

# PERANCANGAN KEMASAN MAKANAN PIE LUMPUR “PESONA BAKERY” SEBAGAI OLEH-OLEH KHAS SIDOARJO

Seruni Desfa Maharani<sup>1</sup>, Hendro Aryanto<sup>2</sup>, Bernadette Dian Arini M.<sup>3</sup>

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra, Jl. Siwalankerto 121 – 131  
Surabaya

Seruni Desfa Maharani, Jl. Bendul Merisi Permai P No. 9, Surabaya.

Email: serunidesfaa@gmail.com

## Abstrak

Pie Lumpur dari Pesona *Bakery* merupakan produk baru yang ingin dijadikan sebagai oleh-oleh khas Sidoarjo oleh produsen. Pie Lumpur adalah jajanan yang mirip dengan Pie Susu dari Bali, namun yang membedakan adalah isian/*filling* yang digunakan adalah adonan dari kue lumpur khas Sidoarjo. Kemasan yang digunakan belum memenuhi kriteria kemasan secara fungsional, sehingga ide untuk menjadikan Pie Lumpur oleh-oleh khas Sidoarjo belum bisa diterapkan jika menggunakan kemasan yang lama. Perancangan Desain Kemasan Produk Makanan Pie Lumpur “Pesona *Bakery*” Sebagai Oleh-Oleh Khas Sidoarjo selain bertujuan untuk meningkatkan kualitas desain kemasan, juga ingin meningkatkan *brand awareness* sehingga dapat memiliki nilai tambah untuk bersaing dengan oleh-oleh khas Sidoarjo lainnya.

Kata kunci: *Desain Kemasan, Pie Lumpur, Oleh-Oleh, Sidoarjo, Jajanan*

## Abstract

**Title:** *Packaging Design of Pie Lumpur “Pesona Bakery” as a Souvenir from Sidoarjo*

“Pesona Bakery” Pie Lumpur is a new product that wants to be introduced as a souvenir from Sidoarjo by the maker. Pie Lumpur is similar to the Bali, but there is a difference in the filling made from the dough of Lumpur cake Sidoarjo. However, the packaging does not meet the criteria of functional packaging, so the idea to make the Pie Lumpur as a souvenir from Sidoarjo cannot be applied if they insist on using the old packaging.. Pesona Bakery’s Pie Lumpur packaging design as a souvenir of Sidoarjo aimed to improve the quality of packaging design, also to increase brand awareness so the Pie Lumpur can compete with other Sidoarjo’s souvenirs.

Keywords: *Packaging design, Pie Lumpur, souvenirs, Sidoarjo, food*

## Pendahuluan

UKM di bidang makanan atau kuliner merupakan usaha yang menguntungkan dan akan selalu laku sepanjang masa karena makanan merupakan kebutuhan pokok manusia (Marikxon, n.d). Seiring dengan perkembangan zaman, makanan yang pada awalnya hanya sebagai kebutuhan fisiologis, mulai meluas fungsinya. Makanan tidak lagi hanya sekedar konsumsi fisik untuk mengenyangkan perut, namun juga bisa menjadi camilan. Makanan juga dapat berfungsi sebagai sebuah identitas dari suatu daerah. Makanan khas suatu daerah biasanya akan dijadikan oleh-oleh atau buah tangan sebagai salah satu cara untuk mengenalkan suatu daerah. Sidoarjo memiliki banyak sekali panganan yang menjadi ciri khas Sidoarjo dan dikelola oleh UKM setempat, seperti Kue Lumpur, Petis, Bandeng Presto, Kerupuk Ikan dan Kerupuk Udang, Ote-Ote Porong, dan banyak lagi.

Di Sidoarjo sendiri ada sebuah perusahaan roti Pesona *Bakery* yang membuat sebuah makanan inovatif yaitu Pie Lumpur. Pie Lumpur merupakan sebuah camilan inovasi dari Pesona *Bakery*, yaitu gabungan antara kue Pie dan Kue Lumpur khas Sidoarjo. Pemilik Pesona *Bakery* menciptakan Pie Lumpur pada tahun 2014. Pie Lumpur saat ini sepi pembeli karena kurangnya promosi dari pihak Pesona *Bakery*. Melalui wawancara dengan pemilik, Pesona *Bakery* ingin memasarkan Pie Lumpur buatannya sebagai salah satu oleh-oleh khas Sidoarjo. Beliau mendirikan Pesona *Bakery* sebagai pekerjaan sampingan dari pekerjaan utamanya. Pesona *Bakery* sendiri adalah produsen UKM yang bertempat di Gedangan, Kabupaten Sidoarjo. Kemasan yang digunakan oleh Pesona *Bakery* untuk Pie Lumpur menggunakan kertas dupleks yang tipis dan tidak bisa menjaga kualitas produk ketika dibawa bepergian, mengingat pemilik ingin Pie Lumpur menjadi oleh-oleh sedangkan Pie Lumpur memiliki berat sekitar 50 gram per bijnnya. Kemasan

yang dipakai mirip dengan kemasan kotak nasi yang berbahan sama, yaitu dupleks tanpa *coating* dan tidak memiliki jaminan *food grade*. Ketika kotak kemasan ditumpuk dengan kotak lain, sangat mudah penyok dan beresiko merusak Pie Lumpur yang ada di dalam. Fungsi kemasan yang seharusnya bisa melindungi produk, belum dimiliki oleh kemasan yang dipakai oleh Pie Lumpur.

Dari permasalahan tersebut, perancangan yang akan dibuat adalah kemasan. Kemasan adalah bagian terluar yang membungkus suatu produk dengan tujuan untuk melindungi produk dari cuaca, guncangan, dan benturan-benturan, terhadap benda lain (Khurri, 2014, *as cited in* Ivana, 2016, p.2). Kemasan yang akan dibuat adalah produk Pie Lumpur dari Pesona *Bakery*. Kemasan dibuat berdasarkan referensi produk demi memenuhi kriteria kemasan untuk melindungi produk. Pie Lumpur memiliki berbagai varian ukuran dan juga rasa. Ukuran kecil memiliki diameter 8 cm dan untuk ukuran besar memiliki diameter 24 cm. Varian rasa Pie Lumpur sendiri bermacam-macam, ada rasa *original*, kelapa muda, kacang *almond*, pandan, dan kismis atau *raisin*. Perancangan yang akan dibuat berbagai macam kemasan, yang pertama untuk ukuran kecil berkuantitas 12 pcs, lalu kemasan untuk varian ukuran besar, dan kemasan dari masing-masing rasa.

Saat ini Pie Lumpur belum dikenal sebagai makanan khas Sidoarjo, oleh karena itu perancangan kemasan ini dibuat untuk mengenalkan Pie Lumpur dan menjadikannya salah satu oleh-oleh khas Sidoarjo melalui kemasan yang akan dibuat. Selain camilan yang inovatif, dibutuhkan juga kemasan yang menarik agar semakin terkenal di masyarakat.

## Metode Penelitian

Berikut adalah data-data yang diperlukan dengan menggunakan beberapa perancangan diantaranya sebagai berikut:

### Data Primer

Mendapat informasi yang akurat mengenai produk, kompetitor, permasalahan, target audiens, dan lainnya dengan melakukan wawancara. Wawancara akan dilakukan dengan narasumber sebagai pemilik Pesona *Bakery*, Pak Bambang Eko. Dalam wawancara akan diajukan beberapa pertanyaan-pertanyaan yang sesuai dengan kebutuhan dan berhubungan dengan permasalahan yang dihadapi. Kemudian dilakukan observasi untuk mengamati secara langsung bentuk dari Pie Lumpur, karakteristik, dan bagaimana proses pembuatan Pie Lumpur dari Pesona *Bakery*.

### Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip yang dipublikasikan (Linggo, 2018).

## Metode Analisis Data

Untuk memperoleh data yang akurat untuk menunjang penelitian ini maka diperlukan wawancara terhadap pemilik mengenai Pie Lumpur. Dengan mengetahui data-data secara jelas, diharapkan dalam proses perancangan hingga hasil jadinya nanti dapat memenuhi kriteria atau keinginan pemilik Pesona *Bakery* dan dapat meningkatkan penjualan Pie Lumpur sebagai oleh-oleh khas Sidoarjo. Data yang dianalisa akan menggunakan metode Analisa 5W + 1H (*What, Why, Who, When, Where, How*), sehingga akan didapatkan *brand image* dan citra Pie Lumpur sesuai dengan keunikan yang dimiliki.

Apa itu Pie Lumpur Pesona *Bakery*?

Dimana Pie Lumpur Pesona *Bakery* biasa dibeli?

Kapan masyarakat membeli Pie Lumpur Pesona *Bakery*?

Mengapa Pie Lumpur Pesona *Bakery* di beli oleh masyarakat?

Siapa yang membeli Pie Lumpur Pesona *Bakery*?

Bagaimana kemasan yang digunakan Pie Lumpur Pesona *Bakery* saat ini?

Selain menggunakan metode 5W + 1H untuk menganalisis data, akan digunakan juga metode *VIEW* untuk menganalisa perancangan desain kemasan yang akan dibuat. Metode *VIEW* mencakup:

*Visibility*: Daya Tarik visual

*Information*: Sistem *labeling*

*Emotional Appeal*: Daya tarik pembeli

*Workability*: Kemudahan untuk dibawa, dibuka, dan fungsi secara teknis.

## Identifikasi dan Analisis Data

### Definisi Kemasan

Menurut Klimchuk dan Krasovec (2007, p. 33), kemasan adalah desain kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi, dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. Kemasan dapat digunakan untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengeluarkan, menyimpan, mengidentifikasi dan membedakan sebuah produk di pasar. Menurut Kotler (1995, p. 119) wadah atau pengemas terdiri dari tiga tingkat bahan:

- Kemasan dasar (*primary package*) adalah bungkus langsung dari produk.
- Kemasan tambahan (*secondary package*) adalah bahan yang melindungi kemasan dasar dan dibuang bila produk tersebut akan digunakan.
- Kemasan pengiriman (*shipping package*) adalah setiap kemasan yang diperlukan pada saat waktu penyimpanan, pengangkutan dan identifikasi.

## Sejarah Kemasan

Sejarah awal dari pengemasan dimulai dari kebutuhan manusia untuk memiliki suatu barang, orang primitif menggunakan kulit binatang dan keranjang rumput untuk mawadahi buah-buahan yang dipungut dari hutan dan orang Indonesia kuno membuat wadah dari bambu untuk menyimpan benda cair. Sejak 8000 tahun sebelum Masehi, manusia sudah mengenal kemasan menggunakan bahan-bahan alam seperti anyaman rumput dan kain, kulit pohon, daun, kerang, kerajinan tanah liat, dan peralatan kaca yang digunakan mereka untuk menyimpan barang (Cenadi, 2000; Klimchuk dan Krasovec, 2007).

Baru pada tahun 1980-an dimana persaingan dalam dunia usaha semakin tajam dan produsen pun saling berlomba untuk merebut perhatian calon konsumen, bentuk dan model kemasan dirasakan sangat penting peranannya dalam strategi pemasaran. Disinilah awal kemasan harus mampu menarik perhatian, menggambarkan keistimewaan produk dan menarik konsumen. Pada saat inilah kemasan mengambil alih tugas penjualan pada saat jual beli terjadi.

## Fungsi Kemasan

Seiring berkembangnya zaman, kemasan juga mulai berkembang dan tampilan kemasan sekarang lebih diperhatikan oleh masyarakat sebagai pembanding sebelum memutuskan untuk membeli produk. Menurut DR. Dudy Wiyancoko, Staf Pengajar Desain Produk Industri, Fakultas Seni Rupa Desain ITB (2007), kemasan seringkali disebut sebagai *“the silent sales-man/girl”* karena mewakili ketidakhadiran pelayan dalam menunjukkan kualitas produk. Ita Thaher, Direktur Pengembangan Bisnis PT. Aqua Golden Mississippi mengungkapkan, “Pengembangan merk biasanya kami lakukan dengan membuat inovasi-inovasi dalam hal kemasan” (Wirya, 1999, p. 6).

fungsi kemasan harus menampilkan sejumlah faktor penting sebagai berikut :

### a. Faktor Pengamanan

Melindungi produk terhadap berbagai kemungkinan yang dapat menjadi penyebab timbulnya kerusakan barang, misalnya : cuaca, sinar, jatuh, tumpukan, kuman, serangga, dan lain-lain.

### b. Faktor Ekonomi

Perhitungan biaya produksi yang efektif termasuk pemilihan bahan, sehingga biaya tidak melebihi proporsi manfaatnya.

### c. Faktor Pendistribusian

Mudah didistribusikan dari pabrik ke distributor atau pengecer sampai ke tangan konsumen. Di tingkat distributor ataupun tingkat pengecer, kemudahan penyimpanan dan pemanjangan perlu dipertimbangkan.

### d. Faktor Komunikasi

Sebagai media komunikasi yang menerangkan atau mencerminkan produk, citra merk, dan juga sebagai bagian dari promosi, dengan pertimbangan mudah dilihat, dipahami, dan diingat.

### e. Faktor Ergonomi

Berbagai pertimbangan agar kemasan mudah dibawa/dipegang, dibuka, dan mudah diambil/dihabiskan isinya.

### f. Faktor Estetika

Keindahan merupakan daya tarik visual yang mencakup pertimbangan penggunaan warna, bentuk, merk/logo, ilustrasi, huruf, dan tata letak, untuk mencapai mutu daya tarik visual secara optimal.

### g. Faktor Identitas

Secara keseluruhan, kemasan harus berbeda dengan kemasan lain, yakni memiliki identitas produk agar mudah dikenali dan membedakannya dengan produk-produk yang lain.

Seluruh faktor fungsional ini sama penting satu dengan lainnya dan merupakan satu kesatuan yang sangat vital untuk mendukung keberhasilan penjualan produk.

## Data Produk

### Jenis Produk

Pie Lumpur Pesona *Bakery* merupakan produk yang belum pernah dibuat sebelumnya. Tampilan dan konsep dari pie lumpur mirip dengan pie susu yang berasal dari Bali, namun bedanya *filling* untuk pie nya adalah adonan dari kue lumpur yang terkenal di Sidoarjo. Camilan ini dibuat oleh sebuah produsen roti yang berada di Sidoarjo yang bernama Pesona *Bakery*.

### Merk/Brandname

Pesona *Bakery* adalah produsen roti yang terletak di Sidoarjo dan didirikan pada tahun 2014 oleh seorang pegawai PT. Bogasari *Flour Mills*, Bapak Bambang Eko beserta istrinya. Beliau mendirikan Pesona *Bakery* sebagai pekerjaan sampingan dari pekerjaan utamanya. Pesona *Bakery* sendiri adalah produsen UKM yang bertempat di Gedangan, Sidoarjo. Pesona *Bakery* memiliki logo berupa tulisan Pesona yang menggunakan huruf serif, dan sebuah ilustrasi gandum yang menunjukkan bahwa Pesona *Bakery* adalah produsen roti dan gandum adalah bahan dasarnya.



Gambar 1.1 Logo Pesona *Bakery*

Sumber: Dokumen Pribadi

### **Spesifikasi Produk, Diferensiasi, USP dan Positioning**

Pie Lumpur adalah camilan basah yang hanya bertahan 3 hari saja didalam kulkas, sehingga Pie Lumpur sesegera mungkin dinikmati setelah transaksi. Pie Lumpur memiliki tekstur yang unik, untuk kulit luarnya renyah dan gurih sedangkan *filling*-nya lembut dan lumer di mulut serta bercita rasa manis. Varian rasa yang disajikan beragam macam, ada original, kelapa muda, kacang *almond*, pandan, dan kismis. Harga yang dipasarkan adalah Rp. 4000,-/pcs untuk semua rasa.

#### **USP (Unique Selling Product)**

Pie Lumpur merupakan sebuah makanan baru dan belum pernah dibuat sebelumnya karena Pie Lumpur adalah makanan inovatif dimana menggabungkan antara kue Pie dan kue Lumpur khas Sidoarjo. Harga yang ditawarkan tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah, sehingga dapat menjangkau calon konsumen dengan kelas sosial menengah ke atas.

#### **Positioning**

Pie Lumpur ingin menempatkan diri sebagai salah satu camilan khas Sidoarjo karena keunikan yang dimiliki, dan menimbulkan rasa penasaran oleh calon konsumen mulai dari penampilan, rasa, serta harga yang ditawarkan.

#### **Konsumen**

Konsumen utama Pie Lumpur Pesona *Bakery* adalah masyarakat yang lebih dulu kenal dengan Pesona *Bakery*, masyarakat yang bertempat tinggal di Sidoarjo, ibu-ibu yang suka mencoba hal baru karena Pie Lumpur adalah pendatang baru di dunia kuliner. Konsumen yang ingin dituju adalah yang sedang melancong ke kota Sidoarjo, yang senang bepergian dan lebih percaya untuk langsung ke toko untuk melihat berbagai macam produk. Mereka umumnya senang mencari sesuatu yang khas dari suatu kota (turis). Konsumen juga berasal dari kerabat dari pemilik Pesona *Bakery*,

#### **Analisis Data**

##### **Analisis Tujuan Brand Positioning**

Pie Lumpur Pesona *Bakery* berpotensi menjadi oleh-oleh khas Sidoarjo karena keunikan yang dimiliki, karena dewasa ini masyarakat sedang gencar-gencarnya mencoba kuliner-kuliner baru dan Pie Lumpur bisa memenuhi kriteria sebagai makanan inovatif dan berpotensi untuk terkenal karena keunikannya. Persepsi yang ingin ditampilkan

adalah keunikan produk dan citra produk sebagai oleh-oleh baru khas Sidoarjo. *Brand Image* berperan penting dalam suatu produk, karena produsen dapat menanamkan kepercayaan dan citra yang dibuat akan diingat oleh konsumen

#### **Analisis Fitur Kemasan**

##### **a. Analisis 5W + 1H**

Analisis untuk perancangan kemasan Pie Lumpur Pesona Bakery, yaitu:

##### **1. Apa itu Pie Lumpur Pesona Bakery?**

Apa kemasan yang digunakan oleh Pie Lumpur Pesona Bakery?

Pie Lumpur adalah sebuah camilan yang berasal dari Sidoarjo, dengan tampilan yang mirip dengan Pie Susu khas Bali, namun bedanya *filling* untuk Pie nya adalah adonan dari Kue Lumpur khas Sidoarjo. Pie Lumpur dapat dijumpai di outlet Pesona *Bakery*, yang berada di Jl. Bumi Gedangan Indah, blok B No. 25, kabupaten Sidoarjo.

Kemasan yang digunakan adalah kertas dupleks 200 gsm berukuran 25 cm x 25 cm dengan tinggi 5 cm. Kemasan berbentuk persegi berukuran besar dan ringkih. Ketebalan yang dipilih oleh Pesona *Bakery* cukup, namun karena ukurannya yang besar membuatnya mudah peyok dan rusak, mengingat produk lumayan berat karena merupakan jajanan basah. Kemasan tidak memiliki *divider*/pemisah atau penahan, sehingga produk berpindah-pindah tempat dan terkadang menghantam produk lainnya dan menimbulkan kerusakan.

##### **2. Dimana masalah dari kemasan Pie Lumpur Pesona Bakery?**

Untuk segi fungsional, pemilihan bahan dan ketebalan tidak cukup kuat sedangkan Pie Lumpur sendiri berbobot sekitar 25 gram, dan dalam satu box diisi sekitar 20 pcs, sehingga satu *box* berbobot sekitar 500 gram, cukup berat untuk kemasan berbahan dupleks 200 gsm, sedangkan untuk produk varian besar, berukuran 24 cm dan berbobot sekitar 300 gram. Bahan yang kurang tebal juga membuat kemasan peyok dan beresiko merusak produk yang ada didalamnya. Berdasarkan pengalaman pribadi, ketika kemasan ditumpuk, *box* paling bawah peyok dan akhirnya merusak produk yang ada di bawahnya. Begitu juga yang dirasakan konsumen ketika membeli produk Pie Lumpur ini. Dari segi efisiensi kemasan tersebut cukup efisien karena sistem bukaan atas. Kemasan yang digunakan pada produk ukuran kecil sama dengan kemasan yang digunakan untuk produk ukuran besar yang bertujuan untuk menekan biaya produksi, dan kemasan sekunder terlalu besar untuk produk Pie Lumpur ukuran kecil sehingga produk tidak pada tempatnya ketika dibawa bepergian.

3. Kapan masyarakat membeli Pie Lumpur Pesona Bakery?

Kapan masalah dari kemasan Pie Lumpur pesona Bakery muncul?

Masyarakat membeli Pie Lumpur sesuai kebutuhan, karena saat ini Pie Lumpur di jual berdasarkan pesanan saja. Biasanya, konsumen Pie Lumpur Pesona Bakery adalah ibu-ibu dengan rentang umur 24-45 tahun yang berstatus ekonomi menengah ke atas. Konsumen membeli produk Pie Lumpur ketika ingin memberikannya kepada kerabat maupun untuk dikonsumsi sendiri. Namun tidak jarang bapak-bapak juga membeli produk ini untuk diberikan kepada teman.

Masalah dari kemasan Pie Lumpur muncul ketika produk akan dibawa pulang oleh konsumen. Karena kemasan tidak ada pemisah atau penahan pada *box*, membuat produk bergeser dan berbenturan dengan produk lain dan menimbulkan kerusakan, seperti retak dan pecah.

4. Mengapa kemasan dari Pie Lumpur Pesona Bakery perlu dirancang kembali?

Untuk mengatasi permasalahan yang terdapat pada kemasan Pie Lumpur Pesona Bakery dan memberikan identitas baru yang dapat menjual dan bersaing sebagai oleh-oleh khas Sidoarjo. Perancangan akan dibuat sesuai dengan fungsi kemasan sebagaimana mestinya dan menunjukkan citra Pie Lumpur Pesona Bakery sebagai oleh-oleh khas Sidoarjo.

5. Siapa saja yang merasa terganggu dengan masalah dari kemasan Pie Lumpur Pesona Bakery?

Konsumen dari Pesona Bakery dan kurir. Mereka terganggu karena kemasan yang kurang aman sehingga perlu perhatian ekstra ketika membawanya.

6. Bagaimana cara mengatasi masalah dari kemasan Pie Lumpur Kemasan Bakery?

Melakukan perancangan kemasan yang fungsional, yaitu melindungi produk sebagaimana mestinya, tidak hanya mempercantik visualnya namun juga menjadikan Pie Lumpur Pesona Bakery sebagai oleh-oleh khas Sidoarjo.

b. Analisis VIEW

- *Visibility*

Kemasan yang digunakan Pesona Bakery untuk produk Pie Lumpur sendiri belum memiliki tampilan visual yang mampu menarik perhatian. Kemasan yang digunakan hanyalah kotak biasa dan segelintir informasi yang dicantumkan sehingga tidak menarik calon pembeli. Secara visual kemasan belum banyak bekerja, tidak ada unsur visual yang dijadikan sebagai identitas merk Pie Lumpur Pesona Bakery pada kemasan ini.

- *Information*

Informasi berisikan hal-hal yang berkaitan dengan produk, misalkan seperti instruksi penyajian, keterangan produk, dan lain sebagainya. Dalam kemasan Pie Lumpur Pesona Bakery sendiri belum ditemukan adanya informasi semacam tersebut, sehingga dari kemasan sendiri konsumen tidak dapat mengetahui produk Pie Lumpur ini produk apa.

- *Emotional Appeal*

Pie Lumpur Pesona Bakery ingin menempatkan diri sebagai oleh-oleh khas Sidoarjo, namun visual kemasan yang terdapat pada Pie Lumpur ini belum menunjukkan bahwa produk sebagai oleh-oleh khas Sidoarjo, sehingga tidak meninggalkan kesan ciri khas suatu daerah. Pemilihan elemen visual dan informasi yang terdapat dalam kemasan tidak menunjukkan bahwa produk Pie Lumpur adalah camilan khas Sidoarjo.

- *Workability*

Secara fungsional kemasan Pie Lumpur yang ada sekarang memiliki cukup banyak kelemahan. Yang pertama adalah penggunaan kemasan primer yang kurang aman, yaitu plastik PP. Kemasan sekunder sendiri menggunakan bahan dupleks 200 gsm dengan ukuran 25 cm x 25 cm yang tidak cukup kuat untuk menahan beban produk yang cukup berat.

Kemudian, kemasan Pie Lumpur Pesona Bakery belum menjawab fungsi dari kemasan. Kemasan termasuk praktis, namun secara fungsional kurang melindungi produk. Produk rentan rusak karena berbenturan dengan produk lainnya ketika dimasukkan ke dalam kemasan sekundernya. Visual yang terdapat pada kemasan Pie Lumpur Pesona Bakery juga belum menunjukkan citra oleh-oleh khas Sidoarjo. Kurangnya informasi yang terdapat pada kemasan dan elemen visual yang digunakan tidak menarik perhatian dan tidak menggambarkan bahwa produk ini merupakan oleh-oleh khas Sidoarjo.

## Konsep Perancangan

### Strategi Kreatif

#### Pola dan Bentuk Dasar Kemasan

Pada perancangan ini, akan ada tiga jenis kemasan yang dibuat, yaitu kemasan primer, sekunder dan tersier.

Kemasan primer merupakan fokus utama dari masalah keamanan produk. Kemasan primer akan dibuat dalam dua konsep, yaitu untuk produk ukuran diameter 8 cm dan 24 cm.

Untuk bentuk dasar kemasan primer menggunakan plastik PET dengan bentuk seperti mangkuk untuk melindungi produk dari benturan, dan pembungkus luarnya menggunakan plastik PP dan menggunakan *seal* untuk menjaga produk kedap udara sehingga

lebih awet dan diberi *silica gel* didalamnya untuk menjaga kelembapan broduk.

Kemasan sekunder diarahkan untuk memudahkan membawa produk setelah kemasan primer. Kemasan sekunder dibuat berbentuk box persegi Panjang, dengan sistem buka tutup *sliding* untuk memudahkan pengambilan produk dan memberikan kesan bersih dan rapi.

Kemasan tersier bertujuan untuk membawa kemasan sekunder dalam jumlah banyak, seperti untuk keperluan ekspedisi maupun orang yang membeli produk dalam jumlah besar. Tersier terbagi menjadi dua, yaitu *shopping bag* dan tersier *box*. Tersier yang berupa kantong lebih digunakan untuk pembeli reguler. Tersier *shopping bag* dapat diisi maksimal tiga kemasan sekunder. *Shopping bag* yang digunakan menggunakan bahan kertas *art paper* dengan gramasi yang cukup tebal, dengan bagian luar dicetak beberapa elemen ilustrasi dan logo Pesona *Bakery* di tengah-tengah *shopping bag*. Agar kemasan tersier ini tidak jebol dan rusak ketika membawa produk, bagian dasar *shopping bag* akan diberi sebuah karton atau kardus yang cukup tebal untuk menahan beban dari produk sehingga dapat mengantisipasi tas sobek atau rusak. Untuk tersier *box* digunakan untuk ekspedisi ataupun konsumen reguler yang ingin membeli dalam jumlah besar. Satu *box* terdiri dari 6-12 kemasan sekunder Pie Lumpur.

### Material Dasar Kemasan

Untuk material dari kemasan primer, pastinya akan digunakan bahan plastik PET *food grade* yang aman digunakan untuk makanan. Bahan plastik yang sedikit kaku dapat melindungi produk Pie Lumpur ini sehingga tidak merusak produk. Untuk kemasan sekunder akan menggunakan bahan yang sama dengan sebelumnya, yakni karton namun dengan ketebalan 250 gsm sehingga kuat untuk menampung berat Pie Lumpur. Sedangkan untuk kemasan tersier akan menggunakan bahan kardus gelombang agar dapat melindungi produk saat pengiriman ataupun perjalanan jauh, mengingat camilan ini akan menjadi salah satu oleh-oleh khas Sidoarjo.

### Gaya Desain

Untuk perancangan kemasan ini, gaya desain yang digunakan akan lebih mengarah ke pendekatan gaya desain yang penuh ilustrasi namun tetap simpel dan enak dilihat. Gaya desain ini dirasa cocok untuk divisualisasikan dalam kemasan produk Pie Lumpur dengan pendekatan warna natural untuk memberikan kesan yang *fresh*. Gaya ini disesuaikan dengan *target audience* dengan SES B-A. ilustrasi yang akan digunakan yakni *flat art*, karena ingin menggambarkan desain yang simpel namun tetap menarik.

### Komposisi/Tata Letak

Untuk kemasan primer:

Pada plastik LPDE akan diletakkan merk, logo, dan *tagline* pada posisi tengah kemasan. Informasi tambahan berupa logo halal dari MUI dan gramasi produk akan diletakkan di bawah dengan posisi tengah.

Untuk kemasan sekunder:

Komposisi untuk kemasan ini didesain dengan sederhana yang menyatukan logo dan ilustrasi, merk, dan *tagline* diletakkan di bagian depan dengan posisi tengah atas dengan ukuran yang akan disesuaikan dengan besarnya kemasan. Ilustrasi akan diletakkan di sekeliling kemasan. Informasi mengenai rasa, berat, kuantitas ada di depan Bersama logo, merk, logo halal MUI, dan *tagline*. Cara penyajian dan *expired date* berada di sisi kanan kemasan, dan penjelasan singkat tentang Pie Lumpur berada di sisi kiri kemasan. Sedangkan untuk komposisi dan media sosial ada di bagian belakang kemasan.

Untuk kemasan tersier *shopping bag*:

Komposisi untuk kemasan ini di desain dengan sederhana, yaitu kertas art paper dengan logo Pesona *Bakery* yang berada di tengah dan beberapa elemen ilustrasi yang akan dipakai. Pada samping *shopping bag* diberi keterangan alamat penjualan dan media sosial dari Pie Lumpur Pesona *Bakery*.

Untuk kemasan tersier *box*:

Komposisi yang digunakan untuk tersier *box* adalah logo Pesona *Bakery* di sekeliling kemasan karena informasi tentang kemasan sudah ada di kemasan sekunder serta untuk mengurangi biaya cetak.

### Proses Desain atau Visualisasi

#### Penjaringan Ide Produk

Dalam proses perancangan Desain Kemasan Pie Lumpur Pesona *Bakery* ini terdapat beberapa macam gambar kemasan yang menjadi inspirasi dalam membuat kemasan yang menarik tanpa mengurangi fungsi dan manfaat dari kemasan itu sendiri. Kemasan di desain dengan ilustrasi dan bentuk yang unik dan fungsional untuk menarik perhatian konsumen. Hal ini ditujukan untuk menjaga produk tahan lama dan aman dari bakteri dan suhu luar, dan dapat dikenal oleh masyarakat dan dapat dibedakan dengan kompetitor lain. Dari beberapa referensi tersebut, didapatkan beberapa ide bentuk, ini berawal dari bentuk kemasan yang berfungsi untuk memudahkan membawa Pie Lumpur dan menahannya dari berbagai guncangan. Ide bentuk kemasan untuk Pie Lumpur Pesona *Bakery* untuk varian 8 cm menggunakan bentuk persegi panjang, karena dengan bentuk ini bisa memuat produk yang banyak, yang sesuai dengan ketentuan perusahaan yakni 12 pcs/box-nya. Bentuk persegi panjang juga menunjukkan citra praktis,

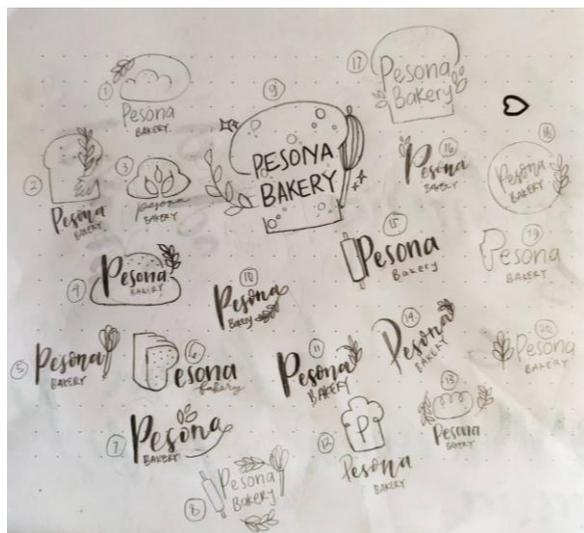
karena tidak memakan banyak tempat dan mudah dibawa kemana-mana. Pada kemasan sebelumnya belum memiliki sebuah ciri khas, oleh sebab itu kemasan akan dibuat sederhana dan menarik, namun tetap praktis dan dapat melindungi produk di dalamnya tetap aman.

Produk Pie Lumpur Pesona *Bakery* merupakan produk yang tergolong tidak terlalu mahal, oleh sebab itu bahan kemasan yang digunakan akan menyesuaikan dengan harga produk yang ditawarkan namun tetap bisa menjual produk yang ditawarkan.

Pada perancangan kemasan Pie Lumpur Pesona *bakery* ini bahan utama yang digunakan pada kemasannya adalah plastik PET sebagai wadah mangkuk berukuran 3 cm dan diameter +- 8 cm, dan plastik LDPE berukuran 8,5 cm untuk pembungkusnya sebagai kemasan primer dari produk Pie Lumpur Pesona *Bakery*. Untuk kemasan sekunder sendiri bahan utamanya adalah kertas karton dengan sistem buka tutup *sliding*.

### Pengembangan Logo/Brand Name

Logo yang digunakan oleh Pesona *Bakery* pada kemasan lama kurang menunjukkan identitas yang dari Pesona *Bakery* sendiri sehingga kurang dapat menjual produk Pie Lumpur. Logo yang dirancang tetap menggunakan konsep logo lama.



Gambar 4.1 Thumbnail Logo



Gambar 4.3 Final Logo

### Tone Warna



Gambar 4.5 Warna Dalam Ilustrasi



Gambar 4.6 Warna Utama dalam Desain Kemasan

### Tipografi

Jenis *font* yang akan digunakan pada perancangan kemasan Pie Lumpur Pesona *Bakery* adalah kombinasi dari *serif* dengan *handwritten* dan *script* yang menampilkan kesan yang simpel dan bersahabat, sesuai dengan gaya desain yang akan digunakan, dan untuk menampilkan citra yang ingin ditampilkan.

*bodycopy*

Montserrat

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890  
`~!@#\$%^&\*()\_-=+[{]}|;:'",<.>/?

Font pendukung

Heath Stone

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890  
`~!@#\$%^&\*()\_-=+[{]}|;:'",<.>/?

Gambar 3.8 Font yang Akan Digunakan

### Bentuk

Pada bentuk mengalami beberapa perubahan kemasan, khususnya kemasan sekundernya. Kemasan dibuat beberapa varian sesuai dengan varian rasa yang disajikan, sehingga menghasilkan bentuk dan warna yang berbeda-beda. Pada dasarnya, kemasan Pie Lumpur Pesona *Bakery* tetap memakai bentuk segi empat sebagai bentuk dasarnya, namun hanya sistem buka tutupnya yang berbeda.



Gambar 4.16 Desain Kemasan Primer Pie Lumpur Varian 8 cm dan 24 cm



Gambar 4.18 Layout Desain Kemasan Primer Pie Lumpur Varian 8 cm



Gambar 4.20 Layout Desain Kemasan Primer Pie Lumpur Varian 24 cm



Gambar 4.22 Layout Desain Kemasan Tersier Shopping Bag



Gambar 4.24 Layout Desain Kemasan Tersier Box

### Media Pendukung



Gambar 4.25 Layout dan Mock Up Gantungan Kunci



Gambar 4.26 Layout dan mock Up Kartu Nama

### Hasil Pengujian Kemasan

Setelah kemasan selesai dibuat, maka kemasan tersebut harus diuji dengan kriteria dan fungsional kemasan, seperti segi perlindungan, segi visual, dan fungsi dari kemasan itu sendiri. Tujuan perancangan kemasan adalah membuat sebuah desain kemasan yang dapat melindungi sebuah produk serta memiliki nilai jual terhadap produk melalui kemasan tersebut. Ditinjau dari segi keamanan, kemasan yang dibuat dapat melindungi produk dari tumpukan-tumpukan produk yang sama, guncangan dan benturan. Produk tidak lagi saling berbenturan yang mengakibatkan rusaknya produk Pie Lumpur. Kemasan yang sekarang juga bisa menampung banyak produk

dengan ringkas dan efektif. Untuk kemasan primer sendiri bisa menahan benturan antar produk Ketika didalam kemasan sekunder. Kemasan yang sekarang lebih praktis karena memudahkan konsumen untuk mengambil produk yang disajikan.

