

KAJIAN PERUBAHAN DESAIN KEMASAN PADA PRODUK BUMBU TRADISIONAL MAKASSAR

Study The Change in Design Packaging of The Seasoning Traditional Makassar

Syahriati

Email: alif24mks@gmail.com

Jurusan Teknologi Pengolahan Hasil Perikanan
Politeknik Pertanian Negeri Pangkep

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk (1) meninjau mekanisme perusahaan melakukan perubahan desain produk, (2) untuk melihat promosi dilakukan perusahaan pada saat perubahan produk pengepakan desain, dan (3) untuk mengidentifikasi perubahan volume penjualan sebelum dan setelah produk pengepakan desain dilakukan. Kajian ini dilakukan di UD. AL-MINAH yang terletak di Kecamatan Bajeng, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif, sehingga digunakan data deskriptif untuk menjelaskan temuan studi. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara untuk menghasilkan data primer dan pengamatan untuk menghasilkan data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa selama periode tiga perubahan produk pengepakan desain (plastik polyetilen, plastik polypropilen dalam bentuk pot, dan kemasan fleksibel stand-up pouch) menyebabkan peningkatan volume penjualan produk berbagai bumbu dari UD AL-MINAH. Setiap periode perubahan desain pengemasan, perusahaan mempertimbangkan pilihan kemasan jenis melalui survei pasar, produk menunjukkan, diskusi tentang penelitian dan pengembangan dengan packing firma konsultasi desain produk. Perusahaan melakukan promosi produk melalui produk, persaingan dan iklan di media massa.

Kata kunci: pengepakan desain, tradisional seasoninged, penjualan volume.

ABSTRACT

The aims of this research are to (1) review the mechanism of the company conduct product design changes, (2) to see the promotion conducted by the company at the time the change the product packing design, and (3) also to identify the changes of sales volume before and after product packing design conducted. This study is conducted in UD. AL-MINAH which is located in Kecamatan Bajeng, Kabupaten Gowa, South Sulawesi. The study uses qualitative approach and therefore apply descriptive data to explain the finding of the study. Data collection conducted through interview to produce primary data and observation to produce secondary data. The result of the study shows that during three periods of changes of product packing design (plastic polyetilen packing, plastic polypropilen in the form of pot, and stand-up pouch flexible model) causes increase in sales volume of the vary seasoning product of UD AL-MINAH. Each period of packing design changes the company consider the choice of packing type through market survey, product shows, discussion of product research and development with packing design

consultation firm. The company conduct promotion of the product through product shows, competition and advertisement in the mass media.

Keywords: *packing design, tradisional seasoned, sales volume*

PENDAHULUAN

Era globalisasi menuntut persaingan yang ketat dan kompetitif, sehingga semua produk dituntut untuk senantiasa melakukan perbaikan, penyempurnaan dan terobosan. Pelaku bisnis, baik kecil maupun besar harus terus berupaya agar produk yang mereka hasilkan dan tawarkan, selalu diinginkan, diterima, dan dibeli oleh konsumen dalam jumlah besar. Upaya yang dilakukan industri untuk menarik konsumen membeli barang yang dihasilkan. Tidak hanya dari ragam produknya tetapi juga desain kemasan produk, sehingga dapat menjadi nilai tambah untuk memberi *emotional benefit* kepada konsumen. Pengemasan bagi suatu produk sangat penting untuk mencegah dan melindungi produk tersebut dari kerusakan baik secara fisik, kimiawi maupun biologis, serta untuk mencegah kontaminasi oleh mikroorganisme atau benda asing lainnya yang dapat merusak produk. Oleh karena itu pengemasan disebut juga pembungkusan, pewadahan atau pengepakan menjadi suatu persyaratan khusus atau keharusan bagi produk - produk olahan pangan yang cenderung bersifat *perishable* atau mudah rusak.

Peranan kemasan sebagai satu bagian dari desain komunikasi visual menuntut banyak pertimbangan dalam proses pembuatannya, karena selain mempertimbangkan faktor estetika juga harus fungsional. Kemasan suatu produk yang didesain dapat menarik perhatian

konsumen dan memenangkan persaingan pasar. Sehingga kemasan yang fungsi awalnya adalah "*kemasan melindungi apa yang dijual*" menjadi "*kemasan menjual apa yang dilindungi*".

UD. AL-MINAH adalah perusahaan rumah tangga (*home industry*), yang bergerak dalam usaha pembuatan aneka bumbu masakan tradisional Makassar seperti bumbu konro, pallu basa, coto Makassar, sop saudara, kari dan toppa' lada yang dijual dalam bentuk basah yang dikemas. Produksi bumbu UD. AL-MINAH ini telah beredar di pasaran baik di pasar tradisional maupun di pasar swalayan, dan telah mengalami dua kali pergantian kemasan dengan desain yang berbeda. Pergantian desain kemasan inilah yang mendorong peneliti untuk mengkaji apakah ada perubahan tingkat penjualan produk yang diperoleh UD. AL-MINAH setelah mengganti desain kemasannya.

BAHAN DAN METODE

Penelitian ini dilaksanakan di UD. AL-MINAH, berlokasi di Kecamatan Bajeng, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan. Penelitian dilaksanakan pada Januari 2012. Bahan yang digunakan adalah sampel produk bumbu dengan kemasan lama dan sampel produk bumbu dengan kemasan baru. Peralatan yang digunakan adalah alat tulis, alat dokumentasi, dan kusioner.

Analisis perubahan desain kemasan terhadap jumlah penjualan bertujuan untuk mengetahui perubahan

sebagai berikut:

1. Setiap periode pergantian desain kemasan, UD. AL-MINAH mempertimbangkan pemilihan jenis kemasan melalui survey pasar, pameran dan diskusi bagian riset dan pengembangan produk dengan jasa konsultan desain kemasan.
2. Promosi penjualan aneka bumbu AL-MINAH dilakukan melalui pameran, lomba dan promosi melalui media massa.
3. Selama tiga periode perubahan desain kemasan, terjadi peningkatan volume penjualan aneka bumbu AL-MINAH.

DAFTAR PUSTAKA

- Swastha, B., dan Irawan. 1997. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty: Yogyakarta.
- Hurriyati, R. 2005. *Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen*. Alfabeta., Bandung.
- Nugroho, WH. 1990. *Metode Statistika*. Bandung: Ganeca Exact.