

## REDESAIN KEMASAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH PENTOL DARURAT

Naufal Rasyid Aditya <sup>1)</sup> Masnuna <sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur  
[21052010160@student.upnjatim.ac.id](mailto:21052010160@student.upnjatim.ac.id)

<sup>2)</sup>Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur [masnuna.dkv@upnjatim.ac.id](mailto:masnuna.dkv@upnjatim.ac.id)

### ABSTRAK

*Pentol adalah suatu olahan makanan atau cemilan yang sering kita jumpai dan sangat umum di Indonesia. Banyak orang Indonesia yang menyukai cemilan ini, sehingga membuat pasar makanan ini luas. Pentol darurat menjadi Salah satu UMKM yang menjual produk tersebut, berasal dari Surabaya, Jawa Timur. Cabang pentol darurat sudah tersebar di berbagai daerah di Surabaya dan penjualannya juga terus meningkat, namun meski penjualannya terus meningkat kemasan pentol darurat hanya memakai mika plastic dan tas kresek yang membuat minim informasi serta membuat orang tidak tau produk tersebut. Melalui perancangan ini, penulis ingin me-redesain kemasan pentol darurat, tetap mempertahankan kemasan mika plastiknya namun mengganti kemasan luarnya agar lebih menarik minat pembeli serta meningkatkan brand image dan menjadi pembeda dengan competitor produk serupa.*

**Kata Kunci :** *kemasan, modifikasi, pentol*

### ABSTRACT

*Pentol is a processed food or snack that we often encounter and is very common in Indonesia. Many Indonesians love this snack, so it makes this food market wide. Made from tapioca flour or starch which is processed using spices and there is a mixture of meat. The pentol darurat is one of the UMKM that sells the product, originating from Surabaya, East Java. Pentol darurat branches have been spread in various regions in Surabaya and sales also continue to increase, but although sales continue to increase pentol darurat packaging only uses plastic Mica and crackle bags that make minimal information and make people not know the product. Through this design, the authors want to modify the pentol darurat packaging, retaining the plastic Mica packaging but replacing the outer packaging to attract more buyers and improve brand image and become a differentiator with competitors of similar products.*

**Keywords :** *packaging, modification, pentol*

### PENDAHULUAN

Menurut (Nugrahani, 2015) Usaha Mikro Kecil Menengah di Indonesia atau biasa disebut (UMKM) memiliki peranan yang cukup besar dan membantu perekonomian Indonesia. Salah satu UMKM yang mendominasi di Indonesia yakni pentol. Pentol adalah suatu jenis makanan atau cemilan yang sangat populer di Indonesia, banyak orang menyukai cemilan ini, selain praktis dan mudah dijumpai harganya pun relatif tergolong murah dan sangat terjangkau, di Indonesia ini penjual UMKM pentol sudah merajalela dan jumlahnya sudah tidak terhitung karena pasar/targetnya juga luas dan banyak mulai dari yang dipinggir jalan hingga di mall/department store. Terdapat berbagai variasi pentol di Indonesia ini, dikarenakan Indonesia sangat luas dan terbagi menjadi berbagai wilayah, contohnya seperti pentol Gresik yang ciri khasnya berwarna kuning, pentol kanji atau yang biasa di sebut cilok yang memiliki tekstur dominan kenyal karena bahan utamanya adalah tepung kanji dan yang paling umum adalah pentol daging yang biasanya terbuat dari campuran daging ayam dan sapi, meskipun Namanya pentol daging namun komposisi daging dalam pentol ini tidak sebanyak dengan komposisi daging di bakso, tentunya lebih banyak komposisi tepungnya sehingga bisa membuat harga makanan ini relatif terjangkau.

Dikarenakan Produk ini mempunyai pasar yang luas dan semakin hari persaingan antar UMKM pun ikut meningkat, banyak strategi yang bisa dilakukan pelaku UMKM untuk meningkatkan daya jual produk mereka. Pemasaran memegang kendali yang sangat penting, namun banyak UMKM yang masih menganggap sepele hal tersebut, pelaku umkm umumnya beranggapan bahwa tanpa kegiatan promosi, produknya tetap laku terjual, salah satu faktor penting yang masih sering diabaikan Sebagian besar pelaku UMKM adalah desain label dan kemasan bagi produk yang dihasilkan. Label dan kemasan merupakan salah satu kunci Bagi UMKM untuk lebih meningkatkan nilai jual produk (Nugrahani, 2015). Kemasan merupakan hal yang penting dikarenakan tidak hanya sebagai pelindung produk tersebut namun kemasan juga digunakan sebagai media promosi untuk memikat konsumen agar mereka membeli produk kita (Susteyasri, 2012). Hal ini juga memerlukan dukungan visual kemasan yang unik agar menjadi branding brand ini dan menjadi pembeda dengan kompetitor produk serupa, produk dengan kemasan menarik dapat membuat konsumen ingat terhadap produk tersebut.

Pentol darurat merupakan UMKM yang bergerak di bidang fnb, pentol darurat sendiri berasal dari kota surabaya, memulai usaha rumahan yang berdiri pada tahun 1991 dan mempunyai stand / tenant offline pertama pada tahun 2017 di pakuwon trade center (PTC). Semakin tahun pentol darurat semakin berkembang pesat sampai pada tahun 2024 pentol darurat memiliki kurang lebih 18 cabang yang sudah tersebar di berbagai daerah di surabaya, macam varian pentol yang disediakan pentol darurat tergolong sangat variatif dan banyak pilihan, terdapat 5 jenis pilihan yaitu, pentol keju, pentol urat, pentol jamur, tahu bakso, siomay. Pentol darurat sendiri memiliki berbagai paket pentol, untuk paket yang paling favorit yaitu paket pentol bawang goreng yang memiliki level kepedasan mulai dari level 1 hingga level 5 untuk yang terpedas. Sayangnya meskipun meningkatnya penjualan dan bertambahnya outlet, kemasan yang digunakan tetap hanya mika bulat dan kantong plastik/kresek biasa dan terkadang saya jumpai di beberapa outlet pentol darurat tidak menempel logo pada kemasan plastiknya. Kemasan seperti ini mempunyai banyak kekurangan selain dari estetika visual nya yang membuat kurangnya informasi pada produk dan akan membuat orang kebingungan bahwa misal ada orang yang membeli pentol darurat dan terlihat orang lain, orang tersebut akan kebingungan dan bertanya tanya produk apa yang di bawa orang lain tersebut karena yang terlihat hanya kemasan mika bulat dan kantong kresek saja. terlebih kantong kresek sangat tidak ramah lingkungan.

Menurut (Dhameria & Abstraksi, 2014) pada dunia pemasaran persaingan merupakan hal yang lumrah dan wajar. Maka dari itu berbagai usaha dilakukan dalam upaya memenangkan persaingan, sehingga Berdasarkan permasalahan yang sudah dijabarkan diatas penulis akan melakukan redesain pada kemasan pentol darurat. Bagaimana agar kemasan tersebut dapat memvisualisasi produk pentol darurat dan memberi nilai estetika pada kemasan dan terlebih agar menjadi brand image produk tersebut untuk menarik minat pembeli dan menjadikan pembeda dari kompetitor produk serupa. Ditambah kemasan yang baru akan menampilkan informasi seperti instagram, tiktok dan facebook yang dimana pada kemasan sebelumnya tidak menampilkan informasi tersebut.

## **METODOLOGI**

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah kualitatif, dengan melakukan observasi dan wawancara. Menurut (Hasdiana, 2018) observasi merupakan kegiatan dengan menggunakan pancaindera, bisa penglihatan, penciuman, pendengaran, untuk memperoleh informasi yang diperlukan untuk menjawab masalah penelitian. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian. Sedangkan wawancara menurut (Hasdiana, 2018) merupakan proses komunikasi atau interaksi untuk mengumpulkan informasi dengan cara tanya jawab antara peneliti dengan informan atau subjek penelitian.

Metode lain yang digunakan penulis untuk melakukan penelitian ini yaitu metode *design thinking*, metode ini merupakan proses berfikir agar menciptakan solusi untuk menyelesaikan suatu masalah yang ada / sedang diteliti. Menurut (Karo Sekali et al., 2023) design thinking adalah proses berulang yang

dimana mencoba memahami pengguna, mendefinisikan Kembali masalah untuk menemukan solusi untuk mengintegrasikan kebutuhan dan dibuat kedalam suatu prototype untuk diuji kelayakannya. Pada metode ini meliputi 5 tahapan yaitu :

1. *Empathize*

Tahap ini adalah tahap awal, dimulai dari proses wawancara, proses wawancara tersebut bertujuan untuk mencari tahu apa kebutuhan dan harapan dari sisi pengguna mengenai produk tersebut, hal ini berguna untuk dapat menyimpulkan permasalahan yang ada.

2. *Define*

Tahap ini dimana tahap hasil wawancara yang sudah di dapat akan dianalisis dan disimpulkan agar menjadi pertanyaan agar fokus kepada akar masalah yang akan diselesaikan dalam penelitian.

3. *Ideate*

Tahap ini proses tercipta ide-ide /solusi – solusi yang dapat menyelesaikan pernyataan masalah yang telah di rangkum. Pencarian ini dilakukan dengan proses brainstorming dan mapping.

4. *Prototype*

Tahap prototype merupakan proses implementasi ide-ide yang didapat pada tahapan ideate dan dapat di uji coba untuk menghindari kesalahan-kesalahan. Terdapat 2 jenis pembuatan prototype, low fidelity prototyping merupakan desain awal, gambaran kasar hitam putih dan sangat sederhana karena masih tahapan awal. Sedangkan high fidelity prototyping sudah hasil akhir/final

5. *Test*

Tahap testing adalah tahap uji, menguji hasil prototype yang sudah dibuat. Apakah kemasan pentol darurat sudah memberikan informasi dan visuaik yang apik.

## PEMBAHASAN

1. *Emphatize* (empati)

Tahap pertama ini merupakan pengumpulan data, pengumpulan data dapat melalui berbagai cara, mulai dari mencari dan menyimpulkan permasalahan, wawancara, observasi. Data yang penulis dapat akan dibuat sebagai acuan dalam “penelitian modifikasi kemasan pentol darurat”

Pentol darurat merupakan UMKM yang bergerak di bidang fnb, pentol darurat sendiri berasal dari kota surabaya, memulai usaha rumahan yang berdiri pada tahun 1991 dan mempunyai stand / tenant offline pertama pada tahun 2017 di pakuwon trade center (PTC). Pentol yang di sediakan pentol darurat tergolong sangat variatif dan banyak pilihan, terdapat 5 jenis pilihan yaitu, pentol keju, pentol urat, pentol jamur, tahu bakso, siomay. Pentol darurat sendiri memiliki berbagai paket pentol, untuk paket yang paling favorit yaitu paket pentol bawang goreng yang memiliki level kepedasan mulai dari level 1 hingga level 5 untuk yang terpedas.

Setelah penulis observasi dan melakukan wawancara terhadap beberapa customer pentol darurat timbul beberapa permasalahan. Dari hasil observasi wawancara tersebut penulis mendapatkan bahwa kemasan lama pentol darurat hanya menggunakan kantong plastik saja sebagai pembungkusnya dan tidak terdapat elemen visual maupun informasi apapun hanya logo saja di bagian atas mika, itupun tidak di semua cabang, terdapat cabang yang benar benar memberi kemasan polos tidak ada logo. Dan terdapat keluhan bahwa beberapa teman customer pentol darurat yang menanyakan “plastic/kresek apa yang sedang ia bawa” karena dengan pembungkus plastik seperti itu membuat orang orang tidak tahu bahwa produk tersebut adalah pentol darurat.

2. *Define* (definisi)

Tahapan kedua yakni akan fokus terhadap masalah yang ada, yang sudah disimpulkan pada tahap *emphatize*. Lalu disimpulkan bahwa kemasan baru harus menggunakan unsur pentol darurat, yang terfikir pertama kali dari kata darurat yaitu api, kedua karena pentol darurat memiliki beberapa level kepedasan maka akan dibuat icon cabai maka pada kemasan pentol darurat akan ditambahkan elemen api dan cabai. Karena kemasan yang lama dianggap kurang menarik dan minim informasi dikarenakan hanya memakai kantong plastic/kresek saja.

Dengan 3 elemen ini diharapkan selain membuat visual kemasan yang apik juga dapat memberi ciri khas terhadap brand ini. Sehingga jika ada orang yang membawa/menentengnya akan langsung tahu bahwa produk yang sedang di tenteng adalah produk pentol darurat.

### 3. *Ideate*

Seperti yang tertulis pada pengertian *ideate* diatas, pada tahap ini penulis mengumpulkan ide ide yang di dapat darinp permasalahan yang ada lalu akan di olah dan dikembangkan melalui proses *brainstorming* dan *mapping*

Gambar *mind mapping*

Kemasan memiliki peranan penting karena kemasan adalah wajah awal yang akan dilihat orang dari produk tersebut, disini penulis akan re-desain kemasan pentol darurat agar memiliki daya tarik visual dan lebih fungsional. Permasalahan yang penulis dapat dari kemasan yang lama sebagai berikut :

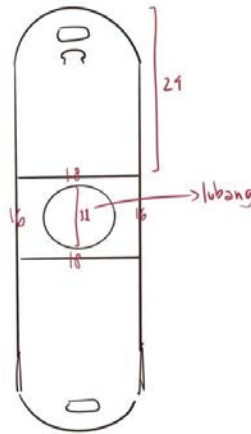
1. Kemasan luar hanya menggunakan plastic kresek
2. Tidak memiliki visual yang menarik
3. Tidak mempunyai ikon
4. Kemasan tidak terdapat unsur warna dari pentol darurat itu sendiri
5. Karena kemasan luar hanya menggunakan plastic kresek sehingga membuat rentan goyang, tidak kokoh.

Dari beberapa permasalahan diatas penulis dapat menyaring dan mengolah ide yang akan digunakan pada kemasan pentol darurat yang baru, berikut adalah ide dan inovasi yang sudah penulis olah :

1. Mengganti kemasan luar yang hanya berupa kresek plastic menjadi kertas tebal yang mudah dibawa dan kokoh karena terdapat lubang di tengahnya sehingga membuat kemasan mika dalam tidak goyang
2. Membuat visual kemasan dari segi ilustrasi dan warna yang *identic* dengan pentol darurat agar menjadi ciri khas
3. Membuat ikon pentol darurat agar memudahkan orang mengenali produk tersebut.

Setelah menentukan ide dan inovasi yang akan di buat pada tahap ini penulis akan mulai melakukan tahap *redesain* mulai dari sketsa pembuatan kemasan, sketsa pembuatan ikon gambar pentol darurat hingga pemilihan warna yang akan dipakai pada kemasan baru.

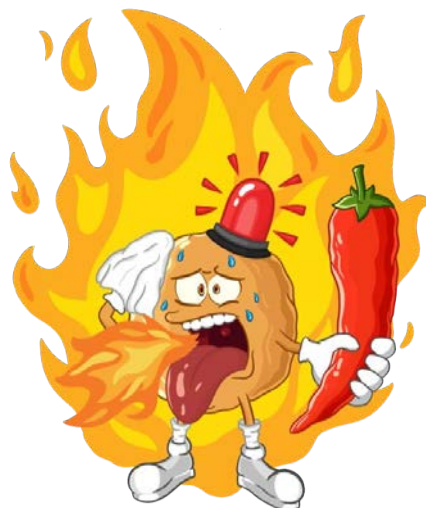
#### a. Pembuatan sketsa kemasan



Gambar 1. sketsa kemasan & inspirasi kemasan Sumber : Naufali & pinterest, 2024

Diatas merupakan sketsa awal yang penulis buat, terdapat lubang handle disisi bagian atas untuk memudahkan membawanya dan terdapat lubang di tengah bagian bawah untuk tempat bertumpunya mika pentol darurat agar tetap kokoh tidak goyang. penulis terinspirasi dari kemasan on the go pada minuman kopi / teh pada cafe-cafe kekinian, kemasan tersebut terkesan praktis dan mudah untuk di tenteng maupun dibawa kemana-mana.

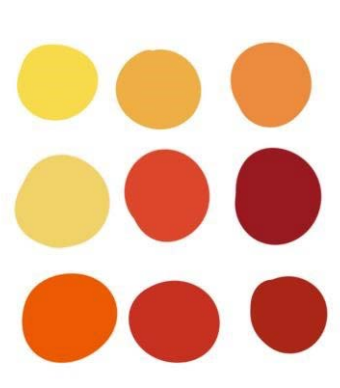
b. Pembuatan elemen visual



Gambar 2. ilustrasi ikon kemasan Sumber : Naufali, 2024

Gambar diatas merupakan elemen visual / ikon yang penulis buat untuk kemasan pentol darurat, terdapat unsur api, cabai serta aksesoris sirine di bagian atas yang melambangkan darurat dan gesture sedang kepedasan menandakan bahwa pentol darurat merupakan produk yang pedas. Pembuatan ikon yang unik agar menjadi pembeda dari kompetitor serta membuat orang-orang mudah mengingat produk tersebut.

c. Pemilihan warna



Gambar 3. Palet warna Sumber : Naufal, 2024 Warna yang dipilih untuk kemasan pentol darurat yang baru kurang lebih sama dengan warna yang sudah diaplikasikan terhadap logo pentol darurat dan feeds Instagram pentol darurat tidak jauh dari seputar kuning, oranye dan merah agar melambangkan pedas dan darurat. d. Logo



Gambar 4. logo pentol darurat  
Sumber : instagram @pentoldarurat, 2024

Logo yang diaplikasikan pada kemasan baru pentol darurat masih menggunakan logo yang sudah ada sebelumnya.

e. Typografi



Gambar 5. font pada kemasan  
Sumber : Naufal, 2024

Penulis menggunakan font jenis articulata pada bagian social media

4. *Prototype*

Tahap selanjutnya yaitu prototype, pada tahap ini penulis akan melakukan pengujian terhadap bahan dan material kemasan apakah setelah dibuat menjadi kemasan dapat berfungsi dengan baik atau tidak. Bahan kemasan yang penulis gunakan cukup tebal yakni art paper 230 gsm, penggunaan material dengan ketebalan tersebut guna menopang produk agar kokoh dan tidak goyang, pada kedua sisi kemasan penulis beri pengait agar memudahkan untuk membawa/menentengnya. Kemasan tersebut memiliki tinggi 24cm dan lebar 11 cm, ukuran tersebut tidak terlalu kecil dan tidak juga terlalu besar untuk dibawa maupun di tenteng.

a. Kemasan Tampak samping



Gambar 6. kemasan tampak samping Sumber  
: Naufal, 2024

b. Kemasan tampak bawah



Gambar 7. kemasan tampak bawah  
Sumber : Naufal, 2024

c. Kemasan tampak dalam



Gambar 8. kemasan tampak dalam  
Sumber : Naufal, 2024

5. Test



Tahap terakhir yaitu tahap percobaan, pada tahap ini penulis melakukan percobaan pada hasil cetak final yang sudah penulis buat, percobaan ini difokuskan pada kekuatan kemasan dalam menopang produk, informasi pada kemasan dan dari segi estetika visual pada produk pentol darurat. Dari kemasan final yang sudah terlihat sudah tertera informasi mengenai sosmed pentol darurat dan dapat menopang produk dengan baik dan kokoh, serta dari segin visual kemasan sudah terlihat jauh lebih menarik dengan tetap menggunakan warna dengan unsur pentol darurat. berikut gambar di sebelah kiri merupakan kemasan awal pentol darurat dan di sebelah kanan merupakan kemasan yang sudah di redesain



Gambar 9. Tampak awal kemasan & kemasan baru

Sumber : Naufal, 2024

## KESIMPULAN

kesimpulan yang di dapat dari penelitian ini yakni kemasan merupakan hal yang sangat penting karena kemasan adalah wajah awal dari sebuah produk, kemasan juga merupakan jati diri sebuah produk sebagai pembeda dari produk competitor, pada poenelitian ini penulis berhasil menyeklesaikan redesain kemasan pada produk pentol darurat, mulai dari warna yang digunakan sangat melambangkankan produk pentol darurat dan penambahan elemen visual ilustrasi ikon guna menjadi pembeda dengan produk competitor dan menjadi cirikhas maupun branding terhadap brand pentol darurat, tidak hanya membuat kemasan agar lebih menarik dilihat saja terlebih dari fungsi kepraktisan pada kemasan baru, penulis memilih desain kemasan yang terinspirasi dari kemasan kopi/the on the go guna mengurangi penggunaan kantong plastic. Penulis tetap mempertahankan kemasan mika lama pentol darurat dan mengganti kemasan luarnya saja agar terlihat lebih menarik dan menjadi ciri khas brand tersebut. Redesain kemasan pentol darurat ini dilakukan menggunakan metode design thinking yang mengandung 5 tahapan seperti emphatize, define, ideate, prototype dan test guna mencari solusi dari permasalahan yang ada pada kemasan sebelumnya seperti minimnya informasi dan kurang menariknya bentuk visual kemasan serta kekuatan kemasan dalam membawa produk.

## DAFTAR PUSTAKA

Dhameria, V., & Abstraksi, S. (2014). ANALISIS PENGARUH KEUNIKAN DESAIN KEMASAN PRODUK,

KONDUSIVITAS STORE ENVIRONMENT, KUALITAS DISPLAY PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IMPULSIF (Studi pada Pasaraya Sri Ratu Pemuda Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, XIII(1), 1–44.

Hasdiana, U. (2018). No Analisis struktur ko-sebaran indikator terkait kesehatan, pusat rasa sehat subjek, dan lansia yang tinggal di rumah. Title. *Analytical Biochemistry*, 11(1), 2.

[http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-59379-1%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-420070-8.00002-](http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-59379-1%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-420070-8.00002-7%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.ab.2015.03.024%0Ahttps://doi.org/10.1080/07352689.2018.1441103%0Ahttp://www.chile.bmw-motorrad.cl/sync/showroom/lam/es/)

[7%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.ab.2015.03.024%0Ahttps://doi.org/10.1080/07352689.2018.1441](http://dx.doi.org/10.1016/j.ab.2015.03.024%0Ahttps://doi.org/10.1080/07352689.2018.1441103%0Ahttp://www.chile.bmw-motorrad.cl/sync/showroom/lam/es/)

[103%0Ahttp://www.chile.bmw-motorrad.cl/sync/showroom/lam/es/](http://dx.doi.org/10.1016/j.ab.2015.03.024%0Ahttps://doi.org/10.1080/07352689.2018.1441103%0Ahttp://www.chile.bmw-motorrad.cl/sync/showroom/lam/es/)

Karo Sekali, I. B., Montolalu, C. E. J. ., & Widiana, S. A. (2023). Perancangan UI/UX Aplikasi Mobile Produk Fashion Pria pada Toko Celcius di Kota Manado Menggunakan Design Thinking. *Jurnal Ilmiah Informatika Dan Ilmu Komputer (JIMA-ILKOM)*, 2(2), 53–64.

<https://doi.org/10.58602/jimailkom.v2i2.17>

Nugrahani, R. (2015). *Peran desain grafis pada label dan kemasan produk makanan umkm*. IX(2), 127–136.

Susteyasri, T. (2012). 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*, 4(3), 19–28.