



## PERANCANGAN DESAIN KEMASAN PRODUK GULA SEMUT PESANTREN AT-TAQWA SALAWU TASIKMALAYA

Fariha Eridani Naufalina<sup>1</sup>, Meldi Rendra<sup>2</sup>, dan Muhammad Almaududi P.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

<sup>2</sup> Program Studi Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom

\*farihaen@telkomuniversity.ac.id, almaududi@telkomuniversity.ac.id

### INFO ARTIKEL

Diterima 21 Desember 2022

Direvisi 6 Februari 2023

Disetujui 13 Maret 2023

Tersedia Online 28 Maret 2023

### ABSTRAK

Kemandirian ekonomi merupakan salah satu fondasi penting keberlangsungan proses pendidikan di pesantren. Kesadaran akan hal tersebut membuat pesantren berusaha membuat berbagai usaha kecil menengah untuk dapat meningkatkan kemandirian ekonomi. Pesantren At taqwa Salawu Tasikmalaya, salah satunya, merintis usaha pembuatan gula semut yang merupakan salah satu komoditas unggulan yang dimiliki oleh daerah Salawu. Pesantren sudah mampu melakukan produksi gula semut dengan baik. Namun, kemampuan produksi tersebut tidak dibarengi dengan kemampuan pengemasan yang baik. Padahal, kemasan merupakan aspek pertama yang dilihat oleh konsumen. Kemasan yang tidak menarik dengan kualitas produk yang bagus dapat kalah bersaing dengan produk yang sebaliknya. Oleh sebab itu, pengabdian masyarakat dilakukan untuk mendampingi pesantren dalam merancang kemasan gula semut yang tidak hanya memiliki nilai estetika namun juga didukung dengan fungsional kemasan yang baik. Perancangan kemasan dilakukan dengan metode *focus group* disertai dengan *in-depth interview* dan *market observation* untuk dapat melakukan *deliver* yang baik dari keinginan pesantren, keinginan pasar kepada rancangan kemasan. Uji coba kemasan baik terhadap desain dan bahan kemasan dilakukan beberapa kali. Rancangan kemasan yang dihasilkan memiliki warna dominan coklat dengan jenis *full color printing* pada seluruh bagian kemasan yang dilengkapi dengan *zipper*.

**Keyword:** FGD, kemasan, gula semut

Korespondensi:

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi no. 1, Bandung 40257, Indonesia

E-mail: almaududi@telkomuniversity.ac.id

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-9795-3809>

Penulis Pertama: Yanuar Rahman

<https://doi.org/10.25124/charity.v6i1a.5913>

Page 79 – 84 © The Authors. Published by Directorate of Research and Community Service, Telkom University.

This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

## PENDAHULUAN

Pesantren merupakan salah satu bentuk lembaga pendidikan tertua di Indonesia yang memberikan kontribusi tinggi pada peningkatan kecerdasan masyarakat di Indonesia (Usman, 2013). Kemandirian ekonomi merupakan salah satu isu yang dihadapi oleh pesantren dalam mempertahankan eksistensinya (Fathony and Rokaiyah, 2021, Putri et al., 2021). Banyak pesantren membangun unit-unit usaha untuk mencapai hal tersebut.

Tidak terkecuali Pesantren Attaqwa yang terletak di Kecamatan Salawi, Kabupaten Tasikmalaya, Jawa Barat. Pesantren ini sedang merintis usaha gula semut yang merupakan potensi yang dimiliki oleh daerah di sekitar pesantren. Usaha gula semut ini merupakan satu-satunya unit usaha yang dikembangkan oleh pesantren yang diharapkan dapat mendukung kemandirian ekonomi dalam menunjang operasional dan pengembangan pesantren.

Namun, Pesantren Attaqwa memiliki keterbatasan untuk dapat meningkatkan kualitas kemasannya. Padahal kemasan merupakan hal pertama yang dilihat pelanggan dan sangat mempengaruhi preferensi konsumen terhadap suatu produk (Klimchuk, dkk, 2007 dan Wahyudi, dkk 2017). Selain itu, untuk dapat mengangkat potensinya maka diperlukan perancangan produk yang baik, dalam hal ini berarti memiliki identitas dan ciri khas daerahnya yang disesuaikan dengan kebutuhan pesantren. Kotler menjelaskan merek memberikan manfaat untuk produsen dan konsumen, yaitu memudahkan proses penanganan atau pelacakan produk, bentuk proteksi hukum terhadap fitur atau aspek produk, sinyal tingkat kualitas bagi para pelanggan agar dapat dengan mudah membeli Kembali di lain waktu. Sedangkan untuk konsumen yaitu memudahkan dalam mengidentifikasi produk yang dibutuhkan, penghematan waktu dan energi dalam melakukan pembelian ulang, serta jaminan konsumen mendapatkan kualitas yang sama sekalipun pembelian dilakukan dilain waktu dan tempat yang berbeda (Kotler, 2009). Oleh sebab itu, program ini berfokus pada perbaikan kemasan produk yang dapat menaikkan kualitas estetika produk sehingga dapat menaikkan omset penjualan gula semut di unit usaha pesantren yang menjadi sumber pendapatan aktif bagi pesantren.

## METODE PENGABDIAN MASYARAKAT

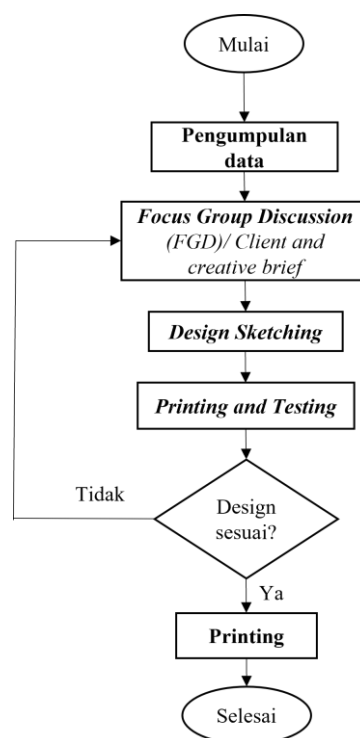
Program pendampingan pembuatan kemasan dilakukan melalui 3 tahapan utama yakni pengumpulan data, *focus group discussion*, dan perancangan. Ketiga proses tersebut dilakukan secara iteratif sampai dengan mendapatkan kesepakatan desain yang terbaik yang diterima oleh semua *stakeholder*. Gambar 1 menunjukkan skema sistematis perancangan desain yang dilakukan.

### *Pengumpulan data*

Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara pada pihak pesantren dan perkumpulan pengusaha gula semut di sekitar pesantren. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan ekspektasi pasar dan produsen pada usaha gula semut yang nantinya akan diterjemahkan ke dalam desain kemasan, seperti harga, info bahan-bahan dan yang paling penting adalah keunggulan utama dari produk. Oleh karena itu, pengumpulan data melalui internet juga dilakukan untuk mendapatkan referensi kemasan-kemasan gula semut yang sudah eksis di pasar serta untuk dapat mengerti segmentasi pasar yang sesuai dengan produk gula semut pesantren Salawu.

### *Focus Group Discussion(FGD)*

Setelah itu dilakukan *focus group discussion* untuk menajaki bentuk kemasan yang diinginkan dengan melibatkan semua *stakeholder* yang terlibat yakni, tim abdimas kemasan, pihak Pesantren Attaqwa, dan Perkumpulan Pengusaha Gula Semut Salawi. FGD dilakukan secara iteratif. Mulai dari desain awal/kasar, testing, sampai dengan pencetakan. Hal ini dilakukan untuk dapat membuat desain yang sesuai dengan keinginan produsen dan konsumen.



Gambar 1. *Flowchart* perancangan kemasan

### *Sketching Design*

Selanjutnya proses sketching design dilakukan untuk menyamakan persepsi dari hasil FGD dan juga memberikan gambaran awal bentuk kemasan yang akan dibuat. Tim memberikan menerjemahkan usulan dan keinginan dari para *stakeholder* dan dari observasi pasar ke dalam bentuk sketsa.

### *Printing and Testing*

Setelah itu dilakukan pencetakan dan uji coba kemasan. Beberapa sampel dicetak dan kemudian dilakukan FGD untuk mendiskusikan sampel kemasan. Apabila hasil desain belum sesuai maka kemasan kembali disesuaikan dan dicetak kembali sesuai hasil FGD. Namun, apabila desain sudah sesuai maka proses dilanjutkan dengan mencetak kemasan untuk produksi.



Setelah beberapa kali perbaikan, desain akhir disepakati seperti Gambar 4 dengan tampilan *full-print* menggunakan material kemasan alumunium. Bentuk ini lebih membuat produk terlihat eksklusif dan menarik. Hasil akhir perancangan kemasan dapat dilihat pada Gambar 5. Desain kemasan menonjolkan bentuk dan warna gula semut yang menjadi gambar utama serta ditempatkan pada posisi tengah agar konsumen bisa langsung melihat visual dari produk. Hal ini dilakukan sebab, kemasan kompetitor lain umumnya membuat sebagian dari bagian kemasan memiliki sisi yang transparan sehingga dapat melihat langsung warna dan bentuk gula semutnya. Pada kemasan gula semut At-Taqwa hal itu digantikan dengan foto yang bisa dilihat langsung dari luar kemasan.

Semua *stakeholders* baik dari tim abdimas maupun pihak Pesantren menerima hasil desain akhir tersebut setelah melakukan 3 kali FGD. Bahan kemasan lebih kuat, desain lebih baik dengan tampilan *full-print*, dan informasi lengkap dapat terlihat pada kemasan. Pada kemasan juga terdapat informasi khasiat, *ingredient*, komposisi, bentuk dan warna gula semut, berat bersih, sertifikat PIRT, sertifikat halal, dan beberapa info lainnya. Merek dari produk tersebut dinamakan dengan KHAS dengan tagline “100% dari nira”. Dengan demikian, hasil kemasan ini menjadi desain kemasan akhir untuk produk gula semut Pesantren Attaqwa.



Gambar 4. Desain akhir kemasan gula semut



Gambar 5. Desain akhir kemasan gula semut

## KESIMPULAN

Perancangan desain kemasan melalui FGD dapat menghasilkan bentuk kemasan yang baik. Sebab, FGD melibatkan berbagai pihak yang berkepentingan untuk mencari suatu titik optimal bentuk kemasan yang dapat diterima pasar. Banyaknya sudut pandang turut andil dalam FGD memperkaya diskusi sehingga hasil desain mewakili perspektif sebagian besar rantai pasok dari pasar gula semut seperti produsen (pihak pesantren dan asosiasi pengusaha gula semut), tim desain (akademisi), dan keinginan pasar (observasi desain pada produk eksisting di pasar).

## REFERENSI

- [1] Fathony, A., Rokaiyah, *Trilogi: Jurnal Ilmu Teknologi, Kesehatan, dan Humaniora* 2021, 2(1), 22-34
- [2] Klimchuk, Marianne Rosner dan Krasovec, Sandra A. 2007. *Desain Kemasan Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai Penjualan*. Jakarta: Erlangga
- [3] Kotler, P., & Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- [4] Putri, K.A., Fitriyanti, E., Wulandari, A., *Jurna Pengabdian Masyarakat* 2021, 12(1)
- [5] Usman, M. I., *Al-Hikmah* 2013, 14(1)
- [6] Wahyudi, Nanang & Satriyono, Sonny. 2017. *Mantra Kemasan Juara*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo