

PERANCANGAN DESAIN KEMASAN HOMEMADE PATISSERIE PAULINA KITCHEN

Claudia¹, Cokorda Alit Artawan², Anang Tri Wahyudi³

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain,

Universitas Kristen Petra, Siwalankerto 121 – 131, Surabaya

Email : Odiiclaudia@yahoo.com

Abstrak

Paulina Kitchen merupakan toko kue kuno yang telah berdiri sejak 1990 yang berawal di Kota Malang dan sekarang berada di Kota Surabaya. Resep yang digunakan merupakan resep kuno tanpa bahan pengawet dan menggunakan bahan – bahan alami. *Paulina Kitchen* sangat menjaga kualitas dan mutu produk sehingga produk yang dihasilkan mempunyai kualitas terbaik. Saat ini *Paulina Kitchen* mulai berkembang di Kota Surabaya dan konsumennya merupakan anak – anak muda dan dewasa yang berusia sekitar 17 hingga 25 tahun. Permasalahan yang dihadapi *Paulina Kitchen* ialah desain kemasan dan fungsi kemasan itu sendiri yang dinilai cukup minim, selain itu identitas pada desain kemasan kurang menonjol sehingga kurang memberikan informasi pada pelanggannya. Solusi dari permasalahan tersebut ialah membuat desain kemasan dan pemilihan bahan kemasan yang sesuai dengan yang dibutuhkan *Paulina Kitchen* dengan menggunakan kemasan primer dan kemasan sekunder dengan menambahkan media pendukung lainnya seperti kartu nama, *paper bag* dan brosur.

Kata kunci : Kemasan, Desain Kemasan, Kue Kering, *Paulina Kitchen*

Abstract

Title : Packaging Design of Home Made Patisserie *Paulina Kitchen*

Paulina Kitchen is an cake shop that has been established since 1990 that started in Malang City and is now in the city of Surabaya. The recipe used is an ancient recipe without preservatives and uses natural ingredients. *Paulina Kitchen* maintains product quality and quality so that the products produced are of the highest quality. Currently *Paulina Kitchen* is starting to develop in the city of Surabaya and its consumers are young and adult children aged around 17 to 25 years. The problem faced by *Paulina Kitchen* is the packaging design and packaging function itself which is considered to be quite minimal, besides that the identity in the packaging design is less prominent so that it does not provide information to its customers. The solution to these problems is to make packaging designs and select packaging materials that are in accordance with what *Paulina Kitchen* needs by using primary packaging and secondary packaging by adding other supporting media such as business cards, paper bags and brochures.

Keywords : Packaging, Packaging Design, Cookies, *Paulina Kitchen*

Pendahuluan

Belakangan ini industri kuliner di Indonesia semakin berkembang. Tidak sedikit masyarakat di Indonesia mencoba dalam bisnis kuliner, sehingga muncul kompetisi yang cukup tinggi antara industri satu dengan yang lainnya. Oleh karena itu diperlukannya inovasi yang unik serta strategi untuk melakukan suatu perubahan yang baru, salah satunya melalui desain kemasan.

Banyak produsen berlomba – lomba untuk menarik minat konsumen dengan berbagai varian dan sajian yang unik dan menarik. Kemasan tidak hanya dilihat sebagai wadah atau tempat saja tetapi lebih dari hal tersebut kemasan mempunyai peranan yang penting dalam daya tarik konsumen. Dapat dikatakan bahwa kemasan bukan hanya sebagai wadah saja untuk melindungi produk yang dijual, tetapi bagaimana kemasan dapat menjual produk yang ada di dalamnya. Hal tersebut merupakan tantangan bagi seorang desainer untuk menyajikan sebuah desain kemasan yang menarik dan unik sehingga dapat menciptakan respon positif seperti kenaikan daya beli konsumen. Tak dapat disangkal banyak masyarakat yang membeli suatu produk atau makanan dari desain kemasannya. Tak dapat disangkal banyak masyarakat yang membeli suatu produk tertentu atau makanan dari desain kemasannya. Kebanyakan konsumen menyatakan bahwa mereka bergantung pada kemasan untuk membantu keputusan mereka membeli suatu produk. Peranan kemasan sangatlah penting sehingga perancangan kemasan harus mempunyai daya tarik yang tinggi, fungsional sehingga penjual mampu bersaing dengan kompetitor lainnya.

