PENERAPAN DESAIN BERKELANJUTAN (SUSTAINABLE DESIGN) PADA IDENTITAS VISUAL DAN KEMASAN PRODUK UMKM CIRENG GAAFAA SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN DAYA SAING SERTA KEPEDULIAN TERHADAP LINGKUNGAN.

Yoga Kurniawan[1)]

[1)] Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
yogak705@gmail.com

ABSTRAK

Kemasan merupakan salah satu elemen penting dalam membangun identitas visual dan meningkatkan daya saing UMKM. Namun, masih banyak UMKM yang menggunakan kemasan sekali pakai yang kurang ramah lingkungan, seperti styrofoam, gelas plastik, dan kantong kresek. Permasalahan tersebut ditemukan pada UMKM Cireng GaaFaa, yang penggunaan kemasannya belum mencerminkan konsep *Sustainable Design*, sehingga berpotensi meningkatkan limbah kemasan serta belum mampu memberikan nilai tambah terhadap citra merek. Penelitian ini bertujuan untuk merancang ulang identitas visual dan kemasan UMKM Cireng GaaFaa dengan menerapkan prinsip *Sustainable Design* guna menciptakan kemasan yang lebih ramah lingkungan, memperkuat citra merek, serta meningkatkan daya saing produk. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan *Sustainable Design* melalui penggunaan material kemasan yang lebih ramah lingkungan dan pengembangan identitas visual mampu menghasilkan kemasan yang lebih menarik, memperkuat identitas merek, meningkatkan nilai jual produk, serta memberikan citra positif sebagai UMKM yang peduli terhadap lingkungan. Dengan demikian, penerapan desain berkelanjutan tidak hanya berkontribusi dalam mengurangi penggunaan limbah kemasan, tetapi juga menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan identitas visual dan daya saing UMKM di tengah meningkatnya kesadaran konsumen terhadap produk yang ramah lingkungan.

Kata Kunci: *Sustainable Design*, UMKM, kemasan ramah lingkungan, identitas visual, daya saing, Cireng GaaFaa.

ABSTRACT

Packaging is an important element in building a visual identity and increasing the competitiveness of MSMEs. However, many MSMEs still use disposable packaging that is less environmentally friendly, such as styrofoam, plastic cups, and plastic bags. This problem was found in the Cireng GaaFaa MSME, whose packaging does not yet reflect the concept of Sustainable Design, thus potentially increasing packaging waste and not being able to provide added value to the brand image. This study aims to redesign the visual identity and packaging of the Cireng GaaFaa MSME by applying the principles of Sustainable Design to create more environmentally friendly packaging, strengthen brand image, and increase product competitiveness. This study uses a qualitative method with data collection techniques through observation, interviews, and literature studies. The results of the study show that the application of Sustainable Design through the use of more environmentally friendly packaging materials and the development of a visual identity can produce more attractive packaging, strengthen brand identity, increase product selling value, and provide a positive image as an MSME that cares about the environment. Thus, the implementation of sustainable design not only contributes to reducing packaging waste but also serves as an effective strategy for enhancing the visual identity and competitiveness of MSMEs amidst growing consumer awareness of environmentally friendly products.

***Keywords**: Sustainable Design, MSMEs, eco-friendly packaging, visual identity, competitiveness, Cireng GaaFaa.*

PENDAHULUAN

Sektor kuliner merupakan salah satu bagian penting dalam perkembangan ekosistem UMKM di Indonesia. Semakin banyaknya pelaku usaha kuliner menyebabkan persaingan antarmerek semakin ketat, sehingga kualitas rasa dan harga yang terjangkau tidak lagi menjadi satu-satunya faktor yang memengaruhi keputusan konsumen. Dalam kondisi tersebut, identitas visual dan kemasan memiliki peran penting sebagai *first touchpoint* yang menghubungkan produk dengan konsumen. Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai wadah dan pelindung produk, tetapi juga menjadi media komunikasi yang dapat menyampaikan karakter, kualitas, dan nilai suatu merek. Steenis et al. (2017) menjelaskan bahwa material dan elemen visual pada kemasan dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap produk serta persepsi terhadap keberlanjutan kemasan. Oleh karena itu, perancangan kemasan UMKM perlu mempertimbangkan aspek fungsi, estetika, identitas merek, serta dampaknya terhadap lingkungan.

