

Desain dan Labeling Kemasan yang Menarik dan Informatif dengan Memanfaatkan Teknologi Informasi

I Made Ari Santosa¹⁾, I Putu Ramayasa²⁾

Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali
Jl. Raya Puputan No. 86, Renon – Denpasar
arisantosa@stikom-bali.ac.id¹⁾ ramayasa@stikom-bali.ac.id²⁾

Abstrak

Tahu dan tempe merupakan makanan dengan kandungan gizi yang tinggi. Tahu dan tempe juga merupakan bahan makanan yang dapat dengan mudah diolah menjadi aneka ragam menu makanan yang enak. Selain itu, karena harganya yang relatif murah, banyak masyarakat di Indonesia menjadikan tahu dan tempe ini sebagai makanan yang dikonsumsi untuk sehari-hari. Sejalan dengan itu, maka, mitra dalam kegiatan ini adalah Bapak Sukirno, seorang pemilik usaha (UKM) tahu dan tempe yang berasal dari Banjar Meliling, Desa Meliling. Desa Meliling merupakan salah satu desa yang terdapat pada kecamatan Kerambitan Kabupaten Tabanan. Jarak lokasi mitra (Desa Meliling) dengan pengusul kira-kira 34 km. Desa Meliling dapat dicapai dalam waktu 1 jam dari Kota Denpasar. Kemasan tahu dan tempe yang dipasarkan oleh Bapak Sukirno masih menggunakan plastik bening ataupun kantong plastik belanja. Pada kemasan tersebut tidak terdapat labeling yang menunjukkan identitas usaha tahu tempe tersebut. Berdasarkan pada permasalahan yang dihadapi, maka dilakukan kegiatan secara bertahap mulai dari sosialisasi, pelatihan penggunaan perangkat lunak desain dan labeling kemasan, serta evaluasi dan monitoring kegiatan. Peserta dalam kegiatan ini berjumlah 6 orang. Tujuan dari kegiatan ini adalah melatih pemilik dan para karyawan perusahaan tahu tempe Bapak Sukirno untuk memanfaatkan teknologi dalam mendesain kemasan yang menarik dan informatif.

Kata kunci: desain, labeling, kemasan, teknologi

1. Pendahuluan

Tahu dan tempe merupakan makanan dengan kandungan gizi (protein) yang tinggi. Tahu dan tempe juga dapat dengan mudah diolah menjadi aneka ragam makanan yang sesuai dengan selera masyarakat Indonesia. Karena harganya yang relatif murah, banyak masyarakat di Indonesia menjadikan tahu dan tempe ini sebagai makanan yang dikonsumsi untuk sehari-hari. Bahkan seperti yang pernah diberitakan, tahu dan tempe mulai digemari oleh masyarakat di beberapa negara tetangga seperti Malaysia, Jepang, dan lain-lain, karena rasanya yang nikmat serta kandungan gizi yang tinggi [1][2][3].

Tahu dan tempe merupakan bahan makanan yang diproduksi dengan bahan dasar berupa biji kedelai. Satu hal yang cukup menarik untuk diamati dari keberadaan industri tahu dan tempe di berbagai wilayah, khususnya di Bali adalah skala industrinya yang kebanyakan masih berupa industri kecil dan menengah (UKM). Selain itu industri tahu dan tempe tersebut hampir seluruhnya berproduksi dengan metode yang masih tradisional. Sementara itu, di lain sisi daya beli masyarakat (khususnya di Bali) untuk produk tahu dan tempe relatif tinggi. Bahkan, meskipun terjadi persaingan dengan makanan produk luar negeri, tahu dan tempe sebagai salah satu bahan makanan tetap eksis di pasaran, khususnya pasar-pasar tradisional. Selain itu, bahwa pangsa pasar tahu dan tempe di dalam negeri akan terus tumbuh sejalan dengan adanya peningkatan permintaan akan konsumsi masyarakat [3].

Sejalan dengan itu, maka dalam kegiatan ini kami menggandeng mitra Bapak Sukirno selaku pemilik usaha kecil menengah (UKM) produsen tahu dan tempe yang berasal dari Banjar Meiling, Desa Meliling. Desa Meliling merupakan salah satu desa yang terdapat pada kecamatan Kerambitan Kabupaten Tabanan. Jarak lokasi mitra (Desa Meliling) dengan pengusul kira-kira 34 km. Desa Meliling dapat dicapai dalam waktu 1 jam dari Kota Denpasar.

Industri skala rumah tangga yang mengembangkan usaha tahu dan tempe yang dikelola oleh Bapak Sukirno telah melakukan kegiatan produksi tahu dan tempe sejak tahun 2013. Dalam memproduksi tahu tempe, Bapak Sukirno mendapatkan bahan baku dari *supplier* kacang kedelai yang berasal dari Surabaya. Dari sisi persediaan bahan baku kedelai sebenarnya tidak terdapat masalah yang cukup serius, selain harganya yang belakangan ini cukup mahal. Selama ini, untuk menyiasati harga bahan baku yang relatif meningkat, Bapak Sukirno melakukan strategi dengan mengecilkan ukuran tahu dan tempe yang dijual agar tidak menaikkan harganya.

Dalam proses penyelesaian produksi tahu dan tempe, mitra (Bapak Sukirno) dibantu oleh 5 orang karyawan. Peralatan produksi yang digunakan mitra seperti mesin penggiling kedelai, pencetak tahu, penggorengan, kain

untuk memeras. Proses produksi tahu dan tempe dapat dilihat pada gambar 1 dan 2.



Gambar 1. Proses produksi



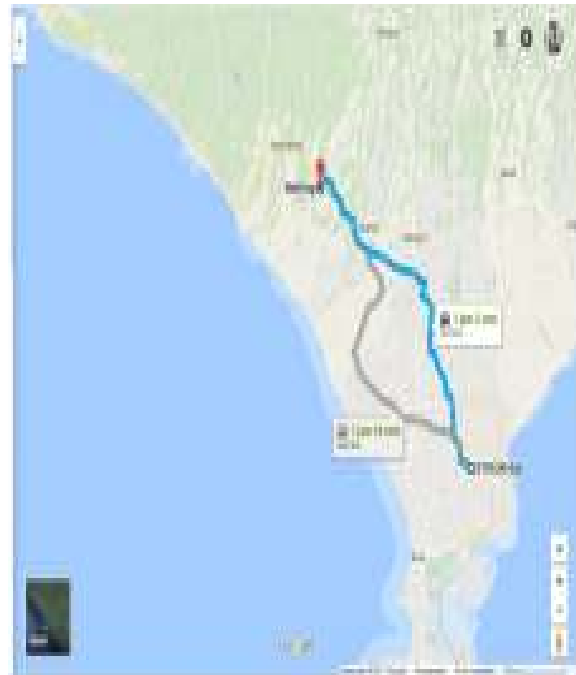
Gambar 2. Proses produksi

Kemasan tahu dan tempe yang dipasarkan oleh Bapak Sukirno masih menggunakan plastik bening ataupun kantong plastik belanja. Pada kemasan tersebut tidak terdapat labeling yang menunjukkan identitas usaha tahu tempe tersebut. Hal tersebut menjadi kurang menarik dan mengurangi nilai pemasaran produk usaha tersebut. Padahal, sebagaimana kita ketahui kemasan bagi suatu

produk dapat diibaratkan sebagai pakaian pada manusia. Daya tarik manusia sangat dipengaruhi oleh pakaian yang dikenakannya. Sama seperti pakaian bagi manusia, kemasan juga dapat meningkatkan daya tarik sebuah produk[4]. Karena itu, kemasan merupakan faktor yang penting, karena kemasan tidak hanya digunakan sebagai pelindung terhadap produk, tetapi kemasan juga dapat digunakan sebagai identitas dan media promosi untuk memikat konsumen, sehingga konsumen (pembeli) berkeputusan untuk melakukan pembelian produk tersebut[5].

2. Metode Pelaksanaan

Lokasi kegiatan pengabdian masyarakat ini terletak di Desa Meliling, yang merupakan salah satu desa yang terdapat di kecamatan Kerambitan Kabupaten Tabanan. Jarak lokasi pengusul dengan lokasi UKM pengabdian masyarakat ditunjukkan pada gambar 3.



Gambar 3. Lokasi Pengabdian pada masyarakat.

Metode pelaksanaan dari kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dimulai dari tahap persiapan kegiatan dengan pembuatan materi pelatihan yang akan digunakan dalam kegiatan tersebut. Pada tahapan ini juga dilakukan pengkajian terhadap model – model kemasan produk UKM. Variabel – variabel yang dikaji antara lain merek dagang (*brand*), tipografi yaitu berupa *logotype* pada kemasan, Ilustrasi, dan juga bentuk kemasan[6]. Selanjutnya sosialisasi tahapan – tahapan kegiatan yang akan dilakukan selama berlangsungnya pengabdian pada masyarakat ini, setelah itu tahap perencanaan kegiatan, dengan penyusunan jadwal kegiatan yang akan dilakukan, dilanjutkan dengan

Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat 2019

SINDIMAS 2019

STMIK Pontianak, 29 Juli 2019

pelaksanaan kegiatan pelatihan, dan tahap terakhir adalah evaluasi dan monitoring kegiatan serta pembuatan laporan. Adapun sasaran dalam kegiatan pengabdian ini adalah pemilik dan karyawan.

2.1. Permasalahan Prioritas

Persoalan yang dihadapi oleh UKM Bapak Sukirno saat ini adalah tidak adanya *labeling* kemasan pada produk usaha tahu tempe tersebut. Pada kemasan tahu dan tempe, tidak terdapat *labeling* yang dapat menunjukkan identitas usaha tahu tempe tersebut. Secara umum, kelemahan dari kemasan produk ini adalah wujud kemasannya yang sangat sederhana, sehingga tidak memberikan unsur promosi dan juga memenuhi standar produk dan kemasan [6][7].

Selain itu kurangnya pengetahuan mitra mengenai pentingnya serta manfaat dari *labeling* kemasan tersebut baik sebagai media promosi ataupun membuat kemasan menjadi lebih menarik. Sementara itu, kemampuan sumber daya manusia juga masih sangat minim dalam memanfaatkan teknologi untuk desain label kemasan yang baik. Adapun varian produk yang dihasilkan usaha tahu tempe tersebut dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4. Produk yang dihasilkan

2.2. Pelaksanaan Kegiatan

Berdasarkan pada permasalahan mitra yang dihadapi saat ini, maka kegiatan yang kami lakukan adalah sebagai berikut:

a. Sosialisasi

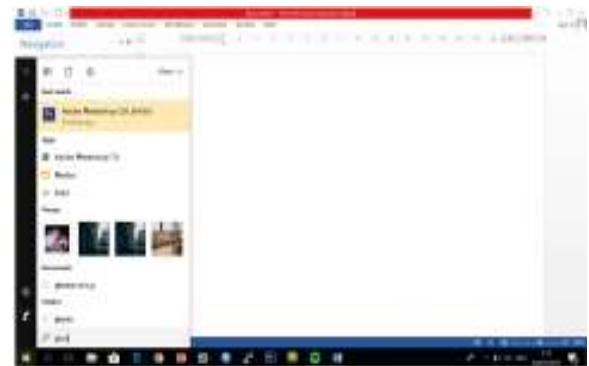
Sosialisasi yang dilakukan dengan menghadirkan para peserta dalam sebuah pertemuan dan menyampaikan beberapa informasi yang berkaitan dengan kegiatan yang akan dilaksanakan. Dalam hal ini informasi yang akan disampaikan adalah

mengenai latar belakang, target dan sasaran serta tujuan dari kegiatan pengabdian pada masyarakat ini.

b. Pelatihan

Pelaksanaan pelatihan desain label yang menarik dan informatif diawali dengan pemaparan tentang manfaat penggunaan perangkat lunak aplikasi desain label (Adobe Photoshop). *Labeling* akan didesain dengan menggunakan alat bantu komputer sehingga dihasilkan kemasan yang menarik dan *eye catching* serta modern.

Labeling kemasan yang telah didesain akan dicetak dalam kertas *sticker* sehingga tidak akan mudah rusak dan luntur apabila terkena air. Para peserta yaitu pemilik dan karyawan yang berjumlah 6 orang, diberikan pengenalan pembuatan desain *labeling* kemasan menggunakan Adobe Photoshop oleh instruktur, sehingga akan memudahkan dalam pembuatan desain *labeling* kemasan. Instruktur akan memberikan materi mengenai perangkat lunak komputer Adobe Photoshop dan latihan penggunaannya. Dalam kegiatan ini dilakukan praktik dan juga tanya jawab langsung apabila terdapat pertanyaan mengenai penggunaan aplikasi tersebut. Gambar 5, 6, dan 7 menunjukkan proses pembuatan desain label dengan aplikasi Adobe photoshop.



Gambar 5. Tampilan pencarian aplikasi photoshop.



Gambar 6. Tampilan pencarian icon pada google



Gambar 7. Tampilan desain label dengan photoshop.

Pada kegiatan pelatihan ini mitra menyiapkan peserta dan juga tempat yang akan digunakan selama proses pelatihan berlangsung. Peserta pelatihan dapat aktif dalam menerima materi dan dapat mengaplikasikannya secara langsung dalam kegiatan pelatihan, berdiskusi dengan instruktur pelatihan, dan dapat langsung mencoba melalui laptop atau *smartphone*.

Selama proses kegiatan, mitra berperan sebagai pelaksana ide dan memberikan masukan mengenai desain *labeling* kemasan yang diinginkan. Pengusul berperan sebagai pemberi ide kepada mitra dalam hal desain kemasan. Produk yang sudah dikemas dapat dilihat pada gambar 8.



Gambar 8. Produk yang sudah dikemas

c. **Monitoring dan Evaluasi**(1)

Kegiatan monitoring dan evaluasi dilakukan untuk mengetahui kemampuan peserta setelah mengikuti pelatihan, mengetahui pemahaman peserta dan mengetahui manfaat yang dirasakan setelah pelatihan.

3. Hasil Pelaksanaan

Sebelum pelaksanaan kegiatan pelatihan dilakukan, dari studi pendahuluan yang telah dilaksanakan, produk tahu dan tempe Bapak Sukirno telah dikemas secara sangat sederhana menggunakan plastik bening tanpa logo ataupun identitas perusahaan (UKM). Selain itu, pengetahuan pemilik dan karyawan usaha tahu tempe tersebut juga masih minim dalam hal pemanfaatan teknologi informasi, khususnya bagaimana memanfaatkan teknologi untuk mendesain kemasan dan *labeling* produk yang menarik dan informatif.

Sejalan dengan itu, maka, luaran dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah :

- Materi pelatihan desain labeling kemasan produk
- Keseluruhan peserta pelatihan ini dapat mendesain kemasan produk
- Keseluruhan peserta pelatihan dapat melakukan labeling pada kemasan produk tahu tempe

Untuk mengetahui sejauh mana hasil yang didapat peserta selama pelaksanaan pelatihan, maka kami melakukan monitoring dan evaluasi terhadap peserta pelatihan. Evaluasi dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang berisi pertanyaan mengenai materi dan manfaat yang dirasakan setelah diadakannya pelatihan. Kuesioner disebar kepada peserta dan pemilik.

Mengacu pada hasil kuesioner yang didapatkan maka, proses kegiatan (pelatihan) yang telah dilakukan ini mendapat respon yang sangat positif dari para peserta, dimana para peserta sangat antusias dalam mengikuti kegiatan. Berdasarkan pada hasil kuesioner, kegiatan pengabdian pada masyarakat ini memberikan hasil sebagai berikut :

- Rata-rata peserta dapat memahami dengan baik materi yang telah disampaikan oleh instruktur.
- Rata-rata peserta mendapatkan manfaat yang sangat baik dari pelatihan yang telah dilakukan yaitu, mempermudah dalam desain dan labeling kemasan. Sehingga, dengan demikian dapat disimpulkan meningkatnya pengetahuan dan pemahaman peserta dalam desain labeling kemasan dan sekaligus sebagai salah satu media promosi.
- Terciptanya *labeling* kemasan produk tahu dan tempe yang menarik dan informatif

4. Kesimpulan

Kurangnya sentuhan teknologi, khususnya dalam hal *labeling* dan pengemasan serta tata saji menjadi permasalahan tersendiri dalam pengembangan UKM di Indonesia[6]. Sejalan dengan itu, pelatihan pemanfaatan teknologi informasi menjadi sangat penting bagi pelaku UMK agar dapat mendesain kemasan dan *labeling*

Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat 2019

SINDIMAS 2019

STMIK Pontianak, 29 Juli 2019

produk yang menarik dan informatif. Selain itu, kemasan suatu produk yang baik dapat juga menjadi media promosi dan menguatkan citra produk yang dipasarkan[8]. Selama proses kegiatan ini, terdapat beberapa manfaat yang dapat diambil dari pelaksanaan pengabdian masyarakat ini, yaitu :

1. Mengacu pada hasil kuesioner, pengetahuan dan pemahaman peserta mengenai manfaat labeling kemasan meningkat
2. Hasil monitoring pada peserta menunjukkan bahwa keterampilan peserta dalam menggunakan aplikasi Adobe Photoshop dalam pembuatan desain labeling kemasan produk semakin meningkat
3. Terciptanya *labeling* kemasan yang dapat ditempelkan pada produk tahu ataupun tempe sehingga dapat digunakan sebagai media promosi.

Daftar Pustaka

- [1]. D. M. Utari, "Kandungan Asam Lemak, Zink, dan Copper pada Tempe, Bagaimana Potensinya untuk Mencegah Penyakit Degeneratif?" *Gizi Indonesia*, Vol.33, No.2, pp. 108-115, 2010
- [2]. A. K. Zakaria, W. K. Sejati dan R. Kustiari, "Analisis Daya Saing Komoditas Kedelai Menurut Agro Ekosistem: Kasus di Tiga Provinsi di Indonesia", *Jurnal Agro Ekonomi*, Vol.28, No.1, Mei 2010, pp. 21 – 37
- [3]. K. Y. Ambara, I. N.G. Ustriyana, I.K. Rantau, "Profil Usaha Industri Kecil Tahu dan Tempe Makmur Jaya di Kecamatan Denpasar Barat, Kota Denpasar", *E-Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*, Vol. 6, No. 2, April 2017, pp. 259-269
- [4]. H. D. Wahyudi, "Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang", *Jurnal Eksekutif*, Vol. 2, No. 3, Desember 2005, pp. 165-170
- [5]. Th. Susetyarsi, "Kemasan Produk Ditinjau dari Bahan Kemasan, Bentuk Kemasan dan Pelabelan pada Kemasan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Minuman Mizone di Kota Semarang", *Jurnal STIE Semarang*, Vol. 4, No. 3, Edisi Oktober 2012, pp. 19-28
- [6]. I. Maflahah, "Desain Kemasan Makanan Tradisional Madura dalam Rangka Pengembangan IKM", *AGROINTEK Volume 6, No.2 Agustus 2012*, pp. 118-122
- [7]. Syamsudin, M. F. Wajdi, A. N. Praswati, "Desain Kemasan Makanan KUB Sukarasa di Desa Wisata Organik Sukorejo Sragen", *BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Volume 19, Nomor 2, Desember 2015: 181-188
- [8]. I. P. Artaya, M. Kamisutara, R. A. Baktiono, "Pengaruh Citra Produk Berdasarkan Analisis Persepsi Konsumen pada Kelompok Usaha Aneka Pangan Kota Sidoarjo", *Jurnal Tata Sejuta* Vol. 4, No. 1, Maret 2018, pp.1-11
- [9]. J. Enterprise, *Ragam Desain Grafis Photoshop*. Jakarta : Elex Media Komputindo, 2016
- [10]. M. R. Klimchuk, S. A. Krasovec, *Desain Kemasan*. Jakarta : Erlangga, 2008