



Maya Setiawardani | Harmon Chaniago | Mukaram
Ira Siti Sarah | Mohammad Rizal Gaffar | Ermina Tiorida
Iwan Mulyawan

Teknis Pembuatan Kemasan Makanan

PANDUAN LENGKAP UNTUK PEMULA DALAM
MEMAHAMI PROSES PEMBUATAN KEMASAN NANO
STORE

PT Edukasi Riset Digital
Bandung 2020

**Teknis Pembuatan Kemasan Makanan:
Panduan Lengkap Untuk Pemula Dalam Memahami Proses
Pembuatan Kemasan Nano Store**

Dra. Maya Setiawardani, M.Pd.
Dr. Drs. Harmon Chaniago, M.Si.
Dr. Mukaram, S.E., M.Ed.M.
Mohammad Rizal Gaffar, S.T., M.M.
Ira Siti Sarah, S.ST., M.BA.
Ermina Tiorida, S.E., M.Si.
Dr. Drs. Iwan Mulyawan, M.BA.



Penerbit: Edukasi Riset Digital PT

Teknis Pembuatan Kemasan Makanan: Panduan Lengkap Untuk Pemula Dalam Memahami Proses Pembuatan Kemasan Nano Store

ISBN 978-623-94738-2-2

Hak Cipta 2020, Pada Dra. Maya Setiawardani, M.Pd, dkk

Pasal 2

- (1) Hak cipta merupakan hak eksklusif bagi pencipta atau pemegang Hak cipta untuk mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya, yang timbul secara otomatis setelah suatu ciptaan dilahirkan tanpa mengurangi pembatasan menurut peraturan perundang-undangan

Pasal 72

- (1) Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana di maksud dalam pasal 2 ayat (1) atau pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/denda paling banyak Rp. 5.000.000.000,00 (Lima Milyar Rupiah)
- (2) Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun/atau denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)

Cetakan Kesatu, Oktober, 2020

Penulis:

Dra. Maya Setiawardani, M.Pd.
Dr. Drs. Harmon Chaniago, M.Si.
Dr. Mukaram, S.E., M.Ed.M.
Mohammad Rizal Gaffar, S.T., M.M.
Ira Siti Sarah, S.ST., M.BA.
Ermina Tiorida, S.E., M.Si.
Dr. Drs. Iwan Mulyawan, M.BA.

Editor:

Yen Efawati

Penerbit:

EDUKASI RISET DIGITAL, PT
Jl. Panorama Raya No. 5
Komp. Puri Cipageran Indah 2, Blok E1
Ngamprah, Kabupaten Bandung Barat.
Telp. 022-86600582

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb para pembaca sekalian. Atas karunia Allah SWT, buku ini dapat diselesaikan oleh tim penulis sesuai dengan waktu yang telah direncanakan. Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Direktur Politeknik Negeri Bandung dan Ketua P3M Politeknik Negeri Bandung beserta jajarannya. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan pada rekan sejawat yang telah memberikan masukan dan saran yang sangat berharga demi penyempurnaan karya ini.

Buku ini terdiri atas 4 bab, bab pertama mengantarkan para pembaca pada pemahaman tentang usaha kecil dan nano store sektor makanan. Bab kedua menjelaskan tentang kemasan dan langkah penentuan kemasan makanan cepat antar. Bab ketiga tentang tahapan pembuatan kemasan secara teoritis dan bagaimana survey dilakukan pada calon konsumen sebelum sebuah kemasan dirancang. Bab empat, memberikan informasi pada pembaca tentang implementasi dan teknik pembuatan kemasan makanan untuk kelompok usaha nano store.

Kami berharap, karya yang telah kami susun menjadi sebuah buku panduan pembuatan kemasan makanan kelas nano store ini, dapat bermanfaat bagi pengusaha makanan, mahasiswa dan masyarakat.

Bandung, Oktober 2020

Tim penulis,

Dra. Maya Setiawardani, M.Pd..

Daftar isi

	Halm
Kata Pengantar	
BAB I SEKILAS NANO STORE	1
1.1 Gambaran Usaha Kecil di Indonesia	1
1.2 Kelemahan Usaha Kecil dan Nano Store di Indonesia	3
1.3 Nano Store	4
BAB II PENGERTIAN KEMASAN	6
2.1 Pengertian Kemasan	6
2.2 Langkah Awal Penentuan Kemasan	6
BAB III TAHAPAN PEMBUATAN KEMASAN	10
3.1 Langkah Teoritis Pembuatan Kemasan	10
3.2 Model Kemasan Makanan	11
3.3 Pendukung Kemasan Makanan	18
3.4 Bahan Kemasan Makanan	19
3.5 Efek Cetak	22
BAB IV IMPLEMENTASI PEMBUATAN KEMASAN	29
4.1 Tahapan Persiapan	29
4.2 Identifikasi Elemen Kemasan	33
4.3 Desain Kemasan	36
4.4 Pembuatan Prototype	40
4.5 Teknik Pembuatan Prototype Menggunakan Adobe Photoshop CS6	41
4.6 Evaluasi Prototype Kemasan.....	47
4.7 Penetapan Desain Kemasan	50
Daftar Pustaka	53

Bab 1

Sekilas Usaha Kecil & Nano Store

1.1 Gambaran Usaha Kecil di Indonesia

Undang-undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menyatakan bahwa: “Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar”. Undang-undang ini juga menguraikan kriteria yang termasuk pada usaha kecil yaitu:



Sumber gambar:
<https://resepkoki.id/resep/resep-nasi-timbel-komplit/>

Tabel 1. Kriteria Kelompok Usaha

No.	URAIAN	KRITERIA	
		ASSET	OMZET
1	USAHA MIKRO	Maks. 50 Juta	Maks. 300 Juta
2	USAHA KECIL	> 50 Juta - 500 Juta	> 300 Juta - 2,5 Milyar
3	USAHA MENENGAH	> 500 Juta - 10 Milyar	> 2,5 Milyar - 50 Milyar

Sumber: Chaniago, 2020.

Tabel 1 memberikan informasi bahwa kriteria usaha kecil, nilai aset Rp 50 juta – 500 juta (diluar tanah+bangunan) dan omset Rp 300 juta s/d Rp 2,5 tiap tahun. Undang-undang itu juga menyatakan bahwa usaha kecil adalah bentuk usaha yang beroperasi dalam negara Indonesia. Usaha kecil

bergerak dalam berbagai sektor, sektor yang paling banyak seperti: sektor pertanian, peternakan, perhutanan, perikanan, perdagangan, hotel dan restoran seperti disajikan pada tabel 2.