Salah satu kebutuhan masyarakat yang sering ditemui ialah makanan ringan, selain praktis, makanan ringan juga membantu untuk menghilangkan rasa lapar sesaat dalam waktu yang singkat. Makanan ringan juga sangat cocok untuk menemani berbagai aktivitas yang cukup dogemari masyarakat usia muda hingga usia tua. Cookies merupakan salah satu makanan ringan yang sering ditemui dan dijumpai diberbagai tempat, banyak macam varian dan rasa yang ditawarkan seperti putri salju, nastar, lidah kucing, sugar and sand dan masih banyak lainnya. Makanan ringan tersebut cocok dimakan pada saat santai dan cocok untuk dijadikan oleh – oleh. Salah satu industri rumahan yang berada di kota Surabaya ialah Paulina Kitchen. Paulina Kitchen memproduksi beberapa varian makanan ringan dan jajanan lainnya. Berawal dari tahun 1990 ia memulai dalam bisnis kuliner. Varian makanan ringan yang dijual juga cukup beragam, mulai dari cookies seperti putri salju, nastar, lidah kucing, namun Paulina Kitchen juga

memproduksi pastel tutup, lasagna, risoles dan jajanan lainnya.

Varian produk yang dijual oleh Paulina Kitchen cukup beragam varian dan bentuknya. Mulai dari pastel tutup dengan tiga ukuran yaitu personal dengan diameter 8cm dengan harga 20.000, medium dengan diameter 20 cm dengan harga 225.000, dan ukuran besar dengan diameter 24 cm dengan harga 325.000, macaroni schotel dengan dua ukuran yaitu personal dengan harga 20.000 dan medium dengan harga 90.000, tomato soup atau yang biasa disebut sup merah dengan ukuran personal dengan harga 60.000 dan medium dengan harga 150.000, kemudian beef lasagna hanya satu ukuran yaitu personal dengan harga 30.000, chicken risoles per satu buahnya dengan harga 8.000, kemudian grotol jagung dengan dua ukuran yaitu personal dengan harga 10.000 dan ukuran besar dalam tampah dengan harga 300.000, éclair satu box berisi 20 buah seharga 125.000, mini pastries mempunyai 5 ragam varian isi yang berbeda berisi 30 buah seharga 165.000 dan galantine box seharga 200.000. Untuk varian kue kering yang di produksi mempunyai cukup banyak ragamnya yaitu nastar, lidah kucing, putri salju, sugar and sand, kastengel, kue semprit keju, kue kering rasa coklat, kue kering rasa vanilla, dan kue kering jahe (untuk pemesanan hari tertentu, tidak setiap saat membuat)

Produk – produk yang dipasarkan cukup disukai banyak orang dan digemari oleh beberapa masyarakat sehingga Paulina Kitchen mempunyai beberapa pelanggan setia yang bukan hanya dari kota Surabaya saja. Namun Paulina Kitchen mempunyai beberapa permasalahan dalam identitas dan kemasannya. Paulina Kitchen cukup sering menerima complain dari para pelanggannya dikarenakan produk yang dikirim kepada pelanggan terkadang remuk dan rapuh dikarenakan wadah tempat untuk menampung produk yang sangat minim.

Selain itu identitas perusahaan sendiri kurang terlihat atau kurang menonjol. Produk Paulina Kitchen dipasarkan melalui media online Instagram dan facebook, selain itu Paulina Kitchen juga cukup sering mengikuti market atau bazar. Usaha yang dilakukan oleh ibu Paulina ialah memasarkan produk – produknya kedalam media online Instagram dan facebook, bila menerima order maka produk akan dikirim menggunakan jasa kirim seperti gojek.

Permasalahan yang dihadapi Paulina Kitchen ialah desain kemasan dan fungsi kemasan yang minim. Bahan kemasan yang digunakan oleh perusahaan dapat terbilang sangat minim karena hanya

menggunakan kemasan primer toples mika biasa yang ketebalannya cukup tipis, sehingga pada saat proses pengiriman sering terjadi kerusakan produk, disamping itu produk yang dikirim tidak menggunakan pelindung lainnya, hanya toples mika yang dimasukkan kedalam kantong plastik, tanpa ada identitas lainnya. Pada sisi tutup toples hanya disertakan stiker logo dari perusahaan yang kurang dapat memberikan informasi kepada pelanggannya. Toples mika yang digunakan cukup tipis dan bentuknya yang sangat sederhana sehingga kurang menarik perhatian pelanggannya. Sedangkan jajanan lainnya hanya menggunakan kotak kardus tipis. Selain dari segi kemasan yang minim, segi desain kemasan juga terlihat kurang menarik. Desain kurang menarik dapat terlihat dari logo yang sulit terbaca dan desain kemasan yang sangat minim, sehingga menimbulkan permasalahan identitas yang kurang menonjol.

Melihat hal tersebut maka diperlukannya perancangan desain kemasan yang fungsional namun juga estetik yang dapat menjawab kebutuhan yaitu melindungi isi, memberikan identitas dan memberikan nilai lebih yang sesuai dengan target market. Dengan adanya desain kemasan yang baru maka diharapkan dapat memberikan nilai tersendiri bagi konsumen dan meningkatkan keunggulan produk. Pengembangan desain kemasan yang lebih menarik dari sisi desain dan menonjolkan identitas dari perusahaan.

Pada perancangan ini tujuan utamanya ialah merancang sebuah desain kemasan yang dapat memberikan perlindungan terhadap isi produk, dikarenakan kemasan produk yang sudah ada sekarang kurang dapat menjaga isi dari produk yang dipasarkan. Disamping itu diharapkan dengan adanya perancangan ini dapat memberikan identitas terhadap produk yang sudah cukup lama berada tersebut, sehingga konsumen dapat membedakan antara produk ibu Paulina dengan kompetitornya. Dan dapat menjadi salah satu produk oleh – oleh khas Surabaya. Dengan desain kemasan yang modern dan minimalis diharapkan dapat menarik perhatian konsumen dan meningkatkan citra penjualan.

Rumusan masalah

Bagaimana merancang desain kemasan yang selain dapat memberikan nilai perlindungan namun juga dapat memberikan nilai estetik dan identitas sehingga dapat meningkatkan citra produk.

Tujuan Perancangan

Memberikan nilai perlindungan terhadap produk dengan menambahkan peranan penting estetika dan identitas melalui perancangan desain kemasan yang baru

Batas Lingkup Perancangan

Perancangan membuat desain kemasan produk yang baru, sesuai dengan produk untuk jumlah satuan maupun dalam jumlah banyak.

Analisis

Salah satu kebutuhan masyarakat yang cukup sering ditemui ialah makanan ringan. Selain makanan ringan namun makanan ringan memberikan pasokan tenaga kedalam tubuh. Banyak industri kuliner di Indonesia yang berkembang. Tidak sedikit masyarakat mencoba dalam bisnis kuliner, sehingga muncul kompetisi antara industri satu dengan lainnya. Banyak produsen berlomba – lomba untuk menarik minat konsumen, sehingga dibutuhkannya sebuah inovasi yang unik yang membedakan antara satu dengan yang lainnya, yang dapat membedakan hal tersebut ialah desain kemasan. Sehingga dibutuhkan sebuah desain kemasan dengan inovasi yang menarik, karena dengan adanya kemasan yang menarik, kemasan tersebut juga menjual isi produk dan memasarkan perusahaan dapat membantu menghilangkan rasa lapar seseorang dalam jangka waktu yang cukup singkat

Target Audience

a. Geografis

Penduduk atau masyarakat yang bertempat tinggal di Surabaya, juga berada di luar kota seperti Malang, dimana pembelian produk dapat dilakukan dengan melakukan order melalui online.

b. Demografis

Dewasa yang sudah mempunyai penghasilan dan pekerjaan, mayoritas perempuan dengan usia 17 hingga 50 tahun. Berasal dari kalangan menengah, dimana banyak konsumen membeli produk atau varian dalam jumlah yang banyak yakni Rp 250.000, hingga Rp 500.000,. Dalam usia tersebut biasanya konsumen Ibu Paulina merupakan mahasiswa dan ibu rumah tangga yang sudah mengetahui industri dari Ibu Paulina.

c. Psikografis

Konsumen dari Paulina Kitchen memiliki gaya hidup menyukai makanan ringan atau jajanan. Pelanggan Paulina Kitchen biasanya membeli varian cukup bervariasi untuk hari – hari besar dan biasanya membeli produk untuk dibagikan kepada kerabat atau dikonsumsi pribadi. Konsumen Paulina Kitchen juga percaya dengan penjualnya dimana semisal terdapat pembelian dari luar kota maka diharuskan untuk membayar terlebih dahulu sehingga orderan dapat di proses

Strategi Perancangan

Desain kemasan merupakan media utama dalam perancangan ini. Selain media kemasan cukup dikenali oleh masyarakat dengan karakteristik menyukai makanan ringan atau kuliner, desain kemasan juga media yang menjual suatu produk yang dipasarkan, dikarenakan sebagian masyarakat terkadang membeli suatu produk makanan dikarenakan desain kemasan yang menarik. dengan adanya desain kemasan membantu perusahaan untuk memasarkan produk yang dipasarkannya. Selain itu desain kemasan juga membantu perusahaan dalam memberikan identitas atau informasi yang ingin disampaikan kepada konsumennya.

d. Behavioral (kebiasaan)

Menyukai dan mengonsumsi makanan ringan atau camilan pada waktu senggang.

Wilayah Pemasaran :

Secara umum pemasaran produk Paulina Kitchen yang dapat dikirim pada hari H hanya di wilayah kota Surabaya, selain itu pengiriman akan dikirim menggunakan jasa antar ke luar kota.

Sistem Pemasaran :

Paulina Kitchen menjual dan memasarkan produknya secara online melalui Instagram dan juga mengikuti market atau bazar setiap bulannya. Selain itu Paulina Kitchen juga membuka toko sederhana yang berada di Surabaya dan terletak berdampingan dengan tempat tinggalnya.

Hasil Karya



Gambar 2. Tampilan Kemasan Primer



Gambar 1. Desain Flyer sebagai media pendukung



Gambar 3. Tampilan Kemasan sekunder Box



Gambar 5. Tampilan Desain Kartu Nama



Gambar 4. Tampilan Desain Paper bag



Gambar 6. Desain Box Isi 4 Varian



Gambar 9. Tampilan Logo Paulina Kitchen



Gambar 7. Tampilan Desain Poster Diri



Gambar 10. Tampilan Desain stiker pada Toples



Gambar 8. Tampilan Desain Poster Konsep



Gambar 12. Pola Jejaring pada kemasan kardus isi 3



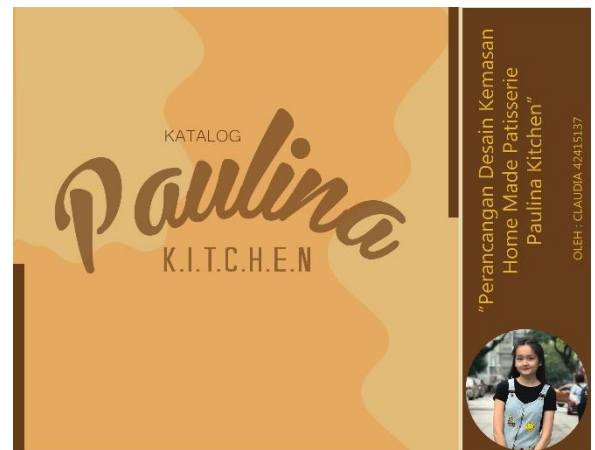
Gambar 13. Layout Desain pada xbanner



Gambar 14. Desain Layout Katalog Pameran



Gambar 15. Tampilan Cover dari katalog



Gambar 16. Tampilan Cover Dari Kata

Kesimpulan

Pada jaman sekarang persaingan dalam dunia kuliner semakin ketat, terutama dalam hal makanan ringan. Banyaknya persaingan yang cukup ketat hal ini menyebabkan produk Paulina Kitchen kalah bersaing dengan kompetitornya. Salah satu permasalahan yang mempengaruhi daya saing ialah desain kemasan, dimana milik kompetitor mampu bersaing dengan desain kemasan yang menarik.

Paulina Kitchen mempunyai nama yang khas dan unik dikarenakan nama dari perusahaan dan logonya menggunakan nama dari pemilik perusahaan tersebut yaitu Ibu Paulina sendiri.

Pada kemasan ditemukan masalah yaitu kemasan primer yang sangat minim membuat produk yang dihasilkan oleh Paulina Kitchen mudah rusak dan kurang memberikan nilai perlindungan, selain itu Paulina Kitchen juga tidak mempunyai kemasan sekunder untuk melindungi kemasan primernya. Sehingga pada saat pengiriman terkadang sering sekali mengalami kerusakan.

Selain minimnya kemasan primer, tidak adanya kemasan sekunder dan identitas yang kurang menonjol menjadi permasalahannya, dikarenakan pada bagian kemasan primer hanya menggunakan stiker logo yang sangat minim dan dapat dinilai kurang dapat memberikan informasi yang cukup jelas kepada konsumennya.

Oleh karena itu melalui perancangan ini diharapkan kemasan oleh Paulina Kitchen dapat menjawab segala permasalahan yang ada. Dengan adanya kesatuan desain dan pergantian logo menjadi lebih simpel dan mudah dibaca, berharap memberikan informasi dan identitas perusahaan yang cukup jelas dan mudah dipahami oleh konsumen. Guna menambah nilai estetika dan daya tarik atau pembelian terhadap produk Paulina Kitchen

Saran

Dalam mengerjakan sebuah desain kemasan banyak hal yang perlu diperhitungkan dan banyak hal yang mempengaruhi untuk dapat dikatakan sebuah kemasan yang baik, mulai dari kemasannya itu sendiri, identitasnya, logo yang diaplikasikan, pemilihan materialnya dan informasi yang diberikan. Sebagai desainer kita harus menyadari bahwa pentingnya edukasi untuk konsumen dan mengarahkan sehingga tercapailah suatu keinginan bersama, bukan hanya keinginan dari desainer itu sendiri melainkan keinginan dari konsumen juga. Oleh karena itu komunikasi sangat penting guna menjalin hubungan yang baik dan untuk mendapatkan hasil yang maksimal antara desainer dan konsumen

Daftar Referensi

Aisha Mendy. Pengertian Ilustrasi : Fungsi, Tujuan, Jenis dan Contoh, from

<https://jagad.id/pengertian-ilustrasi-fungsi-tujuan-jenis-dan-contoh/>

"Arti Warna dan Simbolisme" Canva (2019). Web.

https://www.canva.com/id_id/belajar/arti-warna-dan-simbol-dari-merk/

Julianti, Sri (2018). *The Art of Packaging* : mengenal metode, teknik, dan strategi pengemasan produk untuk branding dengan hasil maksimal. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama

Julianti, Sri (2017). *A Practical Guide To Flexible Packaging* : material, teknologi dan aplikasi. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama "*Pengertian Kemasan Menurut Para Ahli, Fungsi, Tujuan, jenis Kemasan*" Seputar Pengetahuan. 8 Februari 2019. Web.

<https://www.seputarpengetahuan.co.id/2017/08/pengertian-kemasan-menurut-para-ahli-fungsi-tujuan-jenis-kemasan.html>