengetahui sejauh mana program yang dilaksanakan dapat berjalan dengan efektif. Pelaksanaan evaluasi dilakukan menggunakan pre test dan post test melalui penyebaran kuesioner evaluasi yang di rancang.

FAKTOR PENGHAMBAT KENDALA

Faktor yang menghambat/kendala

1. Adanya pandemi Covid-19 berdampak terhadap keberlangsungan usaha mitra yang sedang dijalankan, hal tersebut diakibatkan oleh menurunnya daya beli masyarakat dan banyaknya masyarakat yang kehilangan pekerjaan, hal ini menjadi kendala dalam pengembangan tersebut.
2. Mitra masih berpadangan pemasaran digital tidak efisien dan akan menimbulkan banyak salah order dan model yang diinginkan oleh konsumen

Faktor yang mendukung

1. Aparat banjar dan warga banjar titih tengah sangat terbuka dengan dilaksanakan kegiatan PKM ini di wilayahnya dengan memberikan rekomendasi pelaksanaan kegiatan
2. Mitra sangat antusias dan aktif berperan dalam pelaksanaan kegiatan PKM antara lain dengan selalu mengikuti pertemuan dengan tim peneliti, memberikan masukan dan menyiapkan sarana prasarana pertemuan, serta aktif berdiskusi

Solusi dan tindaklanjutnya

1. Memanfaatkan sarana dan prasarana yang ada secara optimal dan memanfaatkan sosial media sebagai sarana pemasaran digital.
2. Memanfaatkan desain kemasan secara berkelanjutan yang telah ada guna memberikan pembeda dari produk sejenis

Rencana selanjutnya

1. Mengoptimalkan pemasaran berbasis digital untuk semua jenis usaha sehingga lebih efektif dan efisien dalam penggunaan sarana dan prasarana

Langkah-Langkah Strategis untuk realisasi selanjutnya

1. Melakukan pendampingan pemasaran produk berbasis digital dengan memanfaatkan sosial media dan adsword sebagai sarana dalam persaingan usaha

HASIL DAN DISKUSI

Hasil Pengujian Efektivitas Treatment Pada Produk dan Kemasan RH (Reta Handycrafts). Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan kepada produk mitra pada dasarnya adalah untuk meningkatkan kinerja produk dan penerimaan konsumen pada sejumlah aspek produk tersebut. Selain melakukan pembenahan pada layout produksi, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini juga memberikan treatment-treatment tertentu dalam rangka peningkatan kualitas produk dan daya tarik kemasan produk. Dalam rangka menguji efektivitas pemberian treatment tersebut maka perlu

dilakukan proses pengujian statistik untuk mengetahui seberapa signifikan terjadi perubahan dalam hal kinerja produk dan penerimaan konsumen terhadap produk mitra.

KESIMPULAN

Proses pendampingan desain kemasan sebagai identitas visual bukan suatu hal yang mudah dan memerlukan proses yang cukup kompleks. Dalam melakukan perancangan juga harus mempertimbangkan hal-hal apa saja yang harus diperhatikan untuk menciptakan suatu identitas visual yang baik dan tepat, konsistensi dan merepresentasikan perusahaan yang bersangkutan. Dalam melakukan proses pembuatan identitas visual ini, penulis juga mengalami beberapa kendala. Kendala yang dialami, yaitu waktu pada saat dalam pembuatan konsep. Dari beberapa proses di atas, penulis mampu melewatinya tentu dengan semangat dan ketekunan dalam proses pembuatannya dari awal hingga akhir terciptanya logo dan beberapa media pendukung. Penulis berharap logo dan media pendukung ini mampu menggambarkan dan merepresentasikan RH (Reta Handycrafts) kepada masyarakat luas mampu membantu mitra UMKM yang lain untuk dapat mengembangkan usaha mereka sehingga menjadi lebih baik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada universitas Ngurah Rai dengan pendanaan hibah dana internal program kemitraan Masyarakat 2022

REFERENSI

- Huda, Achmad Syaeful. (2021). Foto Iklan Sebagai Media Promosi pada Instagram “Ah Lurik”. Skripsi Tugas Akhir Penciptaan Seni Fotografi. Yogyakarta : Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Nasution, L. (2020). Efektifitas HKI Sebagai Pelindung Industri Kreatif dan UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19. *Adalah – Buletin Hukum & Keadilan*, 4(1). DOI 10.15408/adalah.v4i1.16466
- Omega, T.N., & Mardiana, L. (2020). Implementasi Penyusunan Laporan Keuangan Pada UMKM berdasarkan SAK EMKM (Study Kasus Pada Pengrajin Tas Ibu Indra Suriyanti). *Jurnal Analisa Akuntansi dan Perpajakan*, 4(2), 134-152.
- Setyariningsih, E., & Hidayat, M. S. (2019). Pendampingan Pengemasan Produk (Packing) dan Pembukuan Sederhana Untuk Meningkatkan Kemampuan UKM dalam Mengelola Usaha pada UKM Jamu Tradisional di Kota Mojokerto. *ABDIMAS NUSANTARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*
- Zuhroh, I., Br, A., & Kurniawati, E. T. (2014). Pendampingan Pengembangan Usaha Warung Makan. *Jurnal Dedikasi*