Tabel 2
Perkembangan Jumlah Usaha Kecil Menurut Sektor

No.	Skala Usaha	2005		2006		Jumlah Unit			Perkembangan %
		2005	2006	2007*	2008*	2009*			
1	Pertanian, Ternak, Hutan, Ikan	26.259.89	26.207.67	26.260.08	26.312.60	26.365.23			
2	Pertambangan, Penggalian	235.400	265.676	299.842	338.402	381.920			12,86
3	Industri Pengolahan	2.795.237	3.200.620	3.664.710	4.196.093	4.804.526			14,5
4	Listrik, Gas dan Air Bersih	13.914	14.497	15.104	15.737	16.397			4,19
5	Bangunan	159.081	162.135	165.248	168.421	171.654			1,92
6	Perdagangan, Hotel, Restoran	12.172.22	13.247.28	14.417.02	15.690.04	17.075.47			8,83
7	Pengangkutan dan Komu.	2.602.552	2.697.174	2.795.351	2.897.102	3.002.556			3,64
8	Keuangan, Sewa, Jasa Peru.	61.322	71.431	83.210	96.931	112.915			16,49
9	Jasa-Jasa	2.707.261	2.956.434	3.228.426	3.525.441	3.849.782			9,2
	Jumlah	47.006.88	48.822.92	50.929.00	53.240.77	55.780.45			
		9	5	0	9	9			

Sumber : Chaniago, 2020.

Tabel 2 memberikan informasi ada 48,8 ribu lebih usaha kecil di Indonesia dan terdiri dari 9 sektor. Jumlah usaha kecil ini belum termasuk usaha kecil kelas nano store.

Fakta lain dari usaha kecil di Indonesia adalah pemilik sekaligus menjadi pemimpin, mereka dibantu oleh sanak keluarga (istri dan anak-anaknya). Budaya dan komunikasi yang dibangun didasarkan pada hubungan kekeluargaan dan saling percaya diantara mereka terjadi secara alamiah.

Chaniago (2020) menyatakan “99% usaha di Indonesia termasuk pada kriteria Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Itu artinya hanya 1% usaha di Indonesia yang tergolong besar”. Sebuah usaha yang sudah besar, adalah mudah membayar SDM berkualitas. Ada banyak orang pintar dan genius yang siap dibayar untuk berkerja. Bagi perusahaan besar mencari tenaga kerja berkualitas tinggi bukanlah suatu yang sulit. Tetapi hal ini berbanding terbalik dengan usaha kecil, termasuk nano store. Kelompok usaha ini

tidaklah mampu membayar tenaga kerja dengan tinggi, mereka cenderung memanfaatkan tenaga kerja berasal dari lingkungan keluarga terdekat. Kelompok usaha kecil dan nano store kebanyakan dimiliki oleh penduduk pribumi setempat. Manajemen dan teknologi masih tradisional. Pelayanan konsumen dilaksanakan langsung oleh pemilik. Hasil dari kegiatan usaha digunakan membiayai kehidupan hari demi hari mereka. Merekalah kelompok potensial yang menjadi andalan dan penyelamat ekonomi setempat.

1.2 Kelemahan Usaha Kecil dan Nano Store di Indonesia

Saat Indonesia mengalami krisis ekonomi antara tahun 1997 – 2000, banyak kelompok usaha besar yang tidak mampu mengoperasikan perusahaannya. Dampak ini sangat terasa pada usaha besar. PHK dan penutupan perusahaan sebagai pilihan pahit untuk menyelamatkan perusahaan. Akibatnya pada masa krisis itu, tingkat pengangguran meningkat tajam.

Hal yang berbeda terlihat pada kelompok usaha kecil (termasuk nano store). Mereka tetap mampu bertahan dan memberikan kontribusi pada perekonomian Indonesia, terutama pada tingkat lokal. Ini suatu pembuktian bahwa kelompok usaha kecil Indonesia cukup tangguh, mudah beradaptasi dan saat itu kelompok ini dianggap sebagai penyelamat ekonomi bangsa Indonesia.

Meskipun usaha kecil mampu bertahan ditengah krisis ekonomi, ia memiliki berbagai masalah dan hambatan dalam berkembang. Permasalahan usaha kecil di Indonesia dapat dikelompokkan pada permasalahan yang terkait dengan:

- Modal
- Bahan Baku
- Pemasaran

- Manajemen
- Teknik Produksi (BPS, 2006)

Akar masalah usaha kecil sebenarnya ada pada kelemahan kualitas SDM. Sangatlah jarang usaha kecil dikelola oleh SDM yang berpendidikan tinggi dan kualitas tinggi. Kebanyakan usaha kecil dibangun dan dijalankan karena tidak ada pilihan lain untuk mencari uang. Jadi bukan direncanakan dari bangku kuliah atau dari awal, ia terbentuk karena tidak dapat pekerjaan lain. Permasalahan yang sama juga terjadi pada nano store. Ada ribuan nano store di Indonesia. Data-data yang pasti tentang jumlah nano store dari lembaga resmi dan terpercaya secara pasti belum tersedia. Karenanya diperlukan perhatian dari berbagai pihak untuk meningkatkan kualitas dan daya saing mereka.

1.3 Nano Store

Nano store adalah kegiatan ekonomi yang dijalankan oleh masyarakat secara informal. Ia lebih kecil dari kelompok usaha kecil. Menurut Kin (2018) luas tempat usaha nano store < 20 m² dan dimiliki perorangan. Boulaksil & Belkora (2017) menjelaskan bahwa nano store menyediakan kebutuhan pokok, seperti: makanan, minuman dan barang rumah tangga lainnya. Kegiatan nano store dapat berupa retail yang menjual berbagai kebutuhan masyarakat, kebutuhan sehari-hari seperti: sabun, minyak goreng, beras, obat-obat ringan, kertas, tissue, kain lap dan lainnya. Tetapi nano store dapat juga sebuah usaha yang memproduksi kebutuhan masyarakat, dijalankan oleh keluarga secara informal dan independent .

Di Maroko nano store disebut “hanout”, changarro dari Mexico dan warung dari Indonesia (Dholakia, Dholakia, dan Chattopadhyay, 2018; Fransoo, et al., 2017; Kumar, Sunder, & Sharma, 2015; Nielsen, 2015).

Dalam bahasa sehari-hari, penduduk Indonesia menamai nano store dengan kata-kata “warung, warung kelontong, toko makanan atau lainnya”. Manajemen nano store dijalankan langsung oleh pemilik bersama keluarga, pemilik langsung melayani konsumen. Nano store kebanyakan beroperasi dekat dengan perkampungan penduduk, daerah pemukiman dan ada kecenderungan berlokasi di daerah yang strategis. Untuk menarik konsumennya nano store terkadang memberikan kemudahan pada konsumen, seperti: pembayaran dikemudian hari dalam jangka waktu yang tidak terlalu lama. Ini dibuktikan oleh hasil penelitian Boulaksil & Belkora (2017), ia menyimpulkan bahwa untuk memberikan daya tarik pada konsumen tertentu, nano store terkadang menjual barangnya dengan sistem kredit berjangka waktu singkat.

Bab 2

PENGETERIAN KEMASAN

2.1 Pengertian Kemasan

Kemasan merupakan salah satu poin penting dalam proses pengembangan produk. Tujuan kemasan adalah sebagai pembungkus suatu produk yang dapat melindungi kualitas produk serta mempermudah konsumen dalam membawa dan membuka kemasan untuk dikonsumsi.

Selain itu, kemasan juga menunjukkan identitas bagi produk agar kemasan bisa mendapatkan perhatian dari calon konsumen sehingga terjadi proses pembelian. Desain suatu kemasan dapat berpengaruh baik pada minat beli konsumen. Namun tidak hanya enak dilihat, material dari suatu kemasan juga harus memperhatikan higienitasnya. Material kemasan harus dapat dipastikan tidak akan merusak tekstur, rasa dan kandungan gizi yang terkandung dalam suatu produk.



