

Mentorship dan Pengembangan Desain Kemasan Produk Bagi Warga Tambakaji Semarang

Mentorship and Product Packaging Design Development for Residents of Tambakaji Semarang

Rina Candra Noor Santi^{a*}, Sri Eniyati², Sulastri^b, Heribertus Yulianton^c,
Kristophorus Hadiono^d, Felix Andreas Sutanto^e

Universitas Stikubank Semarang^{a,b,c,d,e}

^ar_candra_ns@edu.unisbank.ac.id

Disubmit : 01 Juni 2024, Diterima : 24 Juli 2024, Dipublikasi : 25 Juli 2024

Abstract

Design product packaging is an important in successfully marketing a product. However, currently many business people, especially housewives who are learning to do business, have not thought about packaging design. Generally, new business actors who come from housewives think more about product quality than product design. Even though product design plays an important role

Keywords: product, design, quality

Abstrak

Desain kemasan Produk merupakan salah satu elemen penting dalam kesuksesan memasarkan produk. Namun, saat ini beberapa pelaku bisnis, terutama para ibu rumah tangga yang sedang belajar berbisnis, banyak yang belum berpikir tentang desain kemasan. Umumnya pelaku usaha baru yang berasal dari para ibu rumah tangga lebih memikirkan kualitas produk daripada desain produk. Padahal desain produk memegang peran penting.

Kata Kunci: poduk, rancangan,kualitas

1. Pendahuluan

Desain kemasan produk merupakan proses merancang tampilan luar atau wadah yang melindungi, mempromosikan, dan memudahkan penggunaan produk secara efektif. Yang melibatkan elemen-elemen seperti estetika visual, ergonomi, fungsionalitas, informasi produk, dan strategi pemasaran untuk menciptakan kemasan yang menarik dan memenuhi kebutuhan konsumen serta tujuan bisnis.

Namun, saat ini beberapa pelaku bisnis, terutama para ibu rumah tangga yang sedang belajar berbisnis, banyak yang belum berpikir tentang desain kemasan. Umumnya pelaku usaha baru yang berasal dari para ibu rumah tangga lebih memikirkan kualitas produk daripada desain produk. Padahal desain produk memegang peran penting. Perilaku para pelaku bisnis baru yang berasal dari ibu rumah tangga, secara umum masih terfokus kepada untung rugi sesaat tanpa mempertimbangkan keuntungan jangka panjang yang akan diperoleh apabila desain produk dijadikan sebagai alat promosi. Pertimbangan utama yang seringkali dikemukakan adalah desain produk itu mahal dan membutuhkan biaya. Padahal para ibu menginginkan untuk mendapatkan laba setinggi mungkin dengan menekan biaya serendah mungkin, dalam tempo sesaat (Selamet, 2021).

Umumnya mereka hanya memotret dan mengunggah produk. Kemudian produk aslinya dikemas dengan cara sederhana seperti menggunakan plastik biasa tanpa ada penjelasan logo dan lain sebagainya.

Persoalan ini perlu ditanggapi sebagai bagian dari sesuatu hal yang harus diperbaiki. Oleh sebab itu pola pendampingan kepada para pelaku usaha dari kalangan ibu rumah tangga harus dibuka wawasannya. Wawasan tentang desain kemasan yang memiliki nilai jual dan keberlanjutan proses dan hasil yang memiliki daya saing untuk mendapatkan produk yang lebih berkelanjutan (Syamsudin, 2015).

2. Metode

Untuk mempermudah pemahaman untuk pelatihan tersebut perlu metode. Metode yang dilakukan pada saat pelatihan dan pendampingan, yaitu berisi ceramah dan pelatihan. Dalam hal ini warga ibu-ibu Tambakaji sebagai subyek pengabdian. Pencapaian yang diharapkan yaitu ibu-ibu mampu membuat desain kemasan produk yang indah agar bisa menarik perhatian konsumen. Strategi ini yang diharapkan mampu untuk meningkatkan nilai produknya.

Berikut tahapan yang diterapkan dalam pelatihan dan pendampingan:

1. Metode Kegiatan yaitu dengan metode diskusi interaktif.

Materi yang digunakan pada saat praktek menggunakan canva. Canva adalah sebuah platform desain grafis online yang memungkinkan pengguna untuk membuat berbagai jenis desain dengan mudah tanpa memerlukan keterampilan desain yang mendalam. Target Peserta sejumlah 25 orang dengan mengharapkan dari partisipasi peserta yaitu:

Setiap anggota diminta untuk menyiapkan smartphone yang mereka miliki untuk digunakan dalam kegiatan atau latihan. Selain itu, setiap anggota juga diminta untuk menyiapkan foto-foto produk yang akan digunakan sebagai alat latihan atau bahan diskusi. Instruksi ini bertujuan untuk mempersiapkan perangkat yang diperlukan serta materi visual yang akan digunakan dalam sesi atau kegiatan tertentu, mungkin untuk mempraktikkan teknik fotografi produk, melakukan analisis atau diskusi, atau tujuan pembelajaran lainnya yang melibatkan penggunaan foto produk.

2. Penyajian informasi dan diskusi berkelanjutan

Penyampain informasi ini dibagi kedalam 3, yaitu Pentingnya Desain Kemasan, Desain Kemasan Minuman dan Desain Kemasan Snack.

Tujuannya adalah mencapai pemahaman yang lebih dalam, pemecahan masalah, serta pengambilan keputusan yang lebih baik dalam konteks topik atau isu yang dibahas. Beberapa tujuan khususnya meliputi:

- a. Mengedukasi dan Memahami: Memastikan bahwa semua peserta memiliki pemahaman yang komprehensif tentang informasi atau materi yang disampaikan.
- b. Menginspirasi Pemikiran Kritis: Mendorong peserta untuk mempertanyakan, menganalisis, dan mengevaluasi informasi yang diberikan.
- c. Membangun Pengetahuan Bersama: Memfasilitasi pertukaran ide dan pengalaman antara peserta untuk memperkaya pemahaman kolektif tentang topik tersebut.
- d. Menghasilkan Solusi atau Keputusan: Menggunakan diskusi untuk mencapai konsensus, membuat rencana tindakan, atau mengambil keputusan yang didasarkan pada informasi yang diberikan.

- e. Memfasilitasi Pembelajaran Berkelanjutan: Mendorong peserta untuk terlibat dalam refleksi pribadi dan pengembangan diri setelah acara atau sesi diskusi berlangsung.
3. Tujuan praktik ini adalah untuk mengintegrasikan teori ke dalam praktek, tetapi juga untuk memfasilitasi pengembangan keterampilan praktis, kreativitas, dan kemampuan beradaptasi peserta dalam menghadapi tantangan dalam dunia desain kemasan yang nyata.

Tabel 1. Pemberian Materi Dan Diskusi Dalam 3 Sesi

Pelatihan	Materi	Tujuan
Materi 1	Pentingnya Kemasan	Desain Pemanfaatan Desain Kemasan Yang Marketable Untuk Pemasaran . Pentingnya hal tersebut dijelaskan karena perlunya melakukan desain kemasan yang baik agar produk yang dijual memiliki nilai jual yang lebih tinggi.
Materi 2	Desain Kemasan Minuman dan Tahap-tahap mendesain minuman	Pentingnya juga untuk pemberian materi tersebut adalah agar peserta dapat mengetahui tentang jenis-jenis kemasan minuman dan tahap-tahap yang harus dilakukan pada saat melakukan desain kemasan menggunakan canva.com.
Materi 3	Desain Kemasan Snack dan Tahap-tahap mendesain kemasan snack	Sama halnya dengan beberapa materi yang akan dijelaskan bertujuan menjelaskan tentang jenis-jenis kemasan snack dan tahap-tahap yang harus dilakukan pada saat melakukan desain kemasan menggunakan canva.com.

3. Hasil Dan Pembahasan

Hasil dan pembahasan selama pelatihan Canva dapat bervariasi tergantung pada tujuan dan fokus pelatihan tersebut. Namun, secara umum, ada beberapa aspek yang bisa menjadi hasil dan pembahasan yang umum terjadi yaitu :

1. Peningkatan Keterampilan Penggunaan Canva:

- a. Peserta dapat mengembangkan keterampilan dalam menggunakan berbagai fitur Canva seperti pembuatan desain grafis, pembuatan presentasi, pembuatan poster, dan lain sebagainya.
- b. Mereka dapat belajar bagaimana memanfaatkan template yang telah ada, mengedit elemen-elemen desain, dan menyesuaikan desain sesuai kebutuhan.

2. Pemahaman tentang Desain Grafis Dasar:

- a. Pelatihan Canva sering kali mencakup pemahaman dasar tentang prinsip desain grafis seperti komposisi, warna, tipografi, dan penggunaan gambar.
- b. Peserta dapat belajar cara membuat desain yang menarik dan efektif secara visual.

3. Peningkatan Kreativitas dalam Desain:

- a. Peserta dapat mengembangkan kreativitas mereka dalam merancang desain yang menarik dan relevan.

- b. Mereka belajar teknik dan strategi untuk membuat desain yang unik dan berbeda.

4. Penggunaan Canva untuk Keperluan Pribadi atau Profesional:

- a. Peserta dapat memanfaatkan keterampilan yang mereka pelajari untuk membuat materi promosi, presentasi, media sosial, dan proyek-proyek kreatif lainnya baik untuk keperluan pribadi maupun profesional.

Hasil dan pembahasan yang baik dalam pelatihan Canva akan memberikan peserta pemahaman yang mendalam tentang penggunaan platform tersebut, memungkinkan mereka untuk mengaplikasikan keterampilan baru mereka dalam situasi dunia nyata baik di tempat kerja, bisnis, maupun kegiatan pribadi.

Secara umum, partisipasi peserta dalam pelatihan Canva bisa mencakup beberapa hal berikut:

1. **Aktivitas Berbasis Kompetensi:** Peserta akan diajak untuk mengikuti beberapa tahapan aktivitas yang dirancang untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan mereka dalam menggunakan platform Canva. Ini bisa meliputi demonstrasi, latihan langsung, dan penugasan.
2. **Kolaborasi dan Diskusi:** Pelatihan Canva sering kali melibatkan kolaborasi antara peserta untuk memecahkan masalah, berbagi ide, atau memberikan umpan balik satu sama lain. Diskusi ini bisa dilakukan secara langsung di dalam kelas atau melalui platform daring jika pelatihan dilakukan secara online.
3. **Pertanyaan dan Tanggapan:** Peserta diberikan kesempatan untuk bertanya tentang fitur-fitur Canva, teknik desain, atau masalah teknis lainnya yang mereka hadapi. Instruktur biasanya akan memberikan tanggapan langsung dan solusi untuk memecahkan masalah yang dihadapi peserta.
4. **Eksplorasi Mandiri:** Peserta juga diberi waktu untuk menjelajahi alat-alat dan fitur Canva secara mandiri untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam dan mencoba teknik desain yang telah dipelajari.
5. **Evaluasi dan Umpan Balik:** Pada akhir pelatihan, peserta biasanya akan dinilai atau diminta untuk mengisi survei untuk mengevaluasi efektivitas pelatihan dan memberikan umpan balik kepada penyelenggara atau instruktur.

Partisipasi yang efektif dalam pelatihan Canva akan memungkinkan peserta untuk memanfaatkan sepenuhnya alat desain yang ditawarkan, meningkatkan keterampilan desain mereka, dan merasa lebih percaya diri dalam menggunakan Canva untuk keperluan profesional atau pribadi mereka (Agustina, 2021)

Dari evaluasi partisipasi dan keterlibatan peserta dalam suatu kegiatan pelatihan atau workshop mengenai desain kemasan. Berikut adalah hasil evaluasi dari partisipasi peserta saat pemberian materi yaitu :

1. **Keterlibatan Peserta dalam Pelatihan:** Secara umum, peserta dapat mengikuti kegiatan dan terlibat dengan baik dalam pelatihan. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas dari 25 anggota terdaftar (yaitu 20 peserta) secara aktif terlibat dan mempersiapkan diri dengan baik untuk kegiatan tersebut.
2. **Kesiapan Peserta:** Dari 20 peserta yang hadir, mereka telah mempersiapkan diri dengan baik. Persiapan ini mencakup penggunaan smartphone untuk keperluan tertentu (mungkin untuk mengambil foto produk), menyiapkan foto-foto produk yang akan diunggah, dan bahkan ada yang membawa produk langsung ke sesi pelatihan.
3. **Pemberian Materi Pertama:** Materi pertama yang disampaikan adalah dasar dan alasan perlunya mendesain kemasan yang menarik. Dari 20 peserta yang hadir,

sebanyak 5 orang aktif bertanya selama sesi diskusi yang terkait dengan materi tersebut.

4. **Tipe Pertanyaan:** Meskipun ada 5 orang yang bertanya, namun pertanyaan mereka kurang lebih identik atau serupa dalam hal isi atau topik yang dibahas. Ini bisa menunjukkan bahwa ada kesamaan kebutuhan untuk memahami aspek tertentu dari materi, atau ada fokus yang sama terhadap bagian tertentu dari pemberian materi.

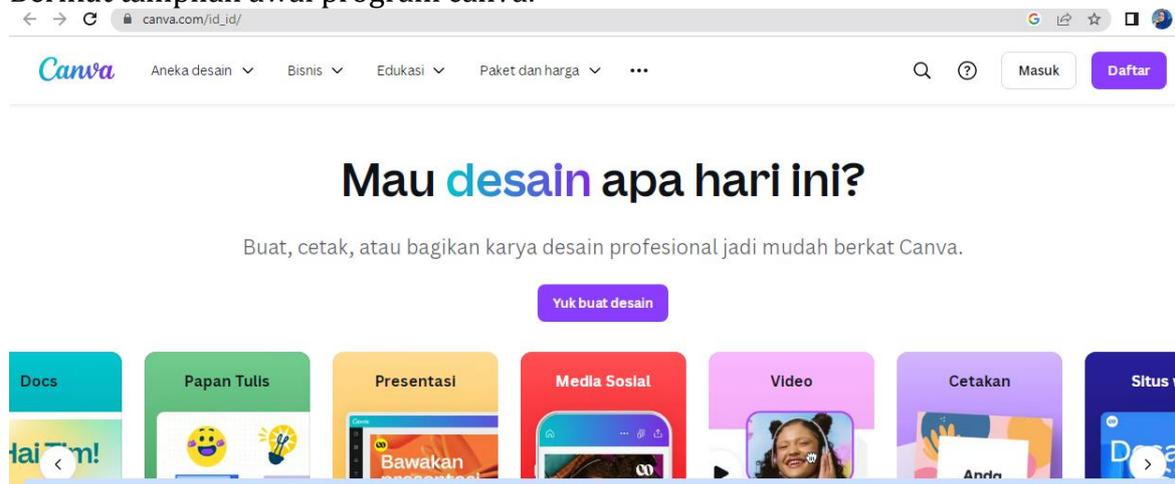
Dengan demikian, hasil dari evaluasi tersebut memberikan gambaran tentang partisipasi, kesiapan, dan respons peserta dalam kegiatan pelatihan mengenai desain kemasan. Evaluasi seperti ini penting untuk memahami sejauh mana peserta terlibat dan mendalami materi yang disampaikan, serta untuk mengevaluasi keberhasilan dari sudut pandang pengajaran dan pembelajaran.

Adapun beberapa pertanyaan-pertanyaan yang dapat disaring sebagai berikut:

1. Mengapa belum banyak orang yang memahami tentang pentingnya mendesain kemasan
2. Bagaimana cara mendesain kemasan yang baik tetapi murah biayanya
3. Apakah canva adalah satu-satunya aplikasi yang dapat digunakan dan tidak berbayar

Pada pemberian materi yang berikutnya, yaitu pada saat pelaksanaan teknisnya peserta menunjukkan tingkat antusiasme yang tinggi terhadap kegiatan ini. Mereka tidak hanya berpartisipasi secara aktif, tetapi juga menunjukkan minat yang kuat untuk belajar dan mengembangkan keterampilan desain kemasan mereka. Hal ini dibuktikan dengan adanya keinginan dari peserta untuk mendesain produk yang mereka jual menunjukkan bahwa mereka melihat nilai tambah dari proses pembuatan desain kemasan ini. Mereka mungkin menyadari bahwa desain kemasan yang baik dapat meningkatkan daya tarik produk, membedakan produk mereka dari pesaing, dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

Berikut tampilan awal program canva:



Gambar 1. Halaman Utama Canva

Berikut contoh-contoh Hasil Pembuatan Desain Kemasan Produk:



Gambar 2. Contoh Hasil Pembuatan Desain Kemasan Produk

4. Simpulan

Banyak hal yang dapat disimpulkan dari pendampingan yang dapat dikemukakan dari pelatihan yang telah diberikan bahwa :

- Warga Tambakaji terutama ibu-ibu dapat mengetahui bahwa desain kemasan adalah penting untuk meningkatkan nilai jual produk yang dipasarkan
- Dapat belajar membuat desain kemasan untuk meningkatkan nilai produknya dengan aplikasi tidak berbayar seperti canva.com
- Berhasil membuat desain kemasan produknya sebanyak 15 buah untuk 20 anggota dari 25 anggota yang telah mendaftar

5. Ucapan Terimakasih

Alhamdulillah yang tak terhingga kami ucapkan terimakasih kepada Ibu-ibu warga Tambakaji yang telah mengikuti pendampingan dan pelatihan membuat desain kemasan produk dengan baik. Harapan kami dari para pendamping bahwa apa yang telah diberikan akan bermanfaat dan dapat digunakan dengan baik. Semoga program ini dapat terus berkelanjutan dan memberikan manfaat yang lebih luas lagi

6. Daftar Pustaka

- Arifudin, O., & Tanjung, R. (2020). Pendampingan Peningkatan Inovasi Produk Makanan khas Subang Jawa Barat. 4(6), 7–12
- Anggoro, A., Arinda, I. Y., Rohmah, Irawan, N. C., Utomo, P., Putra, R. B., Tubarad, Y. P., Zulianto, M., Susanto, D., Metris, D., Musthopa, A., Zunaidi, A., & Miranda, M. (2023). Ekonomi Indonesia Pasca Pandemi : Peluang dan Tantangan. Pustaka Peradaban.
- Agustina, R., Dwanoko, Y. S., & Suprianto, D. (2021). Pelatihan Desain Logo dan Kemasan Produk. 4, 69–76.

- Dewi, M., Hubeis, M., & Riani, E. (2020). Strategi Pemasaran UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing di Pasar Ritel Modern Carrefour (Kasus PT Madani Food, Jakarta). *Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 15(1), 77-83
- Erlyana, Y. (2018). Analisis Peran Desain Kemasan Terhadap Brand Identity Dari Sebuah Produk Makanan Lokal Indonesia Dengan Studi Kasus: Produk Oleh-Oleh Khas Betawi 'Mpok Romlah'. *National Conference Of Creative Industry: Sustainable Tourism for Economic Development*.
- Kloter, P., & Keller, K. (2012). *Marketing Management 14th edition* Upper Saddle River. New Jersey: Pearson.
- Kurniawan, D. T., Anugrahani, I. S., Prasasti, A., & Fitri, R. (2021). Pelatihan dan Pendampingan UMKM di Desa Gajahrejo dalam Pembuatan Desain Kemasan Inovatif Oleh-Oleh Khas Malang Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk di Desa Gajahrejo terletak di Kecamatan berbatasan langsung dengan Samudra Hindia sehingga memiliki kawasa
- Maflahah, I. (2012). Desain Kemasan Makanan Tradisional Madura Dalam Rangka Pengembangan UKM. *Agritek*, Vol. 6, No. 2.
- Nugrahani, R. (2015). Peran Desain Grafis Pada Label Dan Kemasan Produk Makanan UMKM. *Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Semarang*, Vol 10, No. 2.
- Selamet, F., Chairy, & Tunjungsari, H. K. (2021). Pengembangan Kemasan Produk untuk Memperkuat Brand Stik Tempoyak Cap Cus di Jambi. *Journal of Sustainable Community Development*, Vol. 3, No. 1.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Syamsudin, Wadji, F., & Praswati, A. N. (2015). Desain Kemasan Makanan Kub Sukarasa Di Desa Wisata Organik Sukoreja Sragen. *Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Tunjungsari, H. K., Selamet, F., Mulyawan, B., & Chairy, C. (2020). Pengembangan Kemasan Produk dalam Rangka Membangun Merek Nasi Minyak Instan di Jambi. *Journal of Sustainable Community Development*, Vol. 2, No. 2.
- Wong. (2013). The Influence Of Visual Pcking Design On Pereceived Food Product Quality, Vlue, And Brand Preference. *International Journal Of Retail & Distribution Management*, Vol. 1, No. 10.