

WORKSHOP DESAIN PENGGUNAAN KATA DAN WARNA KEMASAN PROMOSI PRODUK MANAKANAN DAN MINUMAN DI LAPAKITA BINTARO

Yosaphat Danis¹, Dalizanolu Hulu²

¹⁾ Program Studi Ilmu Komuniaksi, Fakultas Komputer dan Komuniiasi, Kwik Kian Gie School Of Business

²⁾ Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Humaniora, Universitas Pembangunan Jaya
e-mail: dalizanolu.hulu@upj.ac.id

Abstrak

Workshop desain penggunaan kata dan warna dikemasan produk penjualan online diharapkan dapat memberikan peningkatan penjualan. Melalui promosi produksi kuliner, penggunaan kata-kata yang tepat dapat memberikan pengaruh positif terhadap para konsumen memberikan minat membeli produk. Pakailah gaya bahasa sederhana, mudah diingat tetapi mampu menginterpretasikan tujuan maupun barang tersebut. Pemberian warna kemasan produk sangat penting mendorong minat pembelian produk. Karena itu, harus mengetahui peran dan arti warna desain kemasan. Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini ditujukan kepada LapaKita di Binataro untuk memberikan pengetahuan melakukan inovasi desain kemasan produk. Selain itu juga diberikan pengetahuan dan cara-cara melakukan desain pewarnaan, pemasaran secara digital dalam rangka mendukung kegiatan bisnis.

Kata kunci: Pemberdayaan Masyarakat, Penjualan Online, Kemasan, Desain Warna, Gaya Bahasa

Abstract

It is hoped that the workshop on designing the use of words and colors for packaging online sales products can increase sales. Through the promotion of culinary production, the use of the right words can have a positive influence on consumers' interest in buying products. Use a simple language style, easy to remember but capable of interpreting the purpose and item. Providing color on product packaging is very important to encourage interest in purchasing the product. Therefore, you must know the role and meaning of packaging design colors. The aim of this community service activity is aimed at LapaKita in Binataro to provide knowledge to innovate product packaging designs. Apart from that, knowledge and ways of doing color design and digital marketing are also provided in order to support business activities.

Keywords: Community Empowerment, Online Sales, Packaging, Color Design, Language Style

PENDAHULUAN

Pandemi Covid 19 di tahun 2019-2021 di Kota Tangerang Selatan, pemerintah menganjurkan masyarakat tinggal di rumah saja, dengan tujuan menghindari keramaian mencegah inveksi. Sementara sebagai daerah perkotaan, ketergantungan kuliner satu dengan lainnya tidak dapat dihindarkan. Karena itu, Paroki Bintaro Jaya: Santa Maria Regina, Sanmare berinisiasi mendirikan unit usaha bernama "LapaKita" dengan slogan "Wadah Berbelarasa dari Umat untuk Umat". Kegiatan yang dilakukan menyediakan berbagai kebutuhan umat seperti Makanan dan Minuman, Jasa, Kebersihan dan Kesehatan, Seni dan Kerajinan, Bahan Sembako, Aksesoris, Buah, Ibu dan Balita, Kecantikan, dan Bengkel Mobil yang pemesanan melauai online.

Berdasarkan urutan rekapitulasi hasil kuesioner berdasarkan kuantitas menurut jenis kegiatan diperlihatkan di Tabel 1 di bawah ini. Urutan empat usaha terbesar diawali dari menyediakan makanan dan minuman, Jasa, Kebersihan dan Kesehatan, serta Seni dan Kerajinan.

Tabel 1. Jenis Kegiatan di LapaKita

No.	Jenis Kegiatan	Kuantitas
1	Makanan dan Minuman	113
2	Jasa	24
3	Kebersihan dan Kesehatan	18
4	Seni dan Kerajinan	9
5	Bahan Sembako	5

No.	Jenis Kegiatan	Kuantitas
6	Aksesoris	2
7	Buah	2
8	Ibu dan Balita	2
9	Kecantikan	1
10	Bengkel Mobil	0

Sumber: Diolah dari <https://parokibintarojaya.id/lapakita/makanan-dan-minuman>

Berdasarkan tabel ini menunjukkan sekitar 70 persen melakukan usaha di bidang makanan dan minuman. Faktor ketertarikan pengusaha karena bisnis kuliner di samping memperoleh pendapatan yang relatif tinggi, juga relatif mudah menyesuaikan dengan keinginan konsumen.

Tabel 2. Kegiatan Usaha Makanan dan Minuman

No.	Jenis Usaha	Brending Produk
1	Catering Makanan	Chris' Kitchen
2	Catering Wedding, Organizer, Menyewakan Alat Catering	Betha Catering
3	Food & Beverages dan Biji Kopi	The Foodhub Indonesia, Koh Ari Drinks, Arisporkis, Rasasejati
4	Forzen Food dan Cemilan	Kedai Kudapan
5	Jajan Pasar	DapurMami by MicheWinokan
6	Jajanan Pasar dan Lauk Pauk Dari Solo	Roti kecil(genep)
7	Jasa Bimbel	Bimbel Millo
8	Kuliner Khas Semarang dan Jawa Tengah	Mangut, Nasi Ayam Semarang, Babat gongso, Pindang Kudus, Gandul Pati, Tahu gimbal, Tumpang Koyor
9	Kuliner Khas Solo, Bubur Ayam Kampung, Kue-Kue, Pudding	Kuliner khas Solo dan Bubur Ayam kampung Pak Doyok
10	Makanan dan Kue Khas Manado	Dapur Gizelle
11	Makanan dan Sabun	Rosery Kitchen & Toppas
12	Mie Ayam Spirulina	Mie Ayam Spirulina
13	Minyak Kayuputih	Betapure
14	Perawatan Wajah, Kecantikan Makeup	Oriflame
15	Pudding, Kue Kering, Nasi Liwet, Sambal	Dapur Rejeki
16	Sabun Wajah	Collagen Gold Series
17	Skincare	Dr Melisch
18	Tahu Bakso	TABOK

Salah satu pertimbangan konsumen sebelum memilih kuliner secara online adalah dengan mempertimbangkan promosi yang disajikan dan informasi dari rekomendasi penggemar kuliner (Damayanti et al, 2020). Demikian Hendrayani & Manihuruk (2020) menjelaskan bahwa diperlukan redesain kemasan yang telah ada, berkaitan bentuk dan warna bertujuan agar kemasan lama menjadi kemasan baru agar lebih menarik. Hal yang sama juga dijelaskan Rizqy et. al (2021) bahwa kemasan merupakan salah satu hal penting dalam melakukan penjualan dan pemasaran produk. Desain kemasan yang baik akan menjadi daya tarik konsumen untuk minat terhadap suatu produk. Semakin tinggi minat konsumen maka semakin tinggi penjualan.

Anasrulloah & Basrion (2017) dan Agustina et.al (2022) desain kemasan produk (packaging) merupakan pendukung utama cara menarik perhatian target market sehingga mempengaruhi keputusan membeli produk. Pada awalnya kemasan hanya berfungsi sebagai wadah yang berfungsi melindungi atau memudahkan produk dibawa, tetapi seiring perkembangan zaman, mampu menumbuhkan ketertarikan konsumen membeli.

Lusa & Suptiatna (2020) pemberdayaan masyarakat tidak hanya semata-mata memenuhi kebutuhan dasar masyarakat tetapi lebih sebagai upaya mencari alternatif pertumbuhan ekonomi lokal. Perhatian kemasan lebih menarik dan memiliki aneka varian rasa. Prasetya et.al. (2020) menjelaskan pengembangan desain kemasan sangat diperlukan guna menghasilkan hasil dan kualitas dari kemasan yang lebih variatif. Dengan adanya kualitas produk dan kemasan yang menarik menjadikan produk yang dipasarkan kepada masyarakat bisa bersaing dengan baik dengan kualifikasi produk unggulan.

METODE

Metode pelaksanaan workshop yang dilaksanakan di Paroki Bintaro Jaya: Santa Maria Regina, Sanmare dengan memberikan yang dilakukan narasumber yang bertujuan agar konsumen tertarik membeli produk dengan mengkaji ulang kata-kata yang disajikan di kemasan produk juga perbaduan warna yang diberikan.

Masing-masing Narasumber diberikan waktu pemaparan selama kurang lebih 15 - 25 menit mengenai tema-tema yang telah disusun. Metode pelaksanaan workshop dibagi dua tahap. Tahap pertama, penyampaian materi dari nara sumber secara bergantian menggunakan powerpoint. Tahap kedua, workshop di mana peserta memperagakan pembuatan kata-kata promosi dan desain warna kemasan. Kegiatan ini juga dibantu lima orang mahasiswa yang diperbantukan dalam acara ini.

Vinsensia et. al (2023) dan Ratnasari et.al (2022) menjelaskan bahwa kemasan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dengan produk yang akan dijual dan memiliki nilai tambah bagi konsumen. Sehingga, perlu melakukan inovasi terutama seperti perubahan desain, bahan, dan warna. Beberapa pelaku usaha mungkin sudah melakukan penjualan secara online. Tetapi masih banyak dijumpai kesulitan menjual produknya secara online karena persoalan kemasan produk.

Karena itu, workshop desain kemasan produk akan memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang pentingnya teknologi dan penggunaan teknologi dalam kehidupan, meningkatkan motivasi dan minat masyarakat dalam mengembangkan industri rumah tangga, dan menghasilkan suatu produk desain kemasan kreatif dan inovatif yang diharapkan dapat meningkatkan kualitas hasil usaha produksi.



Gambar 1. Peserta dan Nara Sumber Pelaksanaan Workshop

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan ini peserta mendapatkan banyak informasi dan edukasi tentang meningkatkan pemahaman mitra terkait penerapan desain produk kemasan terutama kemasan produk keripik pisang sale, sehingga memberi kemudahan dalam mengenalkan kepada masyarakat, selain itu diberi edukasi untuk mengenalkan sosial media pemasaran produk secara lebih luas serta melakukan inovasi dan modifikasi terhadap produknya agar usahanya lebih maju. Melalui Gambar 2 dan Gambar 3 memperlihatkan bagaimana keadaan workshop yang diawali dengan pemaparan dua nara sumber tentang penting memperhatikan kemasan produk, baik dari menyusun kata-kata, dan pemberian warna.

Hasil yang didapatkan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu berupa penyampaian materi yang terlaksana dengan baik. Selain itu dalam kegiatan ini, juga berhasil menjawab beberapa pertanyaan yang diajukan para peserta terkait dengan materi yang disampaikan.

Beberapa pendekatan dari promosi produk meliputi:

1. Penggunaan kata-kata yang mudah dimengerti dan dipahami konsumen.

Pada desain kemasan makanan, seringkali ditemukan berbagai tulisan selain komposisi ataupun identitas barang itu sendiri. Misalnya saja kalimat slogan, kata-kata persuasif, nama brand, dan lainnya. Meskipun ingin dibuat menarik tetapi hindari penggunaan kalimat berlebihan, tidak sesuai konteks, atau kurang penting yang mampu membuat bingung para konsumen.

Pakailah gaya bahasa sederhana, mudah diingat tetapi mampu menginterpretasikan tujuan maupun barang tersebut. Dengan mengetahui rahasia membuat desain packaging produk yang bagus maka keuntungan dan value bisnis yang dijalankan akan berkembang lebih baik.

2. Pilih warna yang tepat

Warna kemasan produk sangat penting minat pembelian didasarkan produk. Karena itu, harus mengetahui peran dan arti warna dalam desain kemasan, misalnya:

1. Merah melambangkan hasrat, kekuatan, cinta dan keberanian
2. Kuning melambangkan energi, serta kebahagiaan
3. Oranye melambangkan kesan senang, kehangatan, atau tekad
4. Hijau melambangkan kesegaran, alam, atau uang
5. Biru melambangkan ketenangan, otoritas, atau maskulinitas
6. Ungu melambangkan kreativitas, royalti, atau misteri
7. Merah mudah melambangkan rasa ramah, feminitas



Gambar 3. Desain Kemasan Produk

SIMPULAN

Dengan diadakannya pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat mendorong para pelapak yang penjualan online terus melakukan pengembangan dan promosi produk. Penataan kata-kata yang digunakan dan desain pewarnaan produk pada gilirannya dapat dijadikan sebagai bagian peningkatan hasil produksi dan penjualan. Di samping itu, penggunaan media digital promosi produk semakin memberikan dorongan memperluas memperkenalkan produk.

Berdasarkan program yang telah dilakukan menghasilkan antusias peserta dan banyak pertanyaan sebagai masukan meningkatkan penjualan online produknya. Di samping itu, para peserta mengharapkan keberlanjutan kegiatan sejenis terkait dengan pengelolaan keuangan usaha.

Saran untuk perbaikan program selanjutnya dalam disampaikan materi yang lebih mendalam dan komprehensif mengenai perencanaan bisnis dan pengelolaan keuangan. Di samping itu, terus diasah desain pengembangan produk yang dapat mendorong konsumen membeli produk yang dihasilkan.

SARAN

Desain penggunaan kata dan warna produk apakah makanan dan minuman sangat penting menarik calon pembeli mencicipinya. Namun promosi melalui video sangat diperlukan agar konsumen mengenal dan mengamati produk beserta informasi yang disampaikan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kami sampaikan kepada para pimpinan Paroki Bintaro Jaya: Santa Maria Regina, Sanmare, dan di LapaKita Bintaro yang bekerja sama dengan Universitas Pembangunan Jaya memberikan kesempatan melaksanakan pengabdian masyarakat. Juga disampaikan terima kasih

kepada mahasiswa prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2021, Universitas Pembangunan Jaya yaitu Muhammad Ferdiansyah, Ivan Bryan Karipui, Tengku Caesar Akbar, Rizka Junita Andina, dan Bunga Novianti atas keterlibatan membantu di pelaksanaan workshop.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, R., Dwanoko, Y. S., & Suprianto, D. (2021) Pelatihan Desain Logo dan Kemasan Produk UMKM di Wilayah Sekarpuro Kecamatan Pakis Kabupaten Malang. *Jurnal Aplikasi dan Inovasi Ipteks SOLIDITAS*, 4(1), 69-76.
- Ahmas, A. A. N., Sutrisno, T., & Ratnasari, I. (2022) Upaya Peningkatan Strategi Bersaing Usaha Mikro Kecil dan Menengah Melalui Inovasi Desain Kemasan dan Pemasaran Produk di Kabupaten Karawang. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(1), 124-128.
- Anasrulloh, M., & Basiron, B. (2017) Pelatihan Pembuatan Kemasan (Packaging) untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Olahan Kue Kacang Emping Melinjo. *J-ADIMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 5(1), 15-19.
- Damayanthi, N. P. D., ADH, I. P. W., Januhari, N. N. U., Putra, I. M. S. A., Muliawan, I. G. A. I., Putra, I. P. K. S., ... & Saputra, I. M. A. B. (2022). Pelatihan Pembuatan Desain Kemasan Produk Pada UKM Sari Ne Lemon. *Journal of Community Development*, 2(2), 102-106.
- Hendrayani, Y., & Manihuruk, H. (2020) Redesain Kemasan dalam Meningkatkan Brand Awarness Produk Unggulan UKM Cilodong Berkarya. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 3(1), 212-220.
- Leovita, A., & Fauzi, D. (2021) Penyuluhan Peningkatan Kualitas Packaging Produk Pada UMKM Serambi Milk Padang Panjang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Dewantara*, 4(1), 20-25.
- Lusa, H., & Supriatna, I. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Workshop Ekonomi Kreatif Berbasis Promosi Online Olahan Singkong di UKM Kelompok Tani Genting Jaya Bengkulu Utara. *Abdi Dosen: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(4), 361-370.
- Prasetya, A. J., Laksono, Y. T., & Hidayat, W. (2020) Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Pengembangan Marketing Website dan Desain Kemasan Pada UKM Bumi Cipta Sejahtera Surabaya. *JPM17: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(01), 92-98.
- Ratnasari, I., Arnu, A. P., & Hannie, H. (2022) Pelatihan Desain Kemasan dan Pemasaran Pada Produk-Produk Umkm di Kabupaten Karawang. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 6(1), 38-45.
- Rizqi, A. W., Jufriyanto, M., & Pusporini, P. (2021). Pelatihan Desain Kemasan Produk Asosiasi UMKM Kecamatan Sidayu, Kabupaten Gresik (Studi Kasus: Produk Kerupuk). *IJCOSIN: Indonesian Journal of Community Service and Innovation*, 1(1), 33-38.
- Vinsensia, D., Utami, Y., Jannah, N., & Wulandari, D. I. (2023) Penerapan Inovasi Desain Kemasan Sebagai Branding Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 4(3), 2306-2311.