Sumber:
<https://id.depositphotos.com/stock-photos/surat-surat-bisnis-kartun.html?sh=64317f84dbbbe86124cd2a4ac97b192c&qview=22051101>

2.2 Langkah Awal Penentuan Kemasan

Beberapa langkah awal untuk dapat menentukan sebuah *packaging* yang sesuai dengan produk yang dijual adalah melakukan: klasifikasi kemasan menurut frekuensi pemakaian (sekali pakai/disposable, dapat dipakai berulang kali/multitrip, dipakai berulang namun untuk keperluan

berbeda/semi disposable); klasifikasi kemasan berdasarkan struktur sistem kemasan (kemasan primer, kemasan sekunder, dan kemasan tersier dan kuartener); klasifikasi kemasan berdasarkan kekakuan bahan kemasan (kemasan fleksibel, kemasan kaku, kemasan semi kaku/semi fleksibel); klasifikasi kemasan berdasarkan sifat perlindungan terhadap lingkungan seperti: kemasan hermetis/atau tahan uap dan gas, kemasan tahan cahaya, kemasan tahan suhu tinggi (Noviadji, 2014). Setiap nano store harus mampu dan berpotensi mengembangkan desain kemasan yang lebih sesuai dengan pelanggan mereka (Wells et al., 2007). Ini artinya packaging yang dibuat sekaligus sebagai ciri khas dan pembeda dengan produk sejenis lainnya.

Secara umum kemasan memiliki peranan untuk menjaga bahan (makanan) dalam keadaan bersih dan higienis, mengurangi terbuangnya bahan (makanan) selama distribusi, mempertahankan gizi produk yang dikemas, sebagai alat penakar, media informasi, dan sarana promosi. Beberapa hasil penelitian telah membuktikan bahwa *packaging* (kemasan produk) salah satu faktor penting dari proses penjualan dan mampu mempengaruhi dan memainkan peran penting saat konsumen akan membeli (Ganai et al., 2019; Prendergast, P. G. & Pitt, 1996; Rettie, R. & Brewer, 2000; Silayoi & Speece, 2004; Wells et al., 2007).

Meskipun pandemik Covid-19 yang muncul saat ini membuat berbagai jenis UMKM kehilangan banyak omzet, bukan berarti bisnis kuliner harus mengalami hal yang sama. Apalagi makanan adalah kebutuhan pokok masyarakat. Justru kondisi ini menjadi peluang bagi pengusaha kuliner yang kreatif. Pengusaha kuliner bisa mengoptimalkan peluang usaha di saat krisis seperti ini, karena banyak orang yang mengandalkan UMKM kuliner (termasuk nano store) untuk kebutuhan makan sehari-hari. Pandemi ini memberikan peluang bagi pengusaha untuk fokus meningkatkan layanan takeaway dan delivery, sehingga usahanya bisa kontinu dan berkembang lebih cepat. Apalagi pelayanan pengiriman tanpa kontak untuk menghindari

penyebaran Covid-19 dari pihak ketiga seperti contohnya Gojek dan Grab juga sudah mulai banyak tersedia. Pengalaman pelanggan menjadi perhatian yang sangat penting dalam pesanan *takeaway dan delivery*. Pengalaman ini bisa dibangun dengan presentasi makanan dan tentunya kemasan (baik desain dan keamanan) yang digunakan, karena ini akan memberikan impresi yang baik bagi pelanggan.

Dari penjelasan yang ada, dapat disimpulkan bahwa packaging atau kemasan sangat memegang peranan penting dalam pengembangan sebuah produk, bukan hanya sebagai penjaga kualitas dari sebuah produk, namun juga sebagai sarana promosi terhadap konsumen dan juga calon konsumen (Noviadji, 2014). Hal tersebut dapat membuat sebuah produk bertahan dan memiliki daya saing di pasaran. Oleh karena itu, penting permasalahan *packaging* atau kemasan dalam pengembangan sebuah produk. Hasil penelitian Ganai (2019) telah membuktikan bahwa packaging yang menarik akan mampu meningkatkan penjualan dan pangsa pasar serta mengurangi biaya pasar dan promosi. Sementara itu hasil survey kami pada tahun 2020 tentang kemasan makanan, memberikan informasi seperti pada tabel 3 dan 4.

Tabel 3. Persepsi Tentang Fungsi Utama Pengemasan Makanan bagi Responden

Fungsi Utama Pengemasan Makanan	Persentase
Menyimpan sementara makanan	78%
Mudah digunakan	52,50%
Memberi informasi bahan baku	37,60%

Tabel 4. Persepsi Tentang Hal yang menarik perhatian dari Desain Kemasan bagi Responden

Hal utama yang menarik perhatian dalam pengemasan makanan	Persentase
Desain	56,70%
Pencatuman Ingredients / Bahan	27,70%
Harga	9,20%
Brand	6,40%

Tabel 5. Persepsi Tentang Hal Pertama yang dilihat dari Desain Kemasan bagi Responden

Hal pertama yang dilihat dari desain	Persentase
Ukuran (Volume)	39,00%
Bentuk (kotak, bulat, dll)	31,90%
Grafis	15,60%
Warna	11,30%
Tulisan	2,10%

Bab 3

TAHAPAN PEMBUATAN KEMASAN

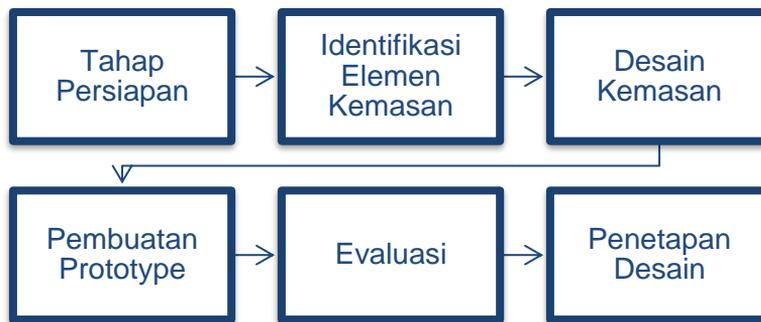
3.1 Langkah Teoritis Pembuatan Kemasan

Adapun rangkaian pelaksanaan kegiatan pembuatan kemasan layanan pesan-antar adalah sebagai berikut:

1. Tahap persiapan. Pada tahap ini dilakukan survey pada calon konsumen dan konsumen yang dimiliki perusahaan. Konsumen yang dijadikan narasumber diambil dan berasal dari target pasar yang telah ditentukan. Selain itu perlu dilakukan identifikasi profil produk yang kemasannya akan dikembangkan.
2. Identifikasi Elemen Kemasan. Setelah masalah diidentifikasi, langkah selanjutnya adalah menyusun elemen-elemen kemasan yang disarankan dengan mempertimbangkan profil produk dan hasil survey konsumen.
3. Desain Kemasan. Berdasarkan identifikasi elemen kemasan kemudian disusun beberapa alternatif bentuk kemasan. Satu alternatif terbaik kemudian dipilih berdasarkan rekomendasi hasil analisis SWOT.
4. Pembuatan Prototype. Forum group discussion (FGD) kemudian dilakukan untuk menentukan prototype pertama. *Prototype* kemasan dibuat lengkap dengan semua elemen visual (tata letak, warna, foto produk/gambar, bentuk kemasan dan ukuran) serta elemen informasi (fungsi, teknologi produk, font, teks, bahasa).
5. Evaluasi. Setelah *prototype* kemasan selesai, mulai melakukan penghitungan biaya kemasan, dan uji coba prototype pada konsumen. Pengujian mengacu pada saran Silayoi and Speece (2004) yaitu mencakup pengalaman konsumen membeli produk makanan yang

- memiliki kemasan dan pandangannya pada kemasan yang sudah dibuat. Hasil evaluasi dirangkum dan bila diperlukan, desain *prototype* diperbaiki.
6. Penetapan Desain. Tahap selanjutnya adalah penyempurnaan *prototype* (bila ada) dan kemudian memproduksi kemasan.

Gambar 1 adalah gambaran umum tahapan-tahapan yang dilakukan secara teoritis dalam pembuatan kemasan.



Gambar 1. Tahap Kegiatan Pembuatan Kemasan Makanan
Sumber: Adopsi dan modifikasi dari Sucipta, et al., 2017

3.2 Model Kemasan Makanan

Kemasan menjadi salah satu aspek penting dalam pemasaran suatu produk. Nilai jual suatu produk juga bisa ditentukan dari kemasannya. Selain rasa dan harga, konsumen juga memperhatikan kemasan suatu produk. Orang yang tadinya tidak tertarik bisa langsung tertarik hanya dengan melihat kemasan suatu produk. Tidak hanya itu, kemasan makanan seperti kotak bekal juga banyak digunakan untuk menjaga kebersihan dan kualitas makanan, sehingga dapat meminimalisir peluang masuknya bakteri.

1. *Food Pail/Rice Box*

Rice box atau food pail adalah kotak makanan yang digunakan oleh para pelaku usaha sebagai wadah dari makanan yang dijualnya. *Rice box* biasanya memiliki warna dasar putih atau coklat yang kemudian diberikan desain atau logo agar terlihat menarik. Saat ini banyak pelaku usaha yang menggunakan *rice box* sebagai wadah makanannya karena praktis dan mudah dibawa kemana saja.



Gambar 2. *Food Pail*
Sumber: www.tjetak.com

2. *Paper Bowl*

Paper Bowl merupakan sejenis mangkuk terbuat dari bahan baku kertas yang sudah dilapisi material food grade sehingga cocok untuk kemasan makanan panas ataupun dingin. *Paper bowl* tidak dibuat dari sembarang kertas, namun kertas yang digunakan adalah kertas tebal atau yang dikenal dengan kertas *food grade*. Pada dasarnya bahan tersebut memiliki tekstur yang kokoh, tahan panas, dan tidak gampang bocor. *Packaging* ini sangat sering digunakan untuk wadah makanan berkuah dan tidak berkuah, seperti sup, bakso, wadah nasi, dan jenis makanan lain nya.



Gambar 3. *Paper Bowl*
Sumber: www.tjetak.com

3. *Food Box*

Food box merupakan jenis *packaging* makanan yang biasanya digunakan untuk wadah snack atau makanan ringan. Box ini dipakai agar makanan bisa dibagikan secara praktis, dan juga dapat menjaga makanan tersebut agar tetap awet sebelum disantap. Penggunaan box ini biasanya untuk berbagai macam acara, seperti acara kantor, acara seminar, acara pernikahan, perayaan ulang tahun, dan lain sebagainya.



Gambar 4. *Food Box*
Sumber: www.tjetak.com

4. *Food Box Window*

Food Box window adalah kotak makanan yang biasa digunakan para pelaku usaha sebagai wadah dari makanan yang mereka jual sehingga lebih praktis dan mudah dibawa kemana-mana. *Lunchbox window* ini kemasan yang di salah satu sisi nya transparan, sehingga makanan yang terdapat di dalam

kemasan tersebut terlihat. Hal ini bertujuan agar konsumen dapat melihat isi dari kotak tersebut dan tertarik untuk membelinya.



Gambar 5. *Food Box Window*
Sumber: www.tjetak.com

5. *Lunch Box Bento*

Terbuat dari kertas karton *food grade* berkualitas tinggi, paper lunch box direkomendasikan sebagai pengganti yang lebih sehat dan ramah lingkungan dari pada busa polysterene dan kotak plastik untuk dibawa pulang. Selain anti bocor dan minyak, rasa makanan pasti akan terjaga karena *lunch box* tidak akan menyerap kelembapan, air, dan kuah. Tersedia dalam ukuran kecil, sedang, besar, ekstra besar, dan berpartisipasi.



Gambar 6. *Lunch Box Bento*
Sumber: www.tjetak.com

6. *Lunch Box*

Lunch box ini tidak memiliki penyekat ataupun lainnya, dan terbuat dari kertas food grade. *Lunch box* ini biasanya dibuat untuk mengemas makanan berat.



Gambar 7. *Lunch Box*
Sumber: www.tjetak.com

7. *Burger Box*

Box burger adalah kotak khusus yang dibentuk sesuai dengan ukuran burger. Kotak ini biasanya digunakan di restoran cepat saji untuk mempermudah pembersihan dan pembungkusan menu burger mereka. Kota ini biasanya dibuat dengan bahan kertas yang dilapisi. Pelapis pada kotak ini diberikan agar kotak tidak mudah hancur bila terkena air atau saus yang berada pada burger. Kotak burger sendiri biasanya dicetak dengan custom desain yang memenuhi kota tersebut. Hal ini sengaja dibuat agar pembungkus tersebut terlihat menonjol dan menarik perhatian pembeli. Kotak ini juga biasanya dibentuk untuk mudah dilipat dan dibongkar agar memudahkan penyimpanan.



Gambar 8. *Burger Box*
Sumber: www.tjetak.com

8. *Snack Box*

Snack box merupakan jenis *packaging* makanan yang biasanya digunakan untuk wadah snack atau makanan ringan. Box ini dipakai agar makanan bisa dibagikan secara praktis, dan juga dapat menjaga makanan tersebut agar tetap awet sebelum disantap. Penggunaan box ini biasanya untuk berbagai macam acara, seperti acara kantor, acara seminar, acara pernikahan, perayaan ulang tahun, dan lain sebagainya. Bentuknya ada dua, yaitu persegi panjang dan kotak.



Gambar 9. *Snack Box*
Sumber: www.tjetak.com

9. *Carry Pack*

Carry pack merupakan jenis *packaging* yang sudah sangat umum digunakan, apalagi di kalangan bisnis kue atau cemilan ringan. *Carry pack* biasanya digunakan sebagai wadah kemasan untuk menaruh kue, baik kue basah ataupun kue kering, popcorn, dan jenis cemilan lain. Bentuknya yang

tertutup, membuat *carry pack* menjadi salah satu kemasan kue yang aman karena tidak selain aman, tidak membuat makanan didalam nya terkontaminasi, juga membuat kesan yang elegan.



Gambar 10. Carry Pack
Sumber: www.tjetak.com

10. *Pizza Box*

Pizza box merupakan kotak yang terbuat dari kardus atau bahan corrugated dimana pizza disimpan untuk dibawa pulang. Kotak pizza juga membuat pengiriman dan pengambilan pizza jauh lebih mudah dilakukan. Sifat dari kotak pizza harus adalah tahan panas, dapat ditumpuk, dan mengisolasi lembab dan termal ketika sedang diantar.



Gambar 11. Pizza Box
Sumber: www.tjetak.com

3.3 Pendukung Kemasan Makanan

1. *Paper Bag*

Paper bag makanan atau kertas kantong makanan merupakan jenis paper bag yang digunakan sebagai pembungkus makanan atau snack seperti Roti, Donat, kentang, Burger dan lain sebagainya. *Paper bag* makanan cukup menjadi trend belakangan ini karena merupakan solusi kemasan makanan yang lebih baik dibanding menggunakan kemasan plastik. Paper bag ini memiliki dua jenis yang paling populer, yaitu paper bag model *pinched bottom*, dan model *square bottom*. Model *pinched bottom* memiliki alas paper bag lipat dua, sedangkan model *square bottom* memiliki alas persegi yang memungkinkan paper bag bisa berdiri.



Gambar 12. *Paper Bag*
Sumber: www.tjetak.com

2. *Wrapper*

Wrapper adalah lapisan pembungkus yang biasa digunakan untuk membungkus berbagai makanan seperti nasi, sandwich, perkedel, dan lain sebagainya. Bahannya yang aman bagi makanan tentunya tidak akan merubah rasa makanan maupun mengurangi kualitas makanan itu sendiri. *Wrapper* dapat dicetak dengan logo bisnis agar semakin menarik perhatian konsumen.



Gambar 13. Wrapper
Sumber: www.tjetak.com

3.4 Bahan Kemasan Makanan

1. Karton

- Art Paper/Ivory: Sisi depan dan belakang karton berwarna dasar putih. Cocok untuk cetakan berwarna di satu sisi atau bolak-balik. Biasanya tersedia dengan ketebalan 250gsm, 270gsm, dan 300gsm.



Gambar 14. Art Paper/Ivory
Sumber: Boxareus

- Kraft: Bahan dasar warna coklat. Warna bahan dapat berubah sedikit dari satu batch dengan lainnya karena terbuat dari kertas

daur ulang ramah lingkungan. Cocok untuk cetakan simple 1-2 warna.



Gambar 15. Paper Kraft

Sumber: Boxareus

- Duplek: Sisi depan karton berwarna dasar putih. Sisi belakang karton berwarna abu. Cocok untuk cetakan dengan banyak warna satu sisi.



Gambar 16. Duplek

Sumber: Boxareus

2. Corrugated Paper/Bergelombang

Bahan gelombang berwarna dasar coklat. Umum digunakan untuk shipping box, dus pizza, cake box, dll. Bahan dapat dilapis dengan karton cetakan, sehingga kemasan menjadi mewah dan berwarna.



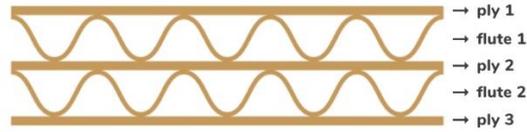
Gambar 17. Corrugated Paper
Sumber: Boxareus

Bahan corrugated berbentuk lembaran karton yang terdiri dari beberapa lapisan. Lapisan tersebut yang memberikan kekuatan tumpuk bagi kardus agar bisa menahan beban muat barang yang disimpan pada kardus. Lapisan pada lembaran karton corrugated biasa dibagi menjadi lapisan luar atau plai dan lapisan gelombang atau flute. Berdasarkan jumlah lapisan tersebut, corrugated dibagi menjadi 2 jenis yang paling umum yaitu Corrugated Single Wall, dan Corrugated Double Wall.



Gambar 18. Corrugated Single Wall
Sumber: Boxareus

Corrugated Single Wall merupakan jenis lembaran karton corrugated yang terdiri dari dua lembar ply dan satu lapisan gelombang (flute). Single Wall merupakan lembaran karton gelombang yang paling banyak dipakai untuk mengemas produk yang tidak membutuhkan perlindungan terlalu besar seperti mie instant, air mineral, snack dan lain sebagainya.



Gambar 19. Corrugated Double Wall
Sumber: Boxareus

Corrugated Double Wall merupakan lembaran karton gelombang yang terdiri dari tiga lembar ply dan dua lapisan gelombang (fluting). Double Wall biasanya banyak digunakan sebagai kotak karton corrugated untuk barang-barang yang membutuhkan perlindungan besar seperti minyak goreng dalam kemasan plastik (pouch), margarine, dan barang-barang yang cukup besar seperti televisi, kulkas dan lain sebagainya.

3.5 Efek Cetak

1. Laminating Doff / Glossy: Lapisan plastik efek Doff Matte / Glossy Mengkilat (untuk melapis seluruh karton sehingga tidak rembes air, minyak, butter).



Gambar 20. Efek Laminating
Sumber: Boxareus

2. Spot UV: Lapisan untuk efek berkilau bening/transparan di area tertentu (untuk mengaksen logo, text, foto produk dll).



Gambar 21. Efek Spot UV
Sumber: Boxareus

3. Hotprint / Foil: Untuk membuat text/logo jadi mengkilap. Tersedia banyak varian warna seperti Gold, Silver, Rose Gold, Bronze, Dark Brown, Red, Black, dll.



Gambar 22. Efek Hotprint
Sumber: Boxareus

4. Emboss: Efek timbul di permukaan kertas (karton ditekan).



Gambar 23. Efek Emboss
Sumber: Boxareus

3.6 Logo Pada Kemasan Makanan

1. *Food grade*

Food grade artinya standarisasi material yang layak digunakan digunakan sebagai kemasan untuk makanan. Suatu material dianggap *food grade* apabila tidak memindahkan zat-zat berbahaya ke makanan yang akan kita makan. Kemasan makanan dari berbagai jenis bahan, seperti plastik, aluminium foil, dan kertas, bisa digunakan untuk kemasan makanan jika memiliki tanda *food grade* berupa simbol garpu untuk makanan, dan simbol gelas untuk minuman. Tanda ini biasanya terdapat di bagian bawah plastik atau di kemasan tersebut. Kemasan yang memiliki tanda *food grade* terbuat dari bahan yang aman untuk makanan dan tubuh serta telah melalui uji yang ketat. Bahan ini tetap aman ketika kontak dengan makanan dan panas. Plastik yang tergolong dalam *foodgrade* biasanya terbuat dari polietilena (PE), polipropilina (PP), dan polistirena (styrofoam).



Gambar 24. Berbagai Jenis Logo Food Grade
Sumber: Shutterstock

2. Microwave/Oven Safe

Logo ini mengindikasikan bahwa produk dan kemasan dapat dihangatkan dengan menggunakan microwave/oven.



Gambar 25. Logo Microwave Safe
Sumber: Shuttershock

3. Frozen

Jika gambar ini terlihat pada kemasan makanan artinya produk cocok untuk dibekukan tanpa harus melepas pembungkusnya terlebih dahulu.



Gambar 26. Logo Frozen
Sumber: Shuttershock

4. Vegetarian

Persis seperti yang tertulis pada logo, produk dalam kemasan makanan ini cocok untuk vegetarian. Ada logo alternatif yang menggunakan tanda centang daripada daun, meski maknanya tetap sama.



Gambar 27. Logo Vegetarian
Sumber: Shuttershock

5. Gluten Free

Logo bebas gluten ini menyatakan bahwa produk tidak mengandung gluten atau ekstrak gandum lainnya. Selain menggunakan logo ini, produk yang cocok dengan deskripsi ini biasanya akan diberi label dengan sangat jelas.



Gambar 28. Logo Gluten Free
Sumber: Shutterstock

6. Peringatan Alergi

Seringkali produk yang mengandung bahan yang umum menjadi penyebab alergi akan menyertakan simbol ini. Salah satu yang paling umum untuk dilihat adalah simbol ini tulisan dengan "mungkin berisi kacang" di bawahnya.



Allergy advice

Gambar 29. Logo Peringatan Alergi
Sumber: Shutterstock

7. Recycle

Logo daur ulang ini digunakan secara internasional untuk menunjukkan bahwa produk dapat didaur ulang. Logo ini bukan indikasi bahwa kemasannya terbuat dari bahan daur ulang. Jika ada angka di tengah gambar, itu menunjukkan persentase bahan daur ulang yang membentuk produk itu.



Gambar 30. Logo Recycle
Sumber: Shutterstock

8. Jaga kebersihan

Simbol ini disertakan untuk mengingatkan konsumen agar membuang sampahnya dengan cara yang tepat. Logo ini tidak selalu terkait dengan jenis kemasan yang digunakan, tetapi lebih merupakan kampanye untuk tidak membuang sampah sembarangan.



Gambar 31. Logo Jaga Kebersihan
Sumber: Shutterstock

3.7 Legalitas Usaha Pada Kemasan

1. Halal MUI

Sertifikasi halal oleh MUI memainkan peran penting karena didefinisikan sebagai pemeriksaan proses produk tertentu dan memenuhi persyaratan higienis, sanitasi, dan keselamatan. Produk yang disertifikasi halal oleh dewan dapat menggunakan logo halal merek dagang terdaftar.



Gambar 32. Logo Halal
Sumber: LPPOM MUI

2. Nomor BPOM

Produk-produk yang telah mendapatkan ijin edar BPOM berarti telah melalui proses evaluasi sehingga badan POM menjamin keamanannya. Selain mengevaluasi produk sebelum beredar, juga dilakukan surveillance setelah produk tersebut beredar dipasaran sehingga bila terjadi penyimpangan dapat segera dilakukan tindakan koreksi. Produk yang tidak memenuhi kualifikasi tidak akan mendapatkan surat persetujuan pendaftaran produk dari BPOM atau ijin edar.

3. Nomor P-IRT

P-IRT adalah singkatan dari Pangan Industri Rumah Tangga yang dikeluarkan Dinas Kesehatan di Kota/Kabupateb setempat pada industry pangan skala UKM atau rumahan. Walaupun hanya dikeluarkan Dinas Kesehatan setempat, P-IRT bisa menjadi jaminan bahwa produk tersebut aman karena pendaftaran P-IRT harus menyertakan hasil uji laboratorium bahwa makanan tersebut aman untuk dikonsumsi.

Bab 4

IMPLEMENTASI PEMBUATAN KEMASAN

4.1 Tahap Persiapan

Pada tahap ini, buatlah profil produk yang akan dibuat kemasannya. Pertama, lakukan survey **Kriteria Kemasan Pesan-Antar Yang Baik** pada pelanggan untuk mendapatkan informasi kemasan seperti apa yang diharapkan pelanggan. Template survey bisa dilihat pada gambar berikut:

Survey Pelanggan Kriteria Kemasan Pesan-Antar Yang Baik Produk	
Pelanggan yth, terima kasih atas kesediaan Anda mengisi survey ini. Dalam rangka meningkatkan pelayanan, kami mohon kesediaan anda untuk memberikan masukan Anda mengenai kriteria yang penting bagi Anda sebagai pelanggan untuk kemasan pesan-antar (delivery/takeouts) produk kami.	
Keterangan	
Angka	Makna
1	Kriteria ini sangat tidak penting, sebaiknya diabaikan.
2	Kriteria ini tidak penting, bisa diabaikan.
3	Kriteria ini tidak berpengaruh apa-apa, bisa dimasukkan dalam mempertimbangkan desain kemasan jika memungkinkan.
4	Kriteria ini cukup penting, harus dimasukkan dalam mempertimbangkan desain kemasan.
5	Kriteria ini sangat penting, wajib dimasukkan dalam mempertimbangkan desain kemasan.
Beri lingkaran (o) pada pilihan jawaban anda sesuai keterangan di atas.	

Kriteria Kemasan					
1. Aman untuk kesehatan	1	2	3	4	5
2. Kemudahan ketika mengonsumsi makanan	1	2	3	4	5
3. Pencantuman simbol penting (halal, BPOM, dll) pada kemasan	1	2	3	4	5
4. Pencantuman merek produk yang jelas pada kemasan makanan	1	2	3	4	5
5. Tidak mudah rusak	1	2	3	4	5
6. Kemudahan membawa kemasan					
7. Mencantumkan informasi ijin kesehatan	1	2	3	4	5
8. Tidak mudah penyok	1	2	3	4	5
9. Kemampuan menahan panas	1	2	3	4	5
10. Kemudahan membuka kemasan	1	2	3	4	5
11. Kelengkapan informasi komposisi	1	2	3	4	5
12. Kemudahan menutup kembali					
13. Kelengkapan informasi nutrisi	1	2	3	4	5
14. Warna kemasan yang tidak mudah luntur	1	2	3	4	5
15. Warna kemasan yang menarik	1	2	3	4	5
16. Gambar pada label kemasan yang menarik	1	2	3	4	5
Saran tambahan untuk kemasan yang akan dibuat:					
.....					
.....					
.....					
.....					
.....					
.....					
Terima Kasih					

Gambar 13. Template Kuesioner Kriteria Kemasan Pesan-Antar Yang Baik

Kemudian lakukan rekapitulasi untuk semua jawaban responden. Hitung rata-rata nilai setiap item pertanyaan pada bagian kriteria kemasan. Setelah itu, maknai angka rata-rata pada setiap pertanyaan dengan standar berikut:

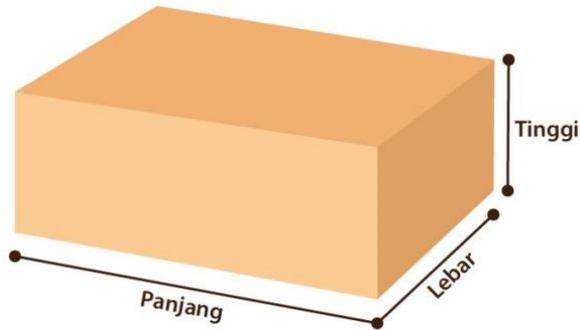
Angka	Makna
1	Sangat kurang
2	Kurang
3	Cukup
4	Baik
5	Sangat baik

Misalnya pertanyaan 1 memperoleh nilai rata-rata 4,7 dari seluruh responden. Maka 4.7 dibulatkan menjadi 5 karena mendekati angka 5, dan diartikan “Sangat baik”. Hasil penyimpulan angka dengan kuesioner kemudian dihubungkan dengan pertanyaan yang diajukan, yaitu “Aman untuk kesehatan”. Maka dapat disimpulkan bahwa kemasan memiliki keamanan untuk kesehatan yang sangat baik. Setelah itu lakukan hal yang sama pada pertanyaan lainnya untuk mengetahui penilaian responden pada setiap pertanyaan yang diajukan. Kemudian urutkan kriteria kemasan dari yang memiliki nilai rata-rata tertinggi sampai terendah untuk mengetahui persepsi konsumen Anda mengenai kriteria penting sebuah kemasan.

Kemudian lakukan observasi pada produk yang akan dibuatkan kemasannya. Ukurlah produk dengan benar menggunakan penggaris, pastikan ukuran box yang anda inginkan sudah pas atau dilebihkan dari ukuran produk. Hal tersebut agar produk anda tidak terlalu sempit/longgar saat dimasukkan ke dalam kemasan.

Dimensi yang digunakan:

Panjang X Tinggi X Lebar (centimeter)



Isilah semua hasil observasi dan survey pada produk di kolom **Hasil Observasi/Survey** pada template profil produk di bawah ini.

Profil Produk		
Indikator	Hasil Observasi/Survey	Elemen Kemasan Yang Disarankan
Kriteria kemasan pesan-antar yang diinginkan pelanggan	1. 2. 3. 4. 5. dst.	
Dimensi produk	Panjang cm Tinggi cm Lebar cm	
Jenis produk	<input type="radio"/> Kering <input type="radio"/> Basah <input type="radio"/> Berkuah <input type="radio"/> Berminyak	
Perlu pemisah produk	<input type="radio"/> Ya <input type="radio"/> Tidak Jelaskan untuk apa:	
Logo yang akan disertakan	<input type="radio"/> Food grade <input type="radio"/> Microwave/Oven Safe <input type="radio"/> Gluten Free	

	<input type="radio"/> Peringatan Alergi <input type="radio"/> Recycle <input type="radio"/> Jaga kebersihan	
Legalitas yang akan disertakan	<input type="radio"/> Halal <input type="radio"/> No BPOM <input type="radio"/> No P-IRT	
Instruksi pemakaian / konsumsi (tuliskan jika ada)		
Merek toko / usaha (tuliskan jika ada)		
Nama produk (tuliskan jika ada)		
Informasi lain yang ingin dicantumkan (tuliskan jika ada)		

Catatan tambahan untuk kemasan yang akan dibuat:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Gambar 34. Template Profil Produk

4.2 Identifikasi Elemen Kemasan

Setelah profil produk ditentukan, langkah selanjutnya adalah menentukan elemen kemasan yang akan dibuat berdasarkan profil produk yang telah dibuat. Isilah kolom **Elemen Kemasan Yang Disarankan** pada profil produk. Contoh profil produk lengkap dapat dilihat di gambar 35.

**Profil Produk
FOOD BOX “TEMAN NASI”**

Indikator	Hasil Observasi/Survey	Elemen Kemasan Yang Disarankan
Kriteria kemasan pesan-antar yang diinginkan pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aman untuk kesehatan 2. Kemudahan ketika mengonsumsi makanan 3. Pencantuman simbol penting (halal, BPOM, dll) pada kemasan 4. Pencantuman merek produk yang jelas pada kemasan makanan 5. Tidak mudah rusak 6. Kemudahan membawa kemasan 7. Mencantumkan informasi ijin kesehatan 8. Tidak mudah penyok 9. Kemampuan menahan panas 10. Kemudahan membuka kemasan 11. Kelengkapan informasi komposisi 12. Kemudahan menutup kembali 13. Kelengkapan informasi nutrisi dst.	Kraft paper 275 gsm Laminasi doff
Dimensi produk	Panjang 9 cm Tinggi 8 cm Lebar 11.5 cm	Ok
Jenis produk	<input type="radio"/> Kering <input checked="" type="radio"/> Basah <input type="radio"/> Berkuah <input checked="" type="radio"/> Berminyak	Food pail 

		Clamshell 
Perlu pemisah produk	<input type="radio"/> Ya <input checked="" type="radio"/> Tidak Jelaskan untuk apa:	
Logo yang akan disertakan	<input checked="" type="checkbox"/> Food grade <input type="checkbox"/> Microwave/Oven Safe <input type="checkbox"/> Gluten Free <input type="checkbox"/> Peringatan Alergi <input type="checkbox"/> Recycle <input type="checkbox"/> Jaga kebersihan	
Legalitas yang akan disertakan	<input checked="" type="checkbox"/> Halal <input type="checkbox"/> No BPOM <input type="checkbox"/> No P-IRT	Belum ada BPOM dan P-IRT
Instruksi pemakaian / konsumsi (tuliskan jika ada)	Hi _____ Your Order _____ Hope you enjoy it!	Tampak belakang
Merek toko / usaha (tuliskan jika ada)	TEMAN NASI	Tampak depan
Nama produk (tuliskan jika ada)	Food Box	Tampak depan
Informasi lain yang ingin dicantumkan (tuliskan jika ada)	Instagram: teman_nasiid Franchise info: 08112250322	Tampak belakang
Catatan tambahan untuk kemasan yang akan dibuat: Tagline "Teman Laparmu"		



Gambar 32. Template Profil Produk

4.3 Desain Kemasan

Pada tahap ini kemasan mulai dirancang dengan menggunakan metode kreatif. Metode kreatif merupakan penerapan konsep desain kemasan berdasarkan data-data yang diperoleh dari survey dan proses perancangan (penerapan berbagai elemen kemasan), *prototype* kemasan, uji *prototype* pada konsumen, revisi *prototype* dan produksi kemasan (Sucipta, et., al 2017). Hasil survey pelanggan mengenai **Kriteria Kemasan Pesan-Antar Yang Baik** harus menjadi pertimbangan utama dalam mendesain kemasan, selain konsep pembuatan kemasan yang baik sesuai teori pemasaran.

Beberapa alternatif bisa dibuat pada tahapan ini, untuk selanjutnya dipilih satu dengan menggunakan teknik analisis SWOT. Analisis SWOT dilakukan melalui serangkaian perhitungan yang dikenal dengan perhitungan IFAS (*internal factor analysis strategy*) dan EFAS (*external faktor analysis strategy*) dengan memperhitungkan nilai bobot dan rating. Formulasi strategi dilakukan pada tahapan pencocokan melalui matriks yang menggambarkan titik singgung antara IFAS dan EFAS. Matriks menunjukkan posisi organisasi, apakah titik singgung IFAS dan EFAS berada pada kuadran-1 (S-O), kuadran-2 (S-T), kuadran-3 (W-O) dan kuadran-4 (W-T). Posisi kuadran kemudian akan menentukan alternatif desain terbaik yang harus dipakai.

Untuk menghitung skor IFAS dan EFAS, yang pertama harus dilakukan adalah menganalisis *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats* dari masing-masing alternatif kemasan. *Strengths* adalah beberapa hal yang merupakan kelebihan dari alternatif desain yang ditawarkan. *Weaknesses*

adalah komponen-komponen yang kurang menunjang pada alternatif desain yang ditawarkan. *Opportunity* adalah kemungkinan-kemungkinan yang dapat dicapai apabila potensi-potensi yang ada pada alternatif desain mampu dikembangkan secara optimal. *Threats* adalah kemungkinan buruk yang mungkin terjadi atau pengaruh terhadap kesinambungan penggunaan alternatif desain. Tabel 6 adalah contoh analisis SWOT untuk produk Food Box “TEMAN NASI”.

Tabel 6. Hasil Analisis SWOT

MODEL FOOD FAIL	
<p style="text-align: center;"><i>Strengths</i></p> <p>Porsi terlihat lebih besar dibanding dengan opsi kedua; kemasan bisa ditutup rapat kembali setelah dibuka; memiliki pengait pada penutup sehingga tidak perlu karet atau selotip tambahan; desain kemasan tergolong unik dan masih jarang dipakai</p>	<p style="text-align: center;"><i>Weaknesses</i></p> <p>Dimensi kemasan yang bisa digunakan untuk mencantumkan informasi produk berada sisi depan belakang (tidak strategis) dan terbagi dua bagian (<i>space</i> terbatas)</p>
<p style="text-align: center;"><i>Opportunities</i></p> <p>Persepsi pelanggan akan pentingnya desain kemasan dari sisi fungsionalitas dan juga keunikan</p>	<p style="text-align: center;"><i>Threats</i></p> <p>Belum terlalu banyak percetakan yang bisa membuat desain ini sehingga harga sulit dinegosiasikan (<i>high bargaining power of supplier</i>)</p>
MODEL CLAMSHELL	
<p style="text-align: center;"><i>Strengths</i></p> <p>Dimensi yang bisa digunakan untuk mencantumkan informasi produk lebih lebar dan terletak di bagian atas (langsung terlihat)</p>	<p style="text-align: center;"><i>Weaknesses</i></p> <p>Porsi makanan terlihat lebih sedikit dibanding dengan opsi pertama; tidak bisa ditutup rapat kembali setelah dibuka; memerlukan tambahan karet atau selotip agar bisa tertutup rapat</p>
<p style="text-align: center;"><i>Opportunities</i></p> <p>Banyak percetakan yang bisa membuat desain ini bahkan yang sudah jadi pun banyak tersedia di pasar sehingga harga bisa dinegosiasikan dan pasokan</p>	<p style="text-align: center;"><i>Threats</i></p> <p>Lebih umum digunakan sebagai desain kemasan makanan sehingga tidak memiliki <i>uniqueness value</i></p>

barang lebih mudah (<i>low bargaining power of supplier</i>)	
--	--

Selanjutnya IFAS dan EFAS baru bisa dihitung dengan cara menilai dengan angka 1 sampai dengan 5 seberapa dalam *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats* yang sudah diidentifikasi bisa mempengaruhi perusahaan. Contoh hasil pengukuran IFAS dan EFAS untuk kemasan Food Box “TEMAN NASI” bisa dilihat pada Tabel 7 dan 8.

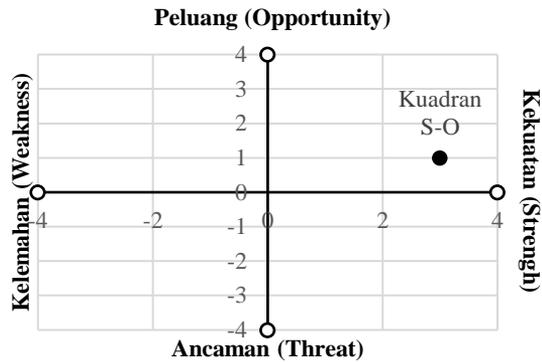
Tabel 7. Skor IFAS dan EFAS Model Food Pail

IFAS		EFAS	
Kategori	Total Skor	Kategori	Total Skor
Kekuatan (S)	4	Peluang (O)	4
Kelemahan (W)	1	Ancaman (T)	3
Total (S-W)	3	Total (O-T)	1

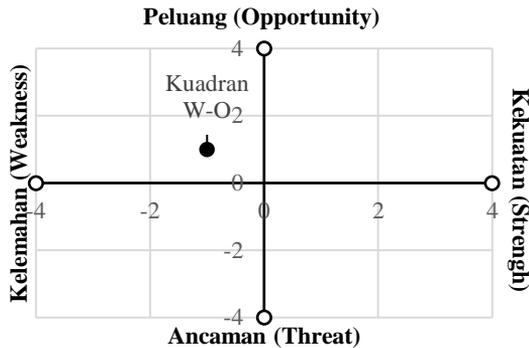
Tabel 8. Skor IFAS dan EFAS Model Clamshell

IFAS		EFAS	
Kategori	Total Skor	Kategori	Total Skor
Kekuatan (S)	2	Peluang (O)	3
Kelemahan (W)	3	Ancaman (T)	2
Total (S-W)	-1	Total (O-T)	1

Tahap berikutnya adalah menggambar matriks SWOT sesuai perhitungan IFAS dan EFAS kedua alternatif yang akan dinilai. Caranya dengan menempatkan titik singgung antara garis Kekuatan (Strength)-Kelemahan (Weakness) atau S-W dan garis Peluang (Opportunity)-Ancaman (Threat) atau O-T. Contoh matriks SWOT untuk kemasan Food Box “TEMAN NASI” bisa dilihat pada gambar 36 dan 37.



Gambar 36. Matriks SWOT Berdasarkan Skor IFAS dan EFAS Untuk Model Food Pail



Gambar 37. Matriks SWOT Berdasarkan Skor IFAS dan EFAS Untuk Model Clamshell

Dari kedua matriks di atas, bisa dilihat bahwa model food pail berada pada kuadra S-O. Hal ini menandakan bahwa ada peluang besar yang harus dimanfaatkan karena sesuai dengan kekuatan yang dimiliki desain kemasan ini. Dengan kata lain, desain kemasan ini dapat mendorong kinerja perusahaan semakin meningkat dan memperbesar pertumbuhan serta keuntungan perusahaan. Sementara itu, model Clamshell berada pada kuadran W-O. Posisi ini menandakan bahwa perusahaan memiliki peluang tetapi berada dalam posisi yang lemah. Dengan demikian rekomendasi yang

diberikan adalah mengubah strategi sebelumnya. Strategi yang ada sulit untuk dapat menangkap peluang yang ada sekaligus memperbaiki kinerja perusahaan. Dengan demikian, hasil analisis SWOT merekomendasikan bahwa desain kemasan yang memiliki keunggulan jika dikaitkan dengan kondisi perusahaan adalah model food fail.

4.4 Pembuatan Prototype

Prototype dibuat melalui mekanismen *focus group discussion* (FGD). FGD mendiskusikan hasil evaluasi alternatif rancangan kemasan dan membicarakan secara terperