

STRATEGI PERANCANGAN KEMASAN BARU HOME INDUSTRY LANS MOONCAKE

Melinda Amanda Limbang¹⁾, Andrian Dektisa²⁾,
dan Mendy Hosana Malkisedek³⁾

¹⁾Universitas Kristen Petra
e12170061@john.petra.ac.id

²⁾Universitas Kristen Petra
andrian@petra.ac.id

³⁾Universitas Kristen Petra
mendy@petra.ac.id

ABSTRACT

Lan's Mooncake is a small and medium-sized business that has just arrived in the city of Surabaya. The packaging used by Lans Mooncake has not fully fulfilled the function of the packaging, causing difficulties for Lans Mooncake. Therefore, designing and designing new packaging for Lans Mooncake Surabaya is very important by making new attractive, suitable and effective packaging to maintain product quality, increase sales, attractiveness and competitiveness by exploring current trends and combining it with the cultural characteristics of Chinese people. The method used is qualitative through interviews, observation and literature so that the packaging designed is in accordance with the target market, target audience and owner of Lan's Mooncake.

Keywords: packaging design, traditional Chinese food, Mid Autumn Festival, gifts, moon cakes.

ABSTRAK

Lan's Mooncake merupakan usaha kecil menengah yang baru hadir di Kota Surabaya. Kemasan yang digunakan oleh Lans Mooncake belum sepenuhnya memenuhi fungsi dari kemasan sehingga menimbulkan kesulitan yang dialami oleh Lans Mooncake. Oleh karena itu, merancang dan mendesain kemasan baru untuk Lans Mooncake Surabaya sangat penting dengan membuat kemasan baru yang menarik, tepat dan efektif untuk menjaga kualitas produk, meningkatkan penjualan, daya tarik dan daya saing dengan mengeksplorasi trend masa kini dan digabungkan dengan ciri khas budaya orang Tionghua. Metode yang digunakan adalah kualitatif melalui wawancara, observasi dan kepustakaan sehingga kemasan yang dirancang dapat sesuai dengan target market, target audience dan pemilik dari Lan's Mooncake.

Kata Kunci: desain kemasan, makanan tradisional Tionghua, Mid Autumn Festival, bingkisan, kue bulan.

PENDAHULUAN

Kemasan merupakan suatu citra pertama yang diberikan dari sebuah produk maka dari itu sering kali kemasan disebut sebagai *brand image* dari sebuah usaha. *Brand image* yang tertanam pada kemasan dibentuk dari desain yang kuat dan memikat perhatian konsumen. Desain kemasan yang baik adalah yang bisa memvisualisasikan "*brand*" alias membantu branding sebuah produk (Utami dalam Dwi Arum, 2013).

Kemasan memang penting untuk menunjukkan *image* suatu usaha atau produk di mata konsumen. Namun, desain saja tidak cukup tanpa diimbangi oleh fungsi dari

kemasan lainnya. Menurut Kotler dan Armstrong (2012), "*Packaging involves designing and producing the container or wrapper for a product*" yang artinya proses kemasan melibatkan kegiatan mendesain dan memproduksi, kemasan memiliki fungsi utama yaitu untuk melindungi produk agar produk tetap terjaga kualitasnya. Jika fungsi-fungsi dari kemasan tidak dapat terpenuhi maka akan memberikan dampak buruk pada usaha terutama produk. Kemasan yang buruk dapat menyebabkan produk mudah rusak, berjamur dan kehilangan pasarnya.

Selain secara fungsional, kemasan harus informatif. Kemasan yang informatif adalah kemasan yang mencantumkan segala informasi mengenai produk, seperti cara penyimpanan produk, cara penggunaan produk, cara mengeluarkan dan memasukkan kembali produk, tanggal produksi, tanggal kadaluarsa, penjelasan mengenai produk seperti komposisi dari produk atau sejarah dari produk. Dengan mencantumkan informasi-informasi tersebut terutama penjelasan dari produk dapat meningkatkan keyakinan konsumen dalam memilih produk dipasar.

Di Indonesia banyak masyarakat yang mengawali bisnisnya dari UMKM. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (2020), jumlah UMKM pada tahun 2018 adalah 64,2 juta unit. Data tersebut menunjukkan bahwa persaingan dalam UMKM semakin tinggi. Maka dari itu, dibutuhkan adanya sebuah perubahan dan perbedaan dari setiap usaha.

Budaya di Indonesia sangat beragam, salah satunya adalah budaya Tionghua atau China. Salah satu budaya Tionghua yang masih ada hingga saat ini adalah *Mid-Autumn Festival* atau Festival Kue Bulan. *Mid-Autumn Festival* merupakan perayaan hari raya panen yang penting di Tiongkok, China. Perayaan kue bulan atau *Mid-Autumn Festival* dirayakan setiap tahun sekitar bulan September - Oktober. Walaupun merupakan perayaan ini berasal dari Tiongkok dan dirayakan oleh warga Tiongkok, di Indonesia tak kalah banyak orang yang merayakan perayaan ini. Namun, seiring perkembangan zaman, kue bulan tidak hanya dinikmati saat perayaan atau acara tertentu saja, kue bulan juga dapat dinikmati dihari-hari biasa.

Lans Mooncake merupakan usaha kecil menengah atau *home industry* di Surabaya yang baru dibangun bulan Juli 2020. Lans Mooncake adalah usaha makanan yang menjual kue bulan atau *mooncake* yang dibuat secara *handmade* langsung oleh owner yang bernama Lany. Usaha ini berawal dari keinginan owner untuk membuat kue bulan cita rasa rumahan dengan resep jadul, tanpa bahan pengawet dan harga yang terjangkau. Memperluas dan membesarkan usaha rumah merupakan keinginan dari pemilik usaha kue bulan. Penikmat dari Lans Mooncake tidak hanya di Surabaya, melainkan hingga luar kota atau pulau. *Lan's Mooncake* laku keras pada saat *Mid-Autumn Festival*.

Dikarenakan usaha yang tergolong baru, pemilik usaha Lan's Mooncake kurang memperhatikan kemasan yang tepat untuk produknya. Kemasan yang digunakan oleh Lans Mooncake belum sepenuhnya memenuhi fungsi dari kemasan sehingga menimbulkan kesulitan yang dialami oleh Lans Mooncake antara lain, kemasan yang digunakan sekarang belum maksimal dalam menjaga dan menyimpan produk sehingga menyebabkan kue bulan cepat busuk dan berjamur akibat kontaminasi udara dan lingkungan, sulit mengeluarkan produk, tidak melindungi produk pada saat pengiriman serta minimnya informasi produk pada kemasan dan kurang mengidentifikasi *Lan's Mooncake* dikarenakan penataan logo *Lan's Mooncake* yang kurang tepat. Selain itu, penggunaan warna yang kurang tepat pada kemasan, seperti warna hitam pada tas *spounbound* yang menurut kepercayaan orang Tionghua merupakan warna duka.

Tujuan Perancangan

Merancang kemasan baru untuk Lans Mooncake Surabaya yang menarik, tepat dan efektif untuk menjaga kualitas produk, meningkatkan penjualan, daya tarik dan daya saing.

Metode Perancangan

Metode perancangan yang digunakan adalah metode kualitatif. Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data sebanyak mungkin untuk membantu proses menyelesaikan permasalahan dan material yang digunakan dalam merancang dan mendesain kemasan.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data akan dibagi menjadi 2 jenis, yaitu data primer dan data sekunder, sebagai berikut :

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber permasalahan yang diangkat dalam perancangan ini (pemilik usaha). Data didapatkan dengan cara wawancara terstruktur. Wawancara dengan mengajukan sejumlah pertanyaan secara langsung kepada pemilik usaha dan pembuat kue.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data penelitian yang diperoleh melalui buku, penelitian dan studi pustaka. Data sekunder diperoleh melalui internet melalui situs web. Studi pustaka dengan mengumpulkan data melalui *e-book* dan jurnal yang berhubungan.

Metode Analisis Data

Analisa data yang digunakan untuk perancangan desain kemasan Lans Mooncake adalah metode analisis *VIEW (Visibility, Information, Emotional Appeal, Workability)* agar dapat mengetahui fitur yang ada pada kemasan sebelumnya.

Desain Kemasan Lama



Gambar 1. Kemasan Lama Lan's Mooncake

Sumber : Melinda Amanda Limbang, Andrian Dektisa, Mendy Hosana Malkisedek

Kemasan yang digunakan oleh Lan's Mooncake saat ini memiliki banyak kekurangan, antara lain sedikitnya informasi mengenai produk seperti tanggal pembuatan, tanggal kadaluarsa, komposisi produk, cara menyimpan dan memasak kembali produk, desain kemasan yang kurang estetik dan menggambarkan identitas usaha dan produk, penggunaan warna yang tidak sesuai dengan kepercayaan

orang Tionghua, sulit dalam membuka dan menutup kembali kemasan dan ukuran kemasan terlalu besar yang produk mudah terkoyak pada saat proses pengiriman sehingga produk sering kali hancur pada saat sampai di tangan konsumen.

Konsep perancangan

Membuat kemasan kue bulan yang lebih efektif dan menarik secara desain untuk meningkatkan daya saing dan daya tarik konsumen.

KONSEP PERANCANGAN

Brand Positioning

- *Consumer insight*

Sharing is caring. Keinginan seseorang agar lebih dinilai positif dimata keluarga terutama orang tua dengan membagikan kue bulan, terutama dihari perayaan.

- *Positioning*

Perfect mooncake to share with your loved ones. Kue bulan yang sempurna dari segi rasa, kualitas, harga dan penampilan (kemasan) untuk dibagikan dan disantap bersama keluarga tercinta.

Brand Identity

Logo *Lan's Mooncake* yang terletak pada bagian depan kemasan.



Gambar 2. Logo Lan's Mooncake

Sumber : Melinda Amanda Limbang, Andrian Dektisa, Mendy Hosana Malkisedek

Brand Image

Citra yang akan disampaikan dari *Lan's Mooncake* adalah kue bulan yang terbaik untuk dibagi-bagikan dalam segi rasa, kualitas, harga dan penampilan. Memberikan kesan kombinasi dari modern (kekinian) - tradisional China, premium dan kebersamaan (kehangatan).

Pola Dasar Bentuk Kemasan

Konsep pola dasar bentuk yang digunakan pada perancangan desain ulang kemasan Lan's Mooncake adalah *simple* dan *easy to use*. Penggunaan konsep *simple* menjadi pertimbangan yang mana produk lebih banyak dikirim keluar kota/ keluar pulau dan melalui perjalanan panjang. Bentuk kotak yang dapat dibuka tutup tanpa hiasan yang banyak mempermudah dalam proses pengemasan untuk pengiriman ekspidisi karena dapat ditumpuk. *Easy to use* yang memiliki arti mudah digunakan yaitu melalui kemasan ini konsumen dapat dengan mudah membuka atau menutup kembali kemasan. Pada kemasan primer bentuk kemasan kotak yang berisi 4 kotak dan 6 kotak.

Bahan/Material Dasar Kemasan

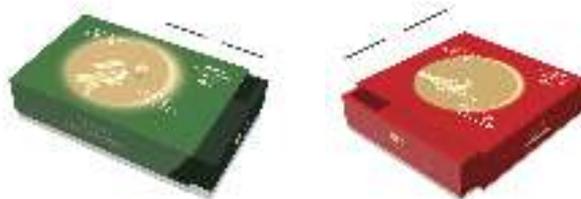
Bahan / material yang digunakan adalah *yellow board* 2mm-2,3mm dan karton *corrugate double wall* dengan ketebalan 5mm sebagai bantalan selama proses pengiriman sehingga dapat menjaga keamanan barang tanpa membutuhkan *bubble wrap* (plastik). Sedangkan pada kotak kemasan sekunder (kemasan melapasi kue bulan) menggunakan material *art paper 260 gram* laminasi *doff* yang tahan minyak, tahan air, tahan panas, tahan dingin dan cukup tebal.

Gaya Desain

Gaya desain yang digunakan adalah modern-oriental namun tetap menonjolkan tradisional Tionghua.

Sistem Buka Tutup

Box dibuka dengan cara menarik kotak pada bagian dalam keluar untuk mengambil kue bulan dan mendorong kembali kotak bagian dalam untuk menyimpan kembali.



Gambar 3. Sistem buka tutup

Sumber : Melinda Amanda Limbang, Andrian Dektisa, Mendy Hosana Malkisedek

Referensi Visual

Visual yang digunakan dalam desain kemasan Lan's Mooncake adalah bunga angrek (Lan) yang merupakan arti dari nama pemilik Lan's Mooncake dan juga bentuk dari produk kue bulan yang menjadi ciri khas Lan's Mooncake. Gambar bulan purnama yang memiliki arti penting dalam Perayaan *Mid Autumn Festival* yang selalu dirayakan pada saat bulan purnama. Gambaran visual lainnya adalah kelinci yang merupakan gambaran dari salah satu sejarah dari kue bulan.

Warna

Menggunakan warna merah tua, hijau tua dan warna emas karena dalam kepercayaan Tionghua warna merah adalah warna yang melambangkan keberuntungan, warna hijau yang dipercaya melambangkan kesehatan, kemakmuran, dan keharmonisan dan warna emas yang melambangkan keagungan, keberuntungan, kekaisaran. Memberikan kepada orang yang dikasihi melalui harapan-harapan yang diletakkan melalui warna yang diberikan, yaitu harapan akan keberuntungan selalu menyertai orang yang diberi, keharmonisan yang selalu terjaga diantara pemberi kue bulan dan penerima, kesehatan dan warna emas dengan harapan kemakmuran.

Merek/Logo/Brand Name

Lan's Mooncake merupakan merek yang digunakan dan juga menjadi brand dari Lan's Mooncake. Logo Lan's Mooncake tidak akan mengalami perubahan. Pada logo Lan's Mooncake tergambar sebuah tulisan cina yang berarti Lan yang merupakan nama dari owner Lan's Mooncake. Selain itu Lan sendiri memiliki arti bunga angrek yang mempunyai makna positif yaitu cinta, keindahan, perhatian dan pesona.

Ilustrasi/Gambar

Ilustrasi yang akan digunakan pada desain Lan's Mooncake adalah motif ornamen Tiongkok seperti bunga dan awan.

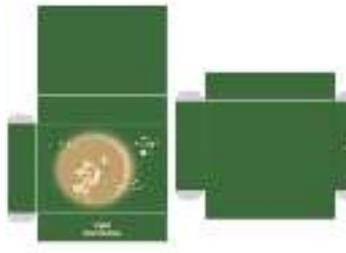
Jenis Font/Tipografi

Font yang digunakan dalam desain kemasan Lan's Mooncake adalah 'Margaret Font'. Font ini digunakan untuk menunjukkan karakter dari font Margaret yaitu *luxury* dan *modern*. Garis dan lekukan yang kontras dan lembut pada font ini dibuat agar cocok sebagai font yang digunakan pada bagian depan.

Komposisi/Tata Letak

Komposisi dan tata letak pada perancangan kemasan Lan's Mooncake disusun berdasarkan *visual hierarchy* yang mengacu pada konsep perancangan sehingga memudahkan konsumen dalam memahami dan menerima informasi yang tertera pada kemasan mulai dari logo, ilustrasi, tanggal produksi, tanggal kadaluarsa, cara penyimpanan dan lainnya yang bersangkutan dengan produk di dalam.

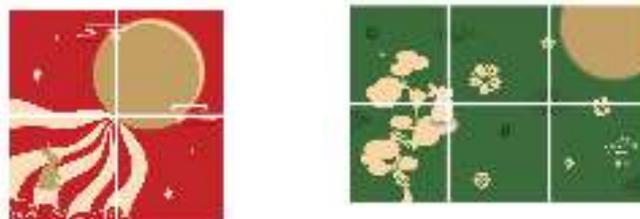
FINAL DESAIN



Gambar 4. Desain dan jaring-jaring kemasan sekunder Chrysant
Sumber : Melinda Amanda Limbang, Andrian Dektisa, Mendy Hosana Malkisedek



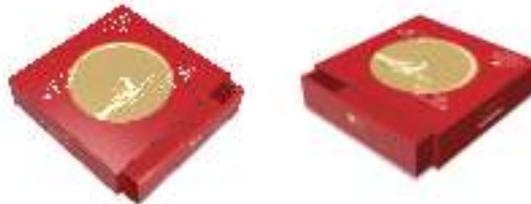
Gambar 5. Desain dan jaring-jaring kemasan sekunder Jade
Sumber : Melinda Amanda Limbang, Andrian Dektisa, Mendy Hosana Malkisedek



Gambar 6. Desain kemasan primer Jade (kiri) dan Chrysant (kanan)
Sumber : Melinda Amanda Limbang, Andrian Dektisa, Mendy Hosana Malkisedek



Gambar 7. Mock up kemasan primer Jade (kiri) dan Chrysant (kanan)
Sumber : Melinda Amanda Limbang, Andrian Dektisa, Mendy Hosana Malkisedek



Gambar 8. Mock up kemasan sekunder Jade
Sumber : Melinda Amanda Limbang, Andrian Dektisa, Mendy Hosana Malkisedek



Gambar 9. Desain kemasan sekunder Chrysant
Sumber : Melinda Amanda Limbang, Andrian Dektisa, Mendy Hosana Malkisedek



Gambar 10. Paperbag kemasan Jade
Sumber : Melinda Amanda Limbang, Andrian Dektisa, Mendy Hosana Malkisedek



Gambar 9. Paperbag kemasan Chrysant
Sumber : Melinda Amanda Limbang, Andrian Dektisa, Mendy Hosana Malkisedek

KESIMPULAN

Kemasan merupakan salah satu hal penting dalam mengembangkan usaha terutama usaha makanan. Kemasan yang baik merupakan kemasan yang dapat melindungi produk, informatif dan menjadi media visual yang menggambarkan produk dan brand. Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan penulis demi menggali permasalahan yang ada pada kemasan UKM Lan's Mooncake, penulis menemukan bahwa kemasan yang digunakan oleh UKM Lan's Mooncake tidak memiliki kriteria dari kemasan yang baik. Kemasan Lan's Mooncake saat ini sangat minim informasi sehingga membuat konsumen kebingungan dalam mengkonsumsi, menyimpan dan memanaskan ulang produk yang dijual. Lan's Mooncake yang memiliki konsumen bukan di dalam kota saja namun hingga luar pulau juga menjadi masalah selanjutnya yaitu kemasan yang tidak dapat melindungi produk dengan baik selama proses pengiriman, kemasan yang tidak pas dikarenakan ukuran yang terlalu besar sehingga memudahkan terkoyaknya produk selama pengiriman. Pemilihan warna yang tidak memiliki latar belakang dan tidak menyesuaikan dengan kepercayaan menjadikan kemasan Lan's Mooncake ini menjadi pertimbangan untuk dipilih meskipun memiliki kualitas produk yang sangat bersaing. Melalui perancangan ini, penulis dapat menyimpulkan bahwa kemasan yang telah dirancang sedemikian rupa dapat mengatasi permasalahan yang dialami oleh UKM Lan's Mooncake. Informasi cara penggunaan hingga tanggal pembuatan dan kadaluarsa produk tercantum dalam kemasan, selain itu konsep dari desain dan penggunaan warna juga menjadi solusi yang diberikan oleh penulis dalam perancangan kemasan Lan's Mooncake. Memperhatikan ukuran agar sesuai dan tepat agar kemasan dapat melindungi produk dari guncangan yang terjadi selama pengiriman.

REFERENSI

- Appkey (2020, June), Layout adalah : 4 Prinsip Dasar Desain Layout, Retrieved September 25, 2020, from <https://appkey.id/blog/layout-adalah/>
- Hajani, Dwi H., Fitra, Safrezi (2020, April), Pemerintah Beri Stimulus, Berapa Jumlah UMKM di Indonesia? : Jumlah Unit Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, Retrieved September 20, 2020, from <https://databoks.katadata.co.id/data-publish/2020/04/08/pemerintah-beri-stimulus-berapa-jumlah-umkm-di-indonesia>
- Kotler, dan Keller. 2012. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Riadi, Muchlisin (2016, October).TPengertian, Fungsi, Tujuan dan Jenis-jenis Kemasan. Retrieved October 2, 2020, <https://www.kajianpustaka.com/2016/10/pengertian-fungsi-tujuan-dan-jenis-kemasan.html>
- Thabroni, Gamal (2019, August). Tipografi: Pengertian, Parameter, Prinsip & Penjelasan Lengkap. Retrieved October 2, 2020, from <https://serupa.id/tipografi/>
- Utami, Nadia Citra. 2010. Desain kemasan kardus Makanan Ringan Ning Catering Sebagai Media Promosi. Proyek Studi Universitas Negeri Semarang.