

DESAIN KEMASAN MUKENA TIE DYE UMKM SYAFIRA MOJOKERTO

Novia Kurniasari ¹⁾, Aris Sutejo ²⁾

¹⁾ Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
21052010070@student.upnjatim.ac.id

²⁾ Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
aris.dkv@upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Kemasan memiliki peran penting dalam penjualan produk, berfungsi sebagai pelindung, media informasi, promosi, dan penarik minat pembeli. Desain kemasan yang menarik dapat meningkatkan minat dan daya beli konsumen. UMKM Syafira yang menjual mukenah tie dye di Mojokerto saat ini hanya menggunakan kemasan plastik bening tipis tanpa desain visual yang menarik, sehingga produk rawan rusak selama pengiriman dan kurang diminati. Penelitian ini bertujuan merancang desain kemasan mukenah Syafira yang menarik dan fungsional. Metode yang digunakan adalah analisis kualitatif, melibatkan observasi, pengukuran, uji kekuatan kemasan, dan studi literatur untuk memahami atribut produk dan konsep desain kemasan yang efektif. Langkah perancangan meliputi studi literatur, brainstorming, pengembangan konsep desain, implementasi desain, serta uji coba dan evaluasi. Desain yang direkomendasikan adalah kemasan kardus dengan warna feminim dan informasi produk yang jelas. Hasil penelitian diharapkan menghasilkan desain kemasan yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga memenuhi kebutuhan fungsional, meningkatkan daya saing produk mukenah Syafira, dan memberikan perlindungan optimal selama pengiriman.

Kata Kunci : Desain, Kemasan, Mukenah Syafira

ABSTRACT

Packaging has an important role in product sales, functioning as protection, information media, promotion and attracting buyers' interest. Attractive packaging design can increase consumer interest and purchasing power. MSME Syafira, which sells tie dye mukenah in Mojokerto, currently only uses thin clear plastic packaging without an attractive visual design, so the product is prone to damage during shipping and is less popular. This research aims to design an attractive and functional Syafira mukenah packaging design. The method used is qualitative analysis, involving observation, measurement, packaging strength testing, and literature study to understand product attributes and effective packaging design concepts. Design steps include literature study, brainstorming, developing design concepts, design implementation, as well as testing and evaluation. The recommended design is cardboard packaging with feminine colors and clear product information. The research results are expected to produce packaging designs that are not only visually attractive but also meet functional needs, increase the competitiveness of Syafira mukenah products, and provide optimal protection during shipping.

Keywords : Design, Packaging, Syafira Mukenah

PENDAHULUAN

Syafira Tie Dye Mukenah merupakan sebuah UMKM di Mojokerto yang bergerak di bidang fashion, khususnya dalam produksi dan penjualan mukenah dengan motif tie dye. Produk mukenah dari Syafira ini memiliki keunikan dalam hal desain dan bahan yang digunakan, namun karena usaha ini sedang merintis jadi masih belum memiliki kemasan yang menjadi ciri khas. Saat ini, kemasan yang digunakan oleh mukenah Syafira hanya berupa plastik bening tipis tanpa desain visual yang menarik, sehingga produk menjadi rawan rusak selama pengiriman dan kurang menarik bagi konsumen. Kemasan merupakan elemen penting dalam penjualan produk karena berfungsi tidak hanya sebagai pelindung tetapi juga sebagai identitas, ciri khas, media informasi, promosi, dan penarik minat pembeli.

Ciri khas pada kemasan sangat penting dalam membangun dan memperkuat identitas merek, karena kemasan yang unik dan mudah dikenali memudahkan konsumen untuk mengidentifikasi produk di antara banyak pilihan dengan produk yang serupa. Dengan warna, bentuk, dan desain yang unik, produk dapat lebih menonjol dibandingkan kompetitor, sehingga dalam pasar yang kompetitif, ciri khas pada kemasan membantu produk terlihat berbeda dari yang lain. Konsumen cenderung kembali membeli produk yang mereka kenali dan percayai, dan kemasan yang konsisten serta memiliki ciri khas kuat dapat membangun loyalitas jangka panjang. Selain itu, ciri khas pada kemasan dapat digunakan untuk menceritakan kisah merek, nilai-nilai yang diusung, dan menciptakan hubungan emosional dengan konsumen.

Identitas kemasan yang kuat memudahkan konsumen mengenali produk Anda di antara banyak pilihan lain. Elemen desain yang konsisten seperti warna, logo, dan font membantu membangun kesadaran merek, membuat produk menonjol dan menarik minat pembeli. Di pasar kompetitif, identitas kemasan yang khas membedakan produk dari pesaing, mempengaruhi keputusan pembelian. Kemasan profesional meningkatkan persepsi kualitas produk, membangun loyalitas konsumen melalui pengalaman positif yang mendorong pembelian ulang. Secara keseluruhan, identitas kemasan yang kuat memainkan peran penting dalam strategi pemasaran dan branding, mempengaruhi pengenalan, persepsi, dan loyalitas konsumen terhadap merek Anda.

Aspek visual menjadi daya tarik yang sangat penting dalam pembuatan desain kemasan untuk menarik perhatian dan daya beli pelanggan kepada suatu produk. Kemasan yang menarik secara visual, estetik dan artistik dapat menarik perhatian konsumen. Desain yang menawan dan berbeda dapat membuat produk lebih menonjol dibandingkan dengan produk lain di pasar. Desain kemasan yang menarik juga dapat menciptakan koneksi emosional dengan konsumen, menambah nilai produk, dan memungkinkan komunikasi yang efektif di pasar internasional. Desain kemasan sendiri merupakan sebuah bisnis kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. Dalam beberapa kasus, kemasan itu sendiri bisa dianggap sebagai karya seni. Konsumen mungkin menyimpan kemasan tersebut sebagai dekorasi atau koleksi.

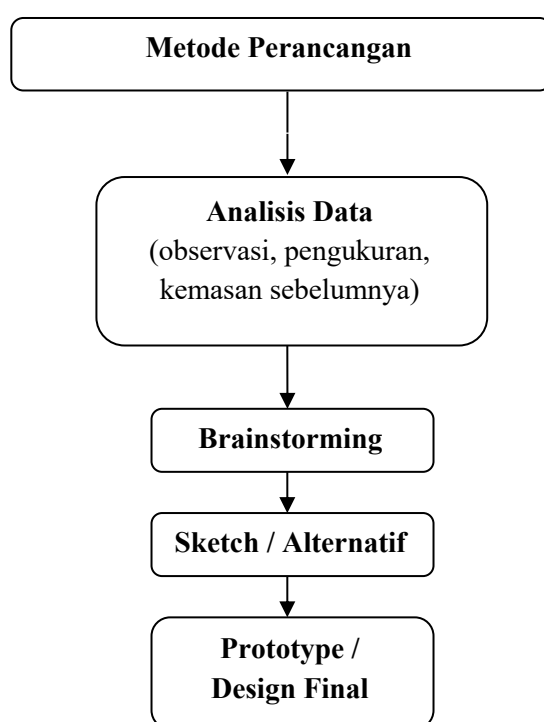
Kemasan yang baik mampu melindungi produk dari kontaminasi fisik, kimia, dan biologis. Kemasan harus dirancang untuk kemudahan penanganan mempermudah proses pemindahan, penyimpanan, dan pengiriman. Oleh karena itu kemasan harus dapat melindungi produk dari benturan, tekanan, dan kondisi lingkungan selama proses pengiriman. Ini memastikan bahwa produk tiba dalam kondisi baik dan tidak rusak, menjaga kualitas dan integritas produk. Produk yang tiba dalam kondisi baik dapat mengurangi kemungkinan pengembalian barang akibat kerusakan selama pengiriman, mengurangi biaya, dan meningkatkan kepuasan konsumen. Kemasan yang kokoh dan berkualitas tinggi juga mencerminkan citra merek yang profesional dan dapat diandalkan.

Kemasan yang unik sering kali memberikan kesan eksklusif dan premium pada produk. Konsumen cenderung menganggap produk yang dikemas dengan baik sebagai produk berkualitas tinggi. Perhatian terhadap detail dalam desain kemasan dapat menciptakan kesan bahwa produsen peduli dengan kualitas dan pengalaman konsumen, yang meningkatkan nilai persepsi produk. Produk dengan kemasan yang menarik dan estetik sering kali disimpan sebagai kenang-kenangan atau souvenir. Kemasan yang indah

juga bisa menjadi bagian dari kenangan yang dihubungkan dengan momen khusus, souvenir atau hampers.

Perancangan visual kemasan yang tepat dan menarik sangat dibutuhkan untuk meningkatkan daya saing produk UMKM Syafira Tie Dye Mukenah, sehingga dapat memberikan perlindungan maksimal bagi produk selama proses pengiriman. Oleh karena itu, Kemasan penting bagi UMKM Syafira Tie Dye Mukenah, karena berfungsi sebagai pelindung, identitas, media informasi, promosi, dan penarik minat pembeli. Desain kemasan yang menarik secara visual dapat menciptakan koneksi emosional dengan konsumen, menambah nilai produk, memberikan kesan eksklusif dan premium, juga dapat memungkinkan komunikasi efektif di pasar internasional. Investasi dalam kemasan yang baik akan membawa manfaat jangka panjang, baik dari segi kepuasan konsumen maupun peningkatan penjualan.

METODE PERANCANGAN



Gambar 1. Diagram Alur Perancangan
Sumber: Pribadi

Perancangan desain kemasan adalah proses yang kompleks dan memerlukan pendekatan yang sistematis. Oleh karena itu diperlukan metode perancangan yang sesuai. Hal yang perlu diperhatikan sebelum merancang sebuah kemasan adalah mendapatkan dan mengolah data terlebih dahulu.

1. Analisis Data

Data Primer adalah informasi yang dikumpulkan langsung dari sumbernya untuk tujuan spesifik perancangan kemasan. Proses pengumpulan data primer dalam perancangan ini adalah dengan metode observasi. Mendatangi langsung tempat produksi dan penjualan offline dari Mukenah Syafira, mengamati langsung bagaimana penjual berinteraksi dengan produk dan kemasannya. Tidak hanya dari sisi desain tetapi juga logo, ukuran, kelemahan, dan uji kekuatan pada desain

kemasan yang sudah ada sebelumnya. Data yang didapatkan berupa kemasan sebelumnya, ukuran produk, kekuatan kemasan, daya tahan dan hal hal yang harus diperhatikan dalam mendesain kemasan.

Proses pengumpulan data sekunder yang digunakan adalah metode referensi dan dokumentasi. Mencari referensi dari internet untuk melihat desain kemasan produk-produk mukenah. Mempelajari bagaimana perkembangan desain kemasan untuk produk mukenah tie dye akhir-akhir ini. Mencari kemasan yang trend, relevan, efektif, juga mempelajari inovasi teknologi kemasan. Melakukan dokumentasi seluruh produk dari Syafira mukenah beserta foto pendukung lainnya seperti kemasan-kemasan yang sudah ada.

2. Brainstorming

Sumber data yang telah didapatkan kemudian diimplementasikan melalui ide dengan membuat berbagai macam alternatif kemasan yang sesuai dan memenuhi apa yang dibutuhkan dalam pembuatan kemasan mukenah syafira. Membuat peta konsep untuk menghubungkan berbagai ide dan tema. Kemudian mulai berpikir mengenai desain kemasan yang cocok dengan kebutuhan kemasan syafira.

3. Sketch / Alternatif

Setelah memiliki ide tau gambaran kemasan, maka langkah selanjutnya adalah menyampaikan ide dasar dan konsep kemasan melalui proses pembuatan berbagai macam alternatif desain kemasan untuk ditelaah lebih detail dan memilih yang paling sesuai dengan kebutuhan produk mukenah syafira.

4. Prototype dan Design Final

Proses prototipe dan evaluasi kemasan sangat penting dalam rangkaian proses perancangan dikarenakan pada tahap inilah hasil rancangan kemasan akan diuji kualitasnya. Dalam tahap ini kita dapat melihat aspek estetika, juga fungsional dari kemasan seperti daya tahan, kekuatan, kemudahan penggunaan, dan membuktikan apakah hasil perancangan ini efektif dan sesuai dengan kebutuhannya.

Tahap akhir dari perancangan ini adalah melakukan perbaikan dan penyempurnaan berdasarkan umpan balik dari pengujian, memilih desain akhir yang memenuhi kriteria konsumen, dan memproduksi hasil kemasan yang terpilih.

Dengan mengikuti metode ini, proses perancangan desain kemasan menjadi lebih terstruktur, memastikan bahwa setiap aspek dari desain mempertimbangkan kebutuhan konsumen, fungsionalitas, dan estetika secara keseluruhan.

HASIL PERANCANGAN

Tujuan perancangan kemasan mukenah syafira yaitu untuk menciptakan kemasan yang sesuai. Sekarang ini kemasan mukenah syafira memiliki beberapa masalah dari segi fungsional juga gaya visualnya. Maka dari itu dalam perancangan ini akan dihasilkan desain kemasan yang unik dan menarik dari aspek visual maupun fungsional sehingga dapat menjadi tempat tepat sesuai dengan ukurannya, memiliki ciri khas dan identitas, juga dapat melindungi produk selama pengangkutan.

Branding yang ingin ditampilkan pada kemasan yang baru tidak terlepas dari mukenah syafira sebagai merek mukenah yang berfokus pada spesialis produk homemade Tie Dye. Mukenah syafira menjadi solusi bagi penggemar kain yang memiliki motif khas dengan corak tie dye. Motif tie dye dibuat dengan bahan pewarna premium dan kain yang memiliki sifat dingin sehingga menghasilkan mukenah dengan kualitas terbaik juga tidak akan luntur ketika melewati proses pencucian yang berulang. Brand image yang ingin ditampilkan produk mukenah syafira adalah produk homemade yang anggun dan elegant.

Untuk menjawab tujuan tujuan kreatif yang telah disebutkan maka dirancanglah sebuah konsep perancangan untuk kemasan Mukenah Syafira, antara lain.

1. Analisa data

- Kemasan terdahulu

Observasi langsung dilakukan di tempat produksi dan penjualan offline Mukenah Syafira. Hasil observasi menunjukkan bahwa kemasan yang digunakan saat ini berupa plastik bening tipis yang tidak memiliki desain visual menarik. Beberapa kelemahan dari kemasan ini adalah:

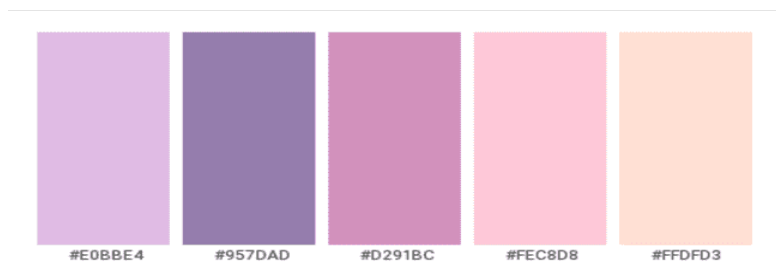
1. Kerapuhan: Plastik tipis mudah robek dan tidak memberikan perlindungan memadai terhadap benturan atau tekanan selama pengiriman.
2. Kurang Informasi: Tidak ada informasi mengenai produk yang tercantum pada kemasan, seperti bahan, cara perawatan, atau keunikan motif tie dye.
3. Tidak Menarik: Kemasan bening tanpa desain visual tidak menarik perhatian konsumen dan tidak mencerminkan identitas atau kualitas produk.



Gambar 2. Kemasan terdahulu
Sumber: Pribadi

- Warna

Warna yang saya ambil adalah warna salah satu motif khas tiedye yang memiliki ciri khas unik tersendiri. Warna yang saya pilih menunjukkan keanggunan dan elegant juga sifat yang mencerminkan seorang perempuan, yaitu pink dan ungu. Colour pallete ini juga dijadikan sebagai warna corak merk / logo. Warna ini cenderung soft / pastel sehingga cenderung tampil tidak berlebihan namun tetap cantik.



Gambar 3. Colour Pallete
Sumber: Colourscheme

- Merk / Logo



Gambar 4. Logo Syafira
Sumber: Pribadi

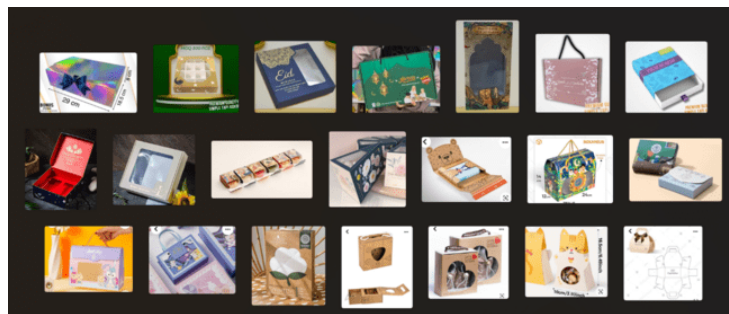
- Ukuran

Ukuran mukenah diukur sesuai dengan lebar tas mukenah, untuk kemasan mukenah sendiri ukuran dilebihkan 2 cm agar mukenah bisa masuk tanpa berdesakan.

- Referensi bentuk kemasan

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, beberapa ide dan konsep desain kemasan dikembangkan. Berikut adalah beberapa alternatif yang dipertimbangkan:

1. Kemasan Kardus dengan Warna Feminin: Menggunakan kardus dengan warna pastel atau motif floral yang sesuai dengan target pasar perempuan.
2. Informasi Produk yang Lengkap: Mencantumkan informasi lengkap tentang produk, seperti bahan, cara perawatan, keunikan motif, dan keunggulan produk.
3. Desain Visual Menarik: Menambahkan elemen visual seperti logo Syafira, gambar motif tie dye, dan elemen dekoratif lainnya untuk menarik perhatian konsumen.

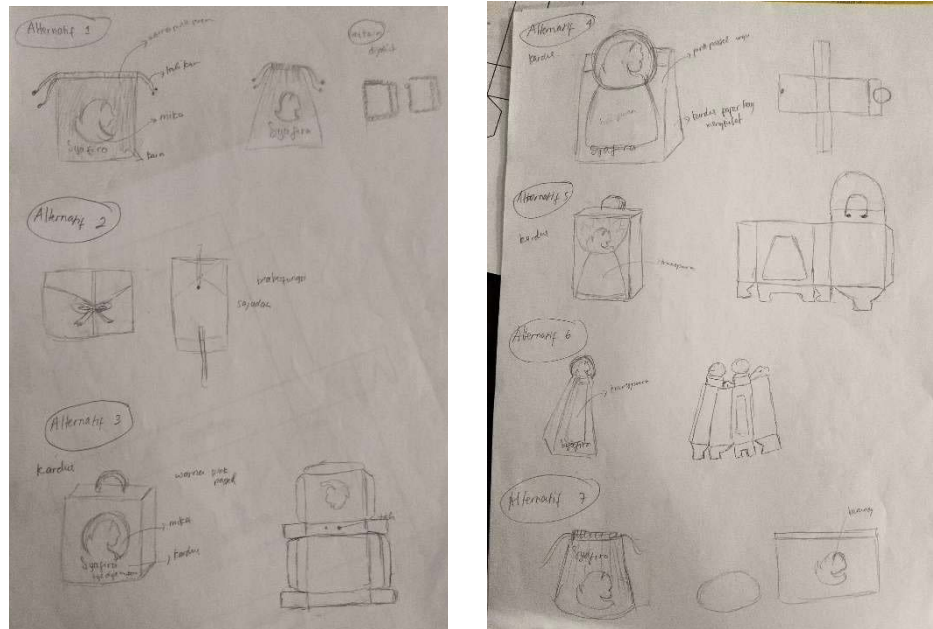


Gambar 7. Referensi bentuk kemasan
Sumber: Internet

3. Sketch / Alternatif

Setelah brainstorming, beberapa sketsa desain kemasan dibuat sebagai alternatif. Sketsa ini kemudian ditelaah untuk memilih desain yang paling sesuai dengan kebutuhan produk mukenah Syafira. Beberapa alternatif yang dihasilkan antara lain:

1. Kemasan dengan Tutup Flip-Top: Memudahkan konsumen membuka dan menutup kemasan tanpa merusak.
2. Kemasan dengan Jendela Plastik: Memungkinkan konsumen melihat produk tanpa membuka kemasan.
3. Kemasan dengan Pegangan: Menambahkan pegangan untuk memudahkan konsumen membawa produk.



Gambar 8. Sketsa Alternatif
Sumber: Pribadi

4. Prototype dan Design Final

- Prototipe kemasan dibuat berdasarkan sketsa yang telah dipilih. Uji coba dilakukan untuk mengevaluasi aspek estetika dan fungsionalitas kemasan, seperti:
 1. Daya Tahan: Uji kekuatan kardus terhadap benturan dan tekanan.
 2. Kemudahan Penggunaan: Evaluasi kemudahan membuka dan menutup kemasan serta kemudahan membawa produk.
 3. Tampilan Visual: Penilaian terhadap daya tarik visual kemasan dan kesesuaian dengan identitas merek Syafira.



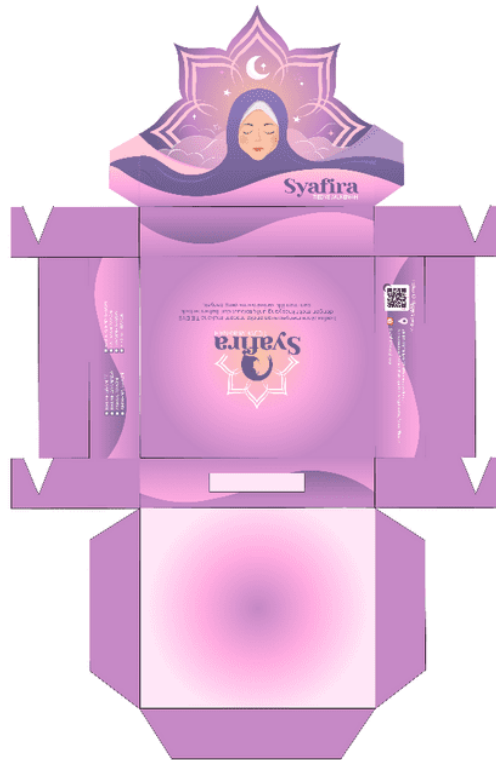
Gambar 9. Prototype
Sumber: Pribadi

Setelah uji coba, umpan balik dikumpulkan untuk perbaikan dan penyempurnaan desain. Desain akhir yang dipilih adalah kemasan kardus dengan warna feminin, informasi produk yang jelas, jendela plastik kecil, dan pegangan. Desain ini

memenuhi kriteria konsumen dan memberikan perlindungan optimal selama pengiriman.

- Design Final

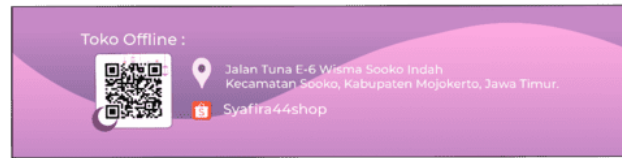
1. Pola kemasan



2. Tampak atas



3. Tampak samping kanan



4. Tampak samping kiri



5. Tampak bawah



6. Tampak depan



7. Tampak belakang



8. Perspektif



9. Hasil setelah dicetak



KESIMPULAN

Penelitian ini berhasil mencapai tujuan utamanya yaitu merancang desain kemasan yang menarik dan fungsional untuk produk mukenah Syafira Tie Dye. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang melibatkan observasi, pengukuran, uji kekuatan kemasan, dan studi literatur, penelitian ini dapat mengidentifikasi masalah utama pada kemasan sebelumnya dan mengembangkan solusi yang efektif.

Desain kemasan baru yang dihasilkan menunjukkan peningkatan signifikan dalam beberapa aspek. Kemasan kardus yang digunakan memberikan perlindungan lebih baik dibandingkan plastik tipis sebelumnya, sehingga produk lebih aman selama pengiriman. Desain visual yang feminin dan informatif meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen, yang berpotensi meningkatkan minat beli dan daya saing di pasar. Selain itu, kemasan baru menyertakan informasi yang jelas mengenai produk, bahan, cara perawatan, dan keunikan motif tie dye, yang sebelumnya tidak ada pada kemasan plastik. Fitur tambahan seperti pegangan dan ilustrasi membuat kemasan lebih praktis dan memudahkan konsumen dalam melihat dan membawa produk.

Secara keseluruhan, desain kemasan baru tidak hanya berhasil mengatasi kelemahan dari kemasan sebelumnya tetapi juga menambah nilai estetika dan fungsional yang penting untuk memperkuat identitas merek Syafira. Kemasan yang dirancang mampu menciptakan koneksi emosional dengan konsumen, menambah persepsi kualitas produk, dan memberikan pengalaman positif yang mendorong pembelian ulang. Penelitian ini menyimpulkan bahwa investasi dalam desain kemasan yang baik sangat penting untuk UMKM seperti Syafira Tie Dye. Kemasan yang dirancang dengan baik dapat meningkatkan daya saing, kepuasan konsumen, dan pada akhirnya, penjualan produk. Hal ini menunjukkan bahwa kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung tetapi juga sebagai elemen penting dalam strategi pemasaran dan branding produk.

REFERENSI

- Allya Ramadhina, & Mugiono. (2022). Pengaruh desain kemasan, variasi produk, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 01(1), 59-67.
- Assa'diyah, N. R. S., & Prasetyo, D. (2022). Komik digital sebagai media edukasi pola hidup sehat untuk mahasiswa. In *Prosiding SNADES 2022 – Desain Kolaborasi Interdisipliner di Era Digital* (p. 80).
- Mahmuddin, A., & Widyasari. (2022). Perancangan aset visual 2D pada game 2D platformer “Super Sean 007” level 1. In *Prosiding SNADES 2022 – Desain Kolaborasi Interdisipliner di Era Digital* (p. 134).
- Hidayat, R., & Mu'alim. (2014). Re-desain kemasan dengan metode Kansei Engineering. *Jurnal AL-AZHAR Indonesia Seri Sains dan Teknologi*, 2(4), 215-223.
- Hartanto, S., Yuwono, E. C., & Soewito, B. M. (n.d.). Perancangan desain kemasan produk Homemade Pie ”391” Surabaya. *Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra*.
- Wadud, A. M., & Fitriani, E. (2021). Pelatihan desain kemasan dalam rangka peningkatan nilai jual produk UMKM di Kabupaten Kuningan. *DIMASEJATI*, 3(2), 177-186.
- Juniawan, F. P., Soedjono, S., Sylvania, D. Y., & Hamidah. (2023). Pembuatan desain kemasan produk untuk pemberdayaan industri rumah tangga dengan metode participatory learning and action. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(1), 11-20.
- Najib, M. F., Februadi, A., Djatnika, T., Rafdinal, W., Magdalena, C. L., & Nuryati, N. (2022). Inovasi desain kemasan packaging sebagai faktor peningkatan daya saing produk UMKM. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 6(1), 56-64.
- Putri, S. A., Muttaqin, T. Z., & Tadzani, A. S. M. (2019). Desain kemasan untuk mendukung pemasaran produk olahan pangan kelompok wanita tani kreatif permata. *Charity: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 02(01), 1-10.