



PKM Pengembangan Desain Kemasan Produk Bagi Pelaku Jasaboga Kota Makassar

Syamsuardi¹, St. Fatmah Hiola² & M. Ihsan Said Ahmad³

¹Jurusan PGPAUD, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Makassar

²Jurusan Biologi, Fakultas MIPA, Universitas Negeri Makassar

³Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar

Abstrak. Hal yang menjadi kesadaran pengurus APJI DPD Sulsel adalah upaya peningkatan pelanggan, dimana untuk mencapai tujuan tersebut memerlukan inovasi dalam pengembangan produk. Salah satunya adalah dengan melakukan pengembangan pada desain produk. Saat ini, penggunaan desain produk bagi anggota APJI belum terealisasi secara menyeluruh, sementara tuntutan perkembangan bisnis membutuhkan sentuhan pada desain sehingga dapat meningkatkan minat/selera pelanggan. Kegiatan ini menjadi salah satu wadah dalam memberikan informasi kepada mitra terkait unsur yang diperhatikan dalam mengembangkan sebuah kemasan dan berdampak terhadap minat pelanggan. Kegiatan ini didesain dalam bentuk pemberian materi, focus group discussion, dan pendampingan dalam mengembangkan desain kemasan produk. Hasil pelaksanaan kegiatan ini adalah adanya pemahaman baru bagi pengembangan desain produk dan pengetahuan alur produksi dan pendampingan bagi pelaku jasaboga kota Makassar yang berminat dalam pengembangan produk yang lebih kreatif dan inovatif.

Abstract. The realization of APJI DPD Sulsel is the effort to increase customers, where to achieve these goals requires innovation in product development. One of them is by developing the product design. Currently, the use of product design for APJI members has not been realized in a smooth manner, while the business development tuntutan requires a touch on the design so as to increase customer interest / taste. This activity becomes one of the containers in providing information to partners related to the elements that are considered in developing a packaging and impacting customer interests. This activity is designed in the form of material delivery, focus group discussion, and assistance in developing product packaging design. The result of the implementation of this activity is a new understanding for the development of product design and knowledge of production and mentoring flow for makassar city service actors who are interested in the development of more creative and innovative products.

I. PENDAHULUAN

Kota Makassar merupakan salah satu kota di Indonesia yang dikenal dengan kulinernya. Kota yang memiliki kurang lebih 1,5 juta orang, juga menjadi kota destinasi bagi beberapa kabupaten yang ada disekitarnya. Olehnya, kota ini memberikan harapan terhadap pelaku usaha jasaboga sebagai salah satu bentuk usaha dalam pemenuhan kebutuhan primer manusia yang tidak terbatas. Akan tetapi, perubahan kondisi ekonomi selama masa pandemi Covid-19, juga dirasakan oleh pelaku

jasaboga. Berbagai permasalahan yang timbul dari kondisi tersebut, menuntut perubahan strategi dalam menjalankan roda ekonomi. Sebagaimana dipahami bersama bahwa jasaboga atau yang lebih dikenal dengan catering adalah istilah umum untuk wirausaha yang melayani pemesanan berbagai macam masakan (makanan dan minuman), baik untuk pesta maupun untuk penunjang kebutuhan suatu instansi. Jasa ini di inisiasi untuk membantu memenuhi kebutuhan yang bersifat khusus dengan

berbagai macam pilihan menu sesuai dengan keinginan pelanggan.

Dengan dibatasinya interaksi melalui pembatasan aktivitas masyarakat, sebagai upaya pemerintah dalam menekan lagu penularan Covid-19, maka dalam berupaya melakukan inovasi dalam mengemas makanan mereka sebagai upaya menggaet dan meningkatkan kepercayaan pelanggan. Salah satu cara yang dapat ditempuh adalah dengan mengupayakan peningkatan kualitas visual terhadap produk yang mereka hasilkan melalui desain kemasan produk. Desain produk yang baik akan mendapatkan kepercayaan pelanggan dari unsur kepastian kualitas dari sebuah produk khususnya makanan. Apabila makanan dengan desain produk yang baik dapat menarik minat pelanggan dengan pembayaran yang lebih tinggi.

Sebagaimana beberapa pendapat ahli menyatakan bahwa sebuah desain produk yang baik akan meningkatkan pendapatan dua sampai tiga kali lipat pada satu waktu, karena dengan desain produk yang baik akan mempengaruhi terhadap higienitas produk sehingga berdampak pada kepuasan konsumen. Dalam menciptakan sebuah desain makanan yang diproduksi akan terjadi proses yang sangat panjang. Oleh karena itu hasil dari desain untuk makanan yang diproduksi merupakan sebuah hal yang paling penting bagi pelaku jasaboga. Bahkan, desain pada hasil produksi itu sendiri bersifat sangat sensitive dan akan menentukan pula keberhasilan atau pun kegagalan dalam mendapatkan perhatian pelanggan.

Kondisi saat ini, masyarakat melihat tampilan sebagai penilaian awal dari kualitas produk makanan. Mereka akan lebih melirik sebuah produk berdasarkan desain yang

ditampilkan. Karena dengan melihat desain yang berkualitas dan penampilan yang menarik menjadikan konsumen mengambil kesimpulan bahwa hasil produksi tentu bermutu dan berkualitas. Penggunaan desain produk yang baik juga akan mempengaruhi pandangan terhadap usaha jasaboga dan menjadikan desain tersebut sebagai karakteristik unik sebuah bisnis.



Gambar 1. Contoh inovasi kemasan

Asosiasi Pelaku Jasaboga Indonesia (APJI) merupakan salah satu asosiasi yang menghimpun perusahaan dan pengusaha dan perusahaan penunjang kegiatan usaha jasaboga. Organisasi ini merupakan salah satu wadah dalam menghimpun pelaku usaha kuliner khususnya catering. APJI memiliki 20 ribu anggota yang tersebar di 23 Kabupaten/Kota. Khususnya kota Makassar, APJI hadir sebagai salah perhimpunan pengusaha catering yang berkomitmen untuk tumbuh bersama dan saling menunjang dalam melakukan pengelolaan bisnis.

Dari total 35 anggota yang tergabung pada APJI Sulawesi selatan yang ada di Kota Makassar, masih terdapat 40 persen anggota belum maksimal dalam menyediakan kemasan produk mereka. Sementara, desain produk dan kemasana menjadi salah satu iklan

untuk menggait pelanggaran dan berpengaruh terhadap persepsi pembeli terkait kualitas dan harga.



Gambar 2. Pembukaan kegiatan

Begitupula dengan perubahan kondisi pasar, desain kemasan produk juga sudah sangat dibutuhkan pada system pemasaran online. Olehnya, untuk tetap bertahan menghadapi persaingan selama masa pandemi, maka melakukan pemasaran lewat online baik kerjasama dengan penyedia aplikasi maupun melalui media social, semuanya membutuhkan rancangan desain produk dan kemasannya sebagai model pajangan di setiap aplikasi.

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut di atas, maka yang menjadi masalah pokok dalam pelatihan ini adalah:

1. Sejauh mana pemanfaatan desain kemasan produk bagi anggota APJI Kota Makassar dalam hal desain, implementasi dan evaluasi pasar?
2. Bagaimanakah kemampuan mendesain gambar produk dan kemasan bagi anggota APJI Kota Makassar.

II. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan pelatihan ini digunakan metode observasi, ceramah, dan demonstrasi langsung yang dilengkapi dengan beberapa metode antara lain: Tanya Jawab, diskusi,

praktek dan evaluasi hasil pekerjaan. Kegiatan dalam penyuluhan ini antara lain:

1. Observasi, yaitu mengadakan orientasi terhadap permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh anggota pelaku jasaboga Kota Makassar.
2. Ceramah, dilakukan untuk memperkenalkan beberapa materi, contoh desan produk dan proses perancangan desain produk dan kemasan.
3. Demonstrasi, memberikan praktek langsung pada peserta khususnya proses perancangan desain produk dan kemasan.

Upaya mengatasi permasalahan yang dikemukakan di atas, maka alternatif pemecahan yang akan ditempuh sebagai berikut.

1. Mengadakan observasi awal atau orientasi lapangan mengenai masalah-masalah yang dihadapi oleh pelaku jasaboga di Kota Makassar.
2. Mengadakan bimbingan dan latihan tentang proses perancangan desain produk dan kemasan .
3. Memberikan petunjuk dan bimbingan tentang komponen yang menjadi pertimbangan dalam mendesain sebuah produk dan kemasan.
4. Memberikan kesempatan untuk mendesain produk dan kemasan masing-masing sesuai dengan karakteristik usahanya.
5. Mengadakan evaluasi, guna mengetahui tingkat pemahaman atau penguasaan keterampilan yang telah diberikan dalam bentuk memberikan kesempatan kepada peserta untuk menanyakan beberapa hal yang belum dipahami atau dimengerti, yang dilakukan setelah materi pelatihan selesai dan memberikan beberapa hasil

ketikan naskah yang telah dilakukan atau dikerjakan sendiri.

Adapun luaran dari pelaksanaan kegiatan pelatihan ini adalah diharapkan dari kegiatan pengabdian ini guru dapat:

1. Mengenal komponen pendukung dan pertimbangan dalam melakukan desain produk dan kemasan.
2. Merancang desain produk dan kemasaran yang dapat menjaga kualitas dan memiliki penampilan menarik.
3. Laporan kegiatan melalui media massa online/pemberitaan online.
4. Hasil pelatihan diterbitkan pada prosiding skala nasional.

Dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan pengembangan desain produk dan kemasan, dilaksanakan oleh tiga orang dimana satu orang bertindak sebagai ketua tim pelaksana dan dua orang bertindak sebagai anggota tim pelaksana. Adapun pembagian kerja dari tim pelaksana adalah ketua tim pelaksana mendapatkan waktu pengajaran selama 24 jam sementara untuk anggota tim pelaksana masing-masing mendapatkan waktu selama 15 jam. Adapun tim pelaksana kegiatan ini adalah berasal dari Pusat Kurikulum dan Pengembangan Modul Kewirausahaan, Pusat Pelatihan dan Inkubator Bisnis, dan Pusat Riset, Inovasi dan Pengembangan Produk. Selain itu, kegiatan ini menghadirkan narasumber dari Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni dan Desain.

III. PELAKSANAAN DAN HASIL KEGIATAN

A. Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran dalam pengabdian ini adalah pelaku jasadoga yang ada di Kota Makassar. Peserta program ini merupakan

pelaku usaha yang bergerak dalam bidang makanan/catering yang senantiasa menggunakan kemasan dalam memasarkan produk makanannya.

Pelaksanaan pengabdian ini dilakukan dengan melakukan kerjasama dengan Dewan Pengurus Daerah Asosiasi Pelaku Jasadoga Indonesia (APJI) Sulawesi Selatan yang merupakan wadah dalam mempersatukan para pelaku usaha catering yang ada di Sulawesi Selatan. Akan tetapi, dalam pelaksanaan pelatihan pengembangan desain produk dan kemasan ini, hanya melibatkan anggota asosiasi yang ada di Kota Makassar.

B. Langkah-langkah Kegiatan

Pelaksanaan pengabdian dilakukan dengan tiga tahapan, di mana tahap pertama merupakan tahap persiapan. Pada tahap ini kelompok pengabdian melakukan *survey* pendahuluan untuk melihat kondisi di lapangan mengenai ketersediaan desain produk dan kemasan bagi pelaku jasadoga Kota Makassar. Dalam tahap ini dicari permasalahan-permasalahan yang dihadapi pelaku usaha dalam merancang dan menggunakan desain kemasan produk mereka. Tahap selanjutnya merupakan tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian. Dalam tahap ini pengabdian melakukan kegiatan pengembangan desain produk dan kemasan dengan menghadirkan narasumber dari desain komunikasi visual.



Gambar 3. Penyampaian materi

Tahap yang terakhir adalah tahap evaluasi. Pada tahap ini dilakukan evaluasi atas hasil yang telah dicapai oleh peserta pelatihan. Masukan dan perbaikan lebih lanjut dapat dilakukan pada tahap ini. Evaluasi diberikan dengan mengumpulkan data yang diperoleh dari kegiatan perancangan desain produk dan kemasan. Data diambil dengan menyimpulkan pemahaman pelaku usaha terkait peran desain produk dan kemasan terhadap usaha, yang disampaikan dengan metode ceramah dan dilanjutkan dengan tanya jawab/diskusi, serta dari hasil pengembangan desain produk dan kemasan masing-masing sebagai hasil dari pelatihan.

Indikator ketercapaian tujuan pengabdian adalah bahwa 80% pelaku usaha sudah memahami strategi pemasaran melalui desain produk, teknik mengembangkan desain kemasan, dan bagaimana meningkatkan minat serta kepercayaan pelanggan. Sedang indikator ketercapaian untuk tujuan memberi bekal dalam merancang kemasan sendiri sehingga tidak bergantung pada jasa pihak lain yang memerlukan biaya yang cukup besar.

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat ini dikemas dengan menggunakan pendekatan workshop. Kegiatan dilakukan menggunakan metode ceramah, diskusi dan latihan. Adapun langkah-langkah dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

Langkah 1 :

Peserta pelatihan diberikan materi mengenai merancang desain produk dan kemasan

Langkah 2 :

Peserta diberikan kesempatan untuk mendiskusikan materi yang telah diberikan.

Kesempatan tanya jawab diberikan untuk memperjelas hal-hal yang masih menjadi keraguan.

Langkah 3 :

Peserta berlatih untuk merancang desain produk dan kemasannya masing-masing



Gambar 4. Contoh hasil desain

Langkah 4 :

Peserta diberikan bimbingan hasil rancangan produk dan kemasannya berdasarkan pertimbangan pasar dan jenis produk.

Langkah 5 :

Hasil karya pengembangan dikumpulkan dan dianalisis untuk diberikan masukan dan perbaikan lebih lanjut.

IV. KESIMPULAN

Pelaksanaan pendampingan pengembangan kemasan produk bagi anggota APJI memiliki dampak dalam meningkatkan pemahaman terhadap fungsi desain kemasan produk yang dapat mempengaruhi segmen pasar. Adapun yang diperoleh dari kegiatan ini adalah:

1. Penguasaha kuliner yang tergabung pada APJI Makassar telah mengenal prinsip desain kemasan produk dengan baik
2. Memiliki rancangan desain kemasan produk yang sesuai dengan karakteristik usaha dan keunikan dari nama usaha
3. Memiliki pemahaman terkait mekanisme dalam membuat kemasan produk.
4. Pendampingan tindaklanjut bagi pelaku usaha kuliner yang menginginkan



pengembangan desain kemasan dan produk secara professional.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Rektor Universitas Negeri Makassar atas arahan dan pembinaanya selama proses kegiatan Pengabdian Masyarakat berlangsung serta dukungan dana dalam kesuksesan kegiatan PKM ini. Demikian pula ucapan terima kasih disampaikan kepada Ketua Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat UNM dan Asisiasi Pengusaha Jasaboga Indonesia Provinsi Sulawesi Selatan, yang telah memberi fasilitas, melakukan monitoring, dan meng-evaluasi kegiatan PKM hingga selesai.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya kemasan terhadap penjualan produk perusahaan. *Sosio e-kons*, 10(1), 20-27.
- Christy, P. (2015). Pengaruh desain kemasan (packaging) pada impulsive buying. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 1-14.
- Erlyana, Y. (2018, September). Analisis Peranan Desain Kemasan Terhadap Brand Identity Dari Sebuah Produk Makanan Lokal Indonesia Dengan Studi Kasus: Produk Oleh-Oleh Khas Betawi 'Mpo Romlah'. In *National Conference of Creative Industry*.
- Hananto, B. A. (2019). Perancangan Identitas Visual Dan Desain Kemasan Produk Makanan (Studi Kasus: Fibble). *Gestalt*, 1(1), 77-94.
- Siregar, R. A. D. (2017). Desain Kemasan Produk UMKM Makanan Ringan Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Konsumen di Bogor.
- Peraturan Pemerintah No.69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan
- Utami, E. (2018). Perancangan Desain Kemasan Produk Olahan Coklat "Cokadol" Dengan Metode Quality Function Deployment. *JISI: Jurnal Integrasi Sistem Industri*, 5(2), 91-100.
- Wahyudi, N., & Satriyono, S. (2017). Mantra kemasan juara. *Elex Media Komputindo*.