

DESAIN KEMASAN MAKANAN TRADISIONAL MADURA DALAM RANGKA PENGEMBANGAN IKM

Iffan Maflahah

Prodi Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Pertanian Universitas Trunojoyo Madura
Korespondensi : Jl. Raya Telang PO BOX 2 Kamal-Telang, email: pangky2004@yahoo.com

ABSTRACT

Packages are denoting an attribute of a product, it can be information media and affect the image the brand of product. Design an attractive product packaging will be identity and distinctive characteristics, that can be used as the consumer appeal. Product packaging design of Unit Kecil dan Menengah (UKM) as produce traditional food is very simple and less attractive. The purpose of this research is to design a Madura's traditional food packaging to promote UKM. Madura's traditional food packaging design is using the same packaging, the differences only distinguishable on the outside of the packaging of products. The sharp model of packages are paper bags and cardboard box packaging. The image which put on the packages are using Jembatan Suramadu as icons of Madura Island.

Keyword : Packaging design, Traditonal foods.

PENDAHULUAN

Budaya kemasan sebenarnya telah dimulai sejak manusia mengenal sistem penyimpanan bahan makanan. Sistem penyimpanan bahan makanan secara tradisional diawali dengan memasukkan bahan makanan ke dalam suatu wadah yang ditemuinya. Ragam kemasan makanan tradisional yang sering dijumpai seperti kemasan dengan menggunakan daun pisang, kelobot jagung (pelepah daun jagung), daun kelapa/enau (aren), daun jambu air dan daun jati. Pengemasan, disamping bertujuan untuk melindungi makanan tradisional dari kerusakan, juga merupakan daya pikat-bagi orang agar tergiur menikmatinya. Dalam bahasa prdagangan pengemasan merupakan iklan tersendiri agar menarik dan orang tertarik untuk membelinya.

The product is the package, yang berarti sebuah produk bisa dinilai dari kemasannya adalah budaya dasar pemasaran produk. Kemasan menjadi penentu utama penarik minat pembeli dalam mengonsumsi sebuah produk. Keberhasilan daya tarik kemasan ditentukan oleh estetika yang menjadi bahan pertimbangan sejak awal perencanaan bentuk kemasan karena pada

dasarnya nilai estetika harus terkandung dalam keserasian antara bentuk dan penataan desain grafis tanpa melupakan kesan jenis, ciri, dan sifat barang/produk yang diproduksi.

Selain itu, kemasan bahan makanan tradisional adalah harus mencantumkan label yang akan menjadi media informasi sebagai bahan pertimbangan untuk membeli/mengonsumsi pangan tersebut. Informasi minimal yang harus tercantum pada makanan tradisional adalah informasi mengenai komposisi, nama perusahaan yang memproduksi dan masa kadaluwarsa. Informasi tersebut digunakan sebagai pedoman dalam membeli suatu produk.

Makanan tradisional adalah makanan dan minuman yang biasa dikonsumsi oleh masyarakat tertentu, dengan citarasa khas yang diterima oleh masyarakat. Jenis makanan tradisional adalah makanan lengkap, selingan dan minuman. Jenis makanan tradisional dapat berupa jenis krupuk, kripik, kacang-kacangan, makanan basah, kue kering dan bumbu-bumbu masakan khas Jawa Timur.

Kemasan makanan tradisional IKM (Industri Kecil Menengah) adalah sebagian besar produk makanan hasil IKM tidak

memiliki desain yang menarik, inovatif dan kreatif. Produk yang dijual di pasar adalah produk dengan desain lama atau tiruan dengan sedikit modifikasi, atau hanyalah memproduksi sesuai dengan desain yang diberikan. Kekeringan dalam kreasi desain ini akan berdampak langsung pada daya saing subsektor makanan tradisional IKM di pasar domestik, baik jangka pendek maupun jangka panjang.

Pulau Madura terkenal dengan makanan khas diantaranya rengginang, lorjuk, kacang otok, kripik tette. Namun penggunaan kemasan hanyalah dikemas dengan menggunakan plastik transparan. Hal ini menimbulkan kesan yang kurang menarik. Berdasarkan permasalahan tersebut perlu dilakukan desain kemasan makanan khas Madura untuk pengembangan IKM.

METODOLOGI

Kegiatan ini dilakukan di Pulau Madura dengan mengambil sampel makanan tradisional yaitu rengginang, kripik tette, kacang otok, dan kacang lorjuk. Pengumpulan data dilakukan dengan pengumpulan data tentang kemasan makanan tradisional yang diproduksi IKM di Madura. Variabel – variabel yang dikaji adalah Brand/merek dagang, Tipografi yaitu berupa logotype, bodytext pada kemasan, Warna, Ilustrasi, dan Bentuk kemasan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Makanan khas Madura bermacam-macam. Pemilihan jenis makanan khas yang di desain kemasannya adalah makanan khas tersebut merupakan produk yang sangat diminati oleh masyarakat baik untuk dikonsumsi langsung maupun digunakan sebagai oleh-oleh. Selain itu, bentuk kemasannya adalah masih bentuk kemasan yang sangat sederhana dan perlu penyempurnaan.

Konsep desain kemasan makanan tradisional Madura adalah memperkenalkan makanan tradisional Madura kepada masyarakat yang lebih luas, bukan lagi sekedar masyarakat lokal, meningkatkan kesadaran masyarakat agar peduli terhadap makanan tradisional, memperkenalkan makanan tradisional Madura sebagai oleh-oleh khas Jawa Timur, meningkatkan citra

produk makanan tradisional yang selama ini dianggap sebagai makanan murahan, untuk menarik minat investor, sehingga makanan tradisional menjadi komoditi industri.

Pemilihan desain kemasan adalah desain kemasan yang dibuat dapat digunakan untuk produk lain yang sejenis, desain kemasan bukan sesuatu yang baru, tetapi merupakan desain kemasan yang sudah banyak digunakan oleh produk lain dan disukai konsumen, serta mampu memberikan kesan berbeda dengan kemasan yang sudah beredar saat ini, sehingga makanan tradisional dapat sejajar dengan produk – produk pangan yang lain.

Rengginang

Rengginang adalah kerupuk yang terbuat dari bahan dasar beras ketan hitam atau putih. Berbeda dengan kerupuk umumnya, pada proses pembuatannya, tidak dilakukan proses penggilingan bahan menjadi adonan halus.

Kemasan rengginang yang digunakan adalah kemasan plastik transparan dengan ditambahkan kertas yang mencantumkan merek, nama perusahaan yang memproduksi dan ijin produksi.



Gambar 1. Kemasan Rengginang

Kelemahan kemasan ini adalah kemasan ini sangat sederhana sekali, tidak memberikan unsur promosi. Selain itu, rengginang merupakan produk yang mudah rapuh, sehingga kemasan plastik yang digunakan tidak memberikan fungsi kemasan melindungi produk. Untuk proses transportasi, kemasan yang digunakan tidak memberikan kemudahan produk sampai ke tempat yang jauh dalam kondisi masih baik.

Kripik Tette

Kripik tette adalah makanan khas Madura dan tidak diproduksi di tempat lain. Kripik tette berbahan dasar singkong Kripik

tette bisa dimakan langsung atau menjadi campuran rujak, campur, dan lain-lain. Kripik tette mempunyai citra rasa tersendiri renyah dan gurih dari ketela pohon.

Kripik tette dikemas menggunakan plastik transparan dan hanya diberi label kertas yang dimasukkan dalam plastik. Kemasan yang digunakan tidak memberikan informasi apapun. Fungsi kemasan yang digunakan hanyalah fungsi untuk melindungi produk dari kontaminasi benda asing. Namun fungsi produk sebagai pelindung produk tidak dapat terpenuhi. Kripik tette merupakan produk yang mudah hancur. Kemasan plastik yang digunakan tidak mampu memberikan perlindungan terhadap benturan atau guncangan. Seringkali kripik tette sampai ke tangan konsumen dalam kondisi hancur atau tidak utuh.



Gambar 2. Kemasan Kripik Tette

Kelemahan kemasan kripik tette yang digunakan adalah kemasan tidak berfungsi sebagai pelindung produk. Hal ini karena kripik tette adalah produk yang rapuh sehingga dalam proses transportasi tidak memberikan jaminan produk sampai di tangan konsumen dalam kondisi layak konsumsi. Selain itu, produk kripik tette ini bisa diganti dengan merek lain atau dengan perusahaan lain. Hal ini karena kemasan yang digunakan tidak memberikan informasi apapun terhadap jati diri kripik tette tersebut.

Kacang Otok

Kacang otok merupakan produk kacang-kacangan yang digoreng dan dicampur dengan rempah-rempah yang digoreng. Kacang otok mempunyai warnanya kecokelatan, rasanya manis (dan sedikit pedas), gurih dan renyah. Jenis makanan ini mampu bertahan hingga kurang lebih 3 bulan

Kacang otok dikemas dengan plastik transparan yang di sablon untuk memberikan merek dan komposisi produk. Warna tulisan pada plastik adalah berwarna hijau. Pemilihan warna tidak tepat, karena tulisan tidak terlihat jelas, berbaur dengan warna kacang otok yang coklat. Pemilihan warna tersebut tidak memberikan hasil maksimal terhadap pesan yang ingin disampaikan pada tulisan yang terdapat pada kemasan.



Gambar 3. Kemasan Kacang Otok

Kelemahan kemasan yang digunakan adalah kemasan tidak memberikan informasi terhadap unsur promosi. Kemasan yang digunakan sangat sederhana sehingga tidak menimbulkan gairah untuk membelinya. Pangsa pasar dengan menggunakan produk ini adalah terbatas di daerah setempat, belum bisa sampai ke luar daerah. Kemasan ini terkesan murahan, padahal pesan yang ingin disampaikan adalah kacang otok adalah produk unggulan di Madura dan ingin memberikan kesan bahwa produk tersebut adalah produk yang eksklusif bagi konsumen. Produk otok ini tidak menggunakan kemasan sekunder, sehingga jika konsumen membeli produk lebih dari satu bungkus, maka kacang otok langsung dikemas dalam plastik dengan isi sesuai dengan keinginan konsumen.

Kacang Lorjuk

Kacang lorjuk merupakan makanan yang berupa kacang tanah gurih dicampur dengan lorjuk goreng. Kacang lorjuk biasanya dikemas menggunakan plastik transparan yang disablon bagian depannya. Lorjuk merupakan produk yang mahal, namun kemasan yang digunakan tidak menunjukkan kesan eksklusif, malah kesan yang dimunculkan adalah produk kacang lorjuk ini adalah produk yang biasa.



Gambar 4. Kemasan Kacang Lorjuk

Kelemahan kemasan kacang lorjuk ini adalah tidak memberikan informasi apapun terhadap jati diri kacang lorjuk tersebut. Masih diperlukan kemasan sekunder agar produk ini lebih menarik.

Konsep Desain Kemasan Makanan Khas Madura

Produk rengginang, kripik tette, kacang lorjuk dan kacang otok menggunakan kemasan yang sama, yang membedakan adalah pada bagian luar kemasan terdapat pilihan keempat produk tersebut. Untuk menandai kemasan tersebut berisi salah satu jenis produk yaitu dengan cara mencentrang kotak kecil yang terdapat pada bagian luar kemasan, sesuai dengan ini produk.

Pilihan kemasan sekunder ada 2 (dua) yaitu kemasan berbentuk tas kertas dan kemasan kotak karton. Namun konsep bagian luar kemasan sama yaitu menggunakan gambar jembatan Suramadu. Jembatan Suramadu menjadi kebanggaan tersendiri bagi masyarakat Madura. Penggunaan gambar Jembatan Suramadu merupakan ikon yang bisa diingat konsumen bahwa produk rengginang, kacang lorjuk, dan kripik tette merupakan produk unggulan di Madura. Warna oranye yang digunakan pada kemasan sekunder untuk memperkuat gambar jembatan Suramadu yang berwarna oranye.

Kemasan primer yang digunakan adalah kantong plastik transparan. Sedangkan kemasan sekunder digunakan agar produk yang dikemas tetap dalam kondisi layak diterima masyarakat. Biasanya rengginang dan kripik tette seringkali hancur, karena proses penanganan produk yang hanya dikemas dengan plastik. Penggunaan kemasan kertas atau kotak karton akan mempermudah proses transportasi.



Gambar 5. Kemasan Berbentuk Tas



Gambar 6. Kemasan Berbentuk Kotak

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Permasalahan utama pengembangan produk IKM adalah belum dikenalnya produk-produk tersebut khususnya makanan tradisional di kalangan masyarakat karena kurangnya sentuhan teknologi produksi dan pengemasan serta tata saji.

Produk rengginang, kripik tette, kacang lorjuk dan kacang otok menggunakan kemasan yang sama, yang membedakan adalah pada bagian luar kemasan terdapat pilihan keempat produk tersebut. Untuk menandai kemasan tersebut berisi salah satu jenis produk yaitu dengan cara mencentrang kotak kecil yang terdapat pada bagian luar kemasan, sesuai dengan ini produk.

Model kemasan yang digunakan adalah berbentuk tas kertas dan kemasan kotak karton. Pemilihan gambar pada

kemasan menggunakan gambar jembatan Suramadu sebagai ikon Pulau Madura. Penggunaan kemasan kertas atau kotak karton akan mempermudah proses transportasi.

Saran

Perlu memberikan edukasi yang terus menerus tentang kemasan untuk meningkatkan daya jual dan daya saing produk-produk IKM. Selain itu, membantu IKM dalam upayanya untuk memperoleh sertifikat halal maupun sertifikat PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga).

DAFTAR PUSTAKA

- Danger EP. 1992. *Memilih Warna Kemasan*. Pustaka Binaman Presindo
- Gobe M. 2003. *Emotional Branding*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kartajaya, Hermawan, Yuswohady, J Mussry, Taufik. 2005. *Positioning, Differensiasi, Brand*. Jakarta: Penerbit Gramedia Utama.
- Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Penerbit Remaja Rosdakrya.
- Syarief R. *Teknologi Pengemasan Pangan*. 1995. Bogor: Institut Pertanian Bogor.