## Penutup

### Kesimpulan

Kemasan yang baik merupakan kemasan yang dapat melindungi produk yang ada di dalamnya, sesuai dengan sifat produk tersebut, dan merepresentasikan isi produk dan juga identitas produsennya. Dengan adanya proses perancangan desain kemasan Pie Lumpur Pesona *Bakery* ini, dirancang sebuah kemasan yang dapat menjawab permasalahan yang terdapat pada kemasan lama. Permasalahan tersebut adalah tidak ada identitas dari produsen dan kemasan yang tidak kuat yang merusak produk di dalamnya. Kemasan lama kurang memadai dan membahayakan produk karena kemasan lama menggunakan bahan yang tipis sehingga rentan terhadap goncangan dan benturan, yang mengakibatkan produk di dalamnya rusak. Pada perancangan kemasan yang baru, dirancang untuk lebih kokoh dan bisa menunjukkan identitas dari produsen Pie Lumpur akan membantu untuk melindungi produk serta sebagai sarana promosi dari produk itu sendiri. Perancangan kemasan Pie Lumpur Pesona *Bakery* juga dilengkapi dengan kemasan tersier yang memudahkan konsumen untuk membawa pulang serta bepergian, mengingat produk akan menjadi salah satu oleh-oleh khas Sidoarjo. Karena akan dijadikan oleh-oleh khas Sidoarjo, kemasan yang dirancang. Sesuai dengan merk-nya, Sidoarjo memiliki berbagai pesona di kotanya. Hal tersebut direpresentasikan melalui elemen ilustrasi berupa tumbuh-tumbuhan dan bunga sebagai simbol keindahan dan pesona dari Sidoarjo. Tema tumbuh-tumbuhan juga dapat menarik target audiens yang dituju, karena perempuan usia 24 tahun keatas menyukai hal yang indah salah satunya tumbuh-tumbuhan. Logo yang telah disesuaikan juga mendukung untuk penampilan identitas pada kemasan yang dirancang. Logo Pesona *Bakery* dibuat menggunakan *logotype script* dengan paduan font sans serif yang memberikan kesan bersahabat namun tetap berkelas dengan tambahan ilustrasi gandum yang menunjukkan bahwa perusahaan roti seperti Pesona *Bakery* berhubungan dengan gandum sebagai bahan olahan dari produsen.

### Saran

Dalam perancangan sebuah kemasan memerlukan banyak hal yang harus dipertimbangkan, terutama produk makanan yang halus dan mudah hancur seperti Pie Lumpur Pesona *Bakery*. Seringkali dalam

merancang sesuatu, desainer hanya memberikan perhatian lebih pada sisi estetis dan visualnya saja, tanpa mempedulikan sisi fungsional dan daya tahan dari sebuah kemasan. Oleh karena itu pola pikir seorang desainer harus bisa mempertimbangan berbagai macam aspek, tidak hanya sisi tampilan visualnya saja namun juga sisi fungsional serta efektivitas dari kemasan yang akan dirancang. Perancangan ini juga memiliki banyak kekurangan, seperti tidak adanya kegiatan promosi Pie Lumpur Pesona *Bakery* agar lebih dikenal lagi oleh masyarakat. Kedepannya disarankan untuk Pesona *Bakery* melakukan strategi promosi dan juga branding untuk seluruh produk Pesona *Bakery*, tidak hanya Pie Lumpurnya saja sehingga diharapkan Pesona *Bakery* dapat berkembang dan bersaing dengan oleh-oleh khas Sidoarjo yang lain.

### Daftar Pustaka

- Cenadi, Suharto, C., 2000. *Peranan desain kemasan dalam dunia pemasaran*. NIRMANA 2(1), 92 – 103.
- Ivana, M., 2000. *Perancangan kemasan take away depot hok lay Malang*. Retrieved from <https://dewey.petra.ac.id/catalog/digital/detai1?id=38369>
- Kotler dan Keller, 2009. *Manajemen pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Lingo, J., 2018. *Perancangan branding "PETIK" sebagai perhiasan perak dengan motif khas tegal*. Retrieved from <https://dewey.petra.ac.id/catalog/digital/detai1?id=42014>
- Marikxon, (n.d.). *6 bisnis UKM/usaha kecil menengah yang menguntungkan Indonesia*. Retrieved from <https://www.maxmanroe.com/usaha-kecil-menengah.html>
- Rosner, Klimchuk, M., dan Krasovec, S., 2007. *Desain kemasan*. Jakarta: Erlangga.
- Wirya, I., 1999. *Kemasan yang menjual, menang bersaing melalui kemasan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.