Permasalahan tersebut menjadi relevan pada UMKM Cireng GaaFaa yang berdiri pada tahun 2023 dan berlokasi di Jl. Tambak Asri No. 249. Cireng GaaFaa menawarkan produk cireng ayam suwir dan cireng kuah dengan harga Rp10.000 untuk cireng original, serta menyasar konsumen dari berbagai kalangan usia. Berdasarkan hasil observasi, penjualan Cireng GaaFaa dapat mencapai sekitar 12 porsi dalam sehari. Meskipun memiliki harga yang terjangkau dan variasi produk yang berpotensi menarik konsumen, penggunaan kemasan sekali pakai seperti *styrofoam* masih menjadi salah satu permasalahan. Penggunaan material tersebut berpotensi meningkatkan limbah kemasan dan menunjukkan adanya ketergantungan terhadap material yang kurang mendukung prinsip keberlanjutan. Selain itu, kemasan yang digunakan belum mampu memberikan nilai tambah yang optimal terhadap citra merek Cireng GaaFaa.

Jika dilihat dari perspektif desain, permasalahan tersebut menciptakan *pain points* pada aspek lingkungan, fungsional, dan komunikasi visual. Dari aspek lingkungan, penggunaan *styrofoam* sebagai kemasan sekali pakai berpotensi menambah timbulan limbah setelah produk dikonsumsi. Dari aspek komunikasi, kemasan belum dimanfaatkan secara maksimal sebagai media untuk membangun identitas dan membedakan Cireng GaaFaa dari produk kuliner sejenis. Padahal, penggunaan elemen visual seperti logo, warna, tipografi, dan ilustrasi yang konsisten dapat membantu membangun karakter merek serta meningkatkan daya ingat konsumen. Elemen visual pada kemasan memiliki peran dalam membentuk persepsi konsumen terhadap produk dan dapat memengaruhi respons konsumen terhadap suatu merek (Parassih & Susanto, 2021). Oleh karena itu, permasalahan kemasan Cireng GaaFaa tidak hanya berkaitan dengan pemilihan material, tetapi juga dengan kebutuhan untuk membangun identitas visual yang mampu mendukung citra dan daya saing produk.

Pendekatan *Sustainable Design* menjadi relevan untuk menjawab permasalahan tersebut karena mengintegrasikan pertimbangan lingkungan ke dalam proses perancangan tanpa mengesampingkan fungsi dan estetika. Perancangan kemasan tidak hanya diarahkan untuk mengganti *styrofoam* dengan material alternatif, tetapi juga mempertimbangkan efisiensi material, keamanan produk, kemudahan penggunaan, serta kemampuan kemasan dalam mengkomunikasikan identitas merek. Dalam konteks kemasan berkelanjutan, pemilihan material dan desain perlu mempertimbangkan aspek lingkungan sekaligus fungsi dan kebutuhan konsumen (Ketelsen et al., 2020). Integrasi antara identitas visual dan kemasan diharapkan dapat menghasilkan desain yang lebih konsisten, menarik, fungsional, dan memiliki nilai lingkungan. Dengan demikian, kemasan dapat berfungsi tidak hanya sebagai wadah produk, tetapi juga sebagai media komunikasi yang memperkuat citra Cireng GaaFaa di tengah persaingan produk kuliner.

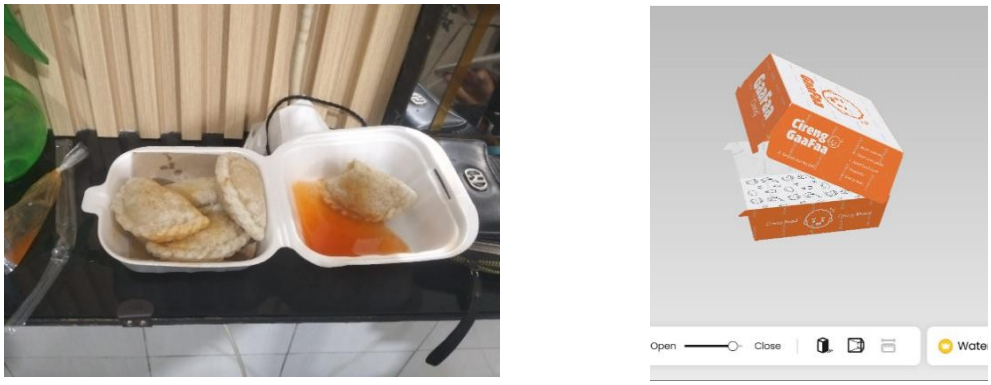
Dalam konteks perancangan UMKM, penerapan *Sustainable Design* juga menjadi peluang untuk menciptakan diferensiasi produk melalui pendekatan yang menggabungkan kepedulian terhadap lingkungan dengan penguatan identitas merek. Penggunaan material yang lebih sesuai dengan prinsip keberlanjutan apabila didukung oleh identitas visual yang kuat dapat memberikan pengalaman yang lebih baik bagi konsumen sekaligus meningkatkan daya tarik produk. Oleh karena itu, perancangan identitas visual dan kemasan Cireng GaaFaa diarahkan tidak hanya sebagai upaya mengganti kemasan yang digunakan saat ini, tetapi sebagai strategi desain untuk mengurangi ketergantungan terhadap kemasan *styrofoam*, meningkatkan nilai visual produk, serta membangun citra merek yang lebih kuat dan kompetitif. Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk merancang ulang identitas visual dan kemasan UMKM Cireng GaaFaa dengan menerapkan prinsip *Sustainable Design*. Perancangan ini diharapkan dapat menghasilkan identitas visual yang lebih kuat dan komunikatif serta kemasan yang lebih ramah lingkungan, fungsional, dan menarik. Selain mengurangi ketergantungan terhadap penggunaan kemasan sekali pakai berbahan *styrofoam* dan potensi timbulan limbah, hasil perancangan diharapkan mampu memberikan nilai tambah terhadap citra merek serta meningkatkan daya saing UMKM Cireng GaaFaa.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan **kualitatif** dengan metode perancangan berbasis ***Design Thinking***. Metode ini dipilih karena sesuai untuk memahami permasalahan secara langsung melalui sudut pandang pengguna serta menghasilkan solusi desain yang sesuai dengan kebutuhan UMKM Cireng GaaFaa. Data penelitian diperoleh melalui observasi lapangan dan wawancara untuk mengetahui kondisi identitas visual, kemasan, karakter produk, serta kebutuhan konsumen.
Seluruh data mentah hasil observasi lapangan kemudian disaring, dianalisis, dan dikelompokkan secara tekstual maupun visual menggunakan kerangka kerja **SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*)**. Analisis ini digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal Cireng GaaFaa serta peluang dan ancaman yang berasal dari lingkungan eksternal. Hasil analisis SWOT menjadi dasar dalam menentukan permasalahan dan strategi yang akan diterapkan pada proses perancangan identitas visual dan kemasan.

Proses perancangan selanjutnya menggunakan lima tahapan **Design Thinking**, yaitu **Empathize, Define, Ideate, Prototype,** dan **Test**. Tahap *Empathize* dilakukan melalui observasi dan wawancara untuk memahami kebutuhan pengguna serta kondisi kemasan yang digunakan. Tahap *Define* dilakukan dengan merumuskan permasalahan utama berdasarkan hasil observasi dan analisis SWOT, khususnya penggunaan kemasan *styrofoam* yang kurang ramah lingkungan serta belum optimal dalam membangun citra merek. Tahap *Ideate* dilakukan dengan mengembangkan konsep identitas visual dan alternatif desain kemasan berdasarkan prinsip ***Sustainable Design***.

Pada tahap *Prototype*, konsep terpilih dikembangkan menjadi rancangan identitas visual dan kemasan dalam bentuk visualisasi serta *mockup*. Selanjutnya, tahap *Test* dilakukan untuk memperoleh tanggapan pengguna terhadap rancangan yang meliputi aspek visual, fungsi, kenyamanan, serta kesesuaian desain dengan karakter Cireng GaaFaa. Hasil pengujian digunakan sebagai bahan evaluasi dan penyempurnaan rancangan akhir. Melalui tahapan tersebut, penelitian diharapkan menghasilkan identitas visual dan kemasan yang lebih fungsional, komunikatif, ramah lingkungan, serta mampu meningkatkan citra dan daya saing UMKM Cireng GaaFaa.



Gambar 1. Perbandingan kemasan awal UMKM dengan hasil Prototype

Tabel 1. Perbandingan kemasan awal UMKM dengan hasil re-design.

Aspek Perancangan	Kemasan Lama (Eksisting)	Kemasan Baru (Rancangan Premium)
Jenis / Struktur Material	Sterofoam lusinan yang dapat dibeli di toko plastik dan dilapisi kertas minyak	**Kraft paper food grade,** lembaran kertas berbahan serat alami yang cukup kuat dan aman
Kualitas Estetika	Polos, hanya sterofoam biasa berwarna putih.	tampilan natural dan sederhana, memberikan kesan ramah lingkungan, dapat dicetak dengan desain yang minimalis dan modern.
Fungsi Perlindungan	rendah/kurang kuat, rawan bocor, dan kurang mampu menjaga kehangatan makanan.	Tinggi; ketebalan kertas Kraft dan greaseproof food grade efektif menahan minyak/sambal agar tidak merembes.
Fungsi Komunikasi	**Tidak komunikatif**; tidak memiliki logo, informasi kontak, menu, maupun identitas merek.	**Sangat komunikatif**; mengintegrasikan logo baru, palet warna khas, cerita merek, dan kontak media sosial pada permukaan kemasan.
Dampak pada Persepsi Harga	**Styrofoam:** Harga Rp10.000 dianggap terjangkau dan sesuai dengan kemasan sederhana, tetapi penggunaan styrofoam dapat menurunkan kesan premium serta nilai produk karena kurang ramah lingkungan.	Memberikan *visual justification* (karakteristik **Kraft paper food grade** membuat konsumen merasa harga sebanding dengan *value* yang didapat).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Identifikasi Masalah dan SWOT

Berdasarkan hasil observasi pada UMKM Cireng GaaFaa, ditemukan permasalahan pada penggunaan kemasan dan identitas visual produk. Kemasan yang digunakan masih berbahan *styrofoam* sekali pakai yang berpotensi menambah limbah. Selain itu, kemasan belum dimanfaatkan secara optimal untuk memperkenalkan identitas merek kepada konsumen.

Permasalahan tersebut menjadi dasar perancangan ulang identitas visual dan kemasan dengan pendekatan *Sustainable Design*. Perancangan ini bertujuan menghasilkan kemasan yang fungsional, menarik, memiliki identitas visual yang konsisten, serta mempertimbangkan penggunaan material yang lebih ramah lingkungan.

Analisis SWOT digunakan untuk menentukan strategi pengembangan identitas visual dan kemasan Cireng GaaFaa berdasarkan kondisi internal dan eksternal usaha.

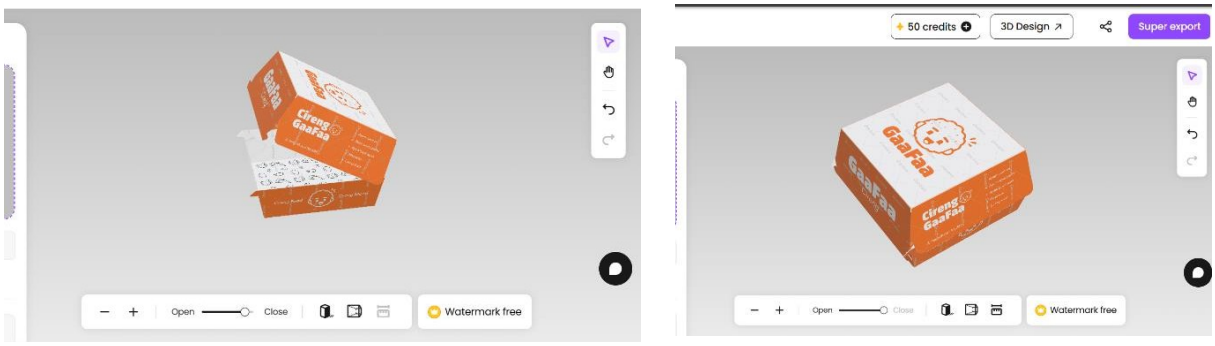
- **Strengths (Kekuatan):** Harga produk terjangkau dan memiliki variasi produk.
- **Weaknesses (Kelemahan):** Kemasan masih menggunakan *styrofoam* dan identitas visual belum optimal.
- **Opportunities (Peluang):** Pengembangan desain kemasan dapat meningkatkan daya tarik dan pengenalan merek.
- **Threats (Ancaman):** Persaingan usaha kuliner sejenis serta kemungkinan peningkatan biaya material kemasan alternatif.

Berdasarkan analisis tersebut, strategi perancangan difokuskan pada penguatan identitas visual dan pemilihan alternatif kemasan yang sesuai dengan fungsi produk, kemampuan biaya UMKM, serta prinsip keberlanjutan.

2. Design Thinking

Hasil identifikasi masalah kemudian dikembangkan melalui lima tahapan **Design Thinking**, yaitu *Empathize, Define, Ideate, Prototype,* dan *Test*.

- **Empathize:** Tahap ini dilakukan melalui observasi dan wawancara untuk memahami kondisi usaha, karakter produk, serta penggunaan kemasan Cireng GaaFaa. Hasilnya menunjukkan perlunya kemasan yang lebih menarik, fungsional, dan mampu memperkuat identitas merek.
- **Define:** Permasalahan utama dirumuskan berdasarkan hasil observasi dan analisis SWOT, yaitu penggunaan kemasan *styrofoam* sekali pakai serta belum optimalnya identitas visual pada kemasan. Oleh karena itu, diperlukan perancangan yang menggabungkan fungsi kemasan, komunikasi visual, dan pertimbangan lingkungan.
- **Ideate:** Tahap ini dilakukan dengan mengembangkan konsep identitas visual dan kemasan melalui pemilihan logo, warna, tipografi, tata letak, serta alternatif material. Konsep dirancang agar mencerminkan karakter Cireng GaaFaa dan tetap mempertimbangkan efisiensi biaya serta fungsi kemasan.
- **Prototype:** Konsep terpilih dikembangkan menjadi desain identitas visual dan kemasan dalam bentuk *mockup*. Tahap ini bertujuan untuk melihat penerapan elemen visual, keterbacaan informasi, dan kesesuaian desain dengan karakter produk Cireng GaaFaa.
- **Test:** Tahap pengujian dilakukan untuk memperoleh masukan mengenai tampilan visual, fungsi, dan kesesuaian desain dengan kebutuhan usaha. Masukan tersebut digunakan sebagai dasar penyempurnaan desain sebelum diterapkan. Pemilihan material juga perlu dievaluasi berdasarkan keamanan pangan, ketahanan, dan biaya penggunaan.



Gambar 2. hasil Prototype Re-Design kemasan cireng GaaFaa

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa permasalahan utama pada kemasan Cireng Gaafaa terletak pada penggunaan kemasan styrofoam yang masih sederhana dan kurang mampu merepresentasikan kualitas produk secara visual. Meskipun harga produk yang ditawarkan, yaitu sekitar Rp10.000, tergolong terjangkau dan sesuai dengan porsi serta kualitas rasa yang diberikan, penggunaan styrofoam dapat menimbulkan kesan kurang premium, kurang menarik, serta kurang ramah lingkungan. Selain itu, material tersebut memiliki keterbatasan dalam mendukung citra merek dan memberikan pengalaman kemasan yang lebih bernilai kepada konsumen.

Melalui perancangan ulang kemasan dengan pendekatan *sustainable design*, penggunaan material kraft paper food grade menjadi alternatif yang lebih sesuai untuk Cireng Gaafaa. Material ini memberikan tampilan yang lebih natural, sederhana, dan modern, sekaligus dapat meningkatkan persepsi kualitas serta nilai produk. Penambahan lapisan *greaseproof food grade* juga dapat meningkatkan fungsi kemasan dengan memberikan perlindungan terhadap minyak dan mengurangi risiko kebocoran. Dengan demikian, desain kemasan baru tidak hanya berfungsi sebagai wadah, tetapi juga sebagai media komunikasi visual yang mampu memperkuat identitas dan citra produk.

Perancangan kemasan yang lebih estetis, fungsional, dan berorientasi pada keberlanjutan diharapkan dapat meningkatkan *brand value* Cireng Gaafaa, memberikan diferensiasi dibandingkan produk sejenis, serta menciptakan persepsi harga yang lebih sesuai dengan kualitas produk. Oleh karena itu, penggunaan kemasan kraft paper food grade dengan desain yang konsisten direkomendasikan sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan daya tarik produk dan memberikan pengalaman yang lebih positif kepada konsumen.

REFERENSI

Ketelsen, M., Janssen, M., & Hamm, U. (2020). Consumers' response to environmentally-friendly food packaging—A systematic review. Journal of Cleaner Production, 254, Article 120123. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.120123

Parassih, E. K., & Susanto, E. H. (2021). Pengaruh visual packaging design (warna, bentuk, ukuran) dan packaging labeling (komposisi, informasi nilai gizi, klaim) terhadap purchase intentions produk makanan dan minuman dalam kemasan di Jakarta. Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan, 5(1), 66–71. https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i1.10451

Steenis, N. D., van Herpen, E., van der Lans, I. A., Ligthart, T. N., & van Trijp, H. C. M. (2017). Consumer response to packaging design: The role of packaging materials and graphics in sustainability perceptions and product evaluations. Journal of Cleaner Production, 162, 286–298. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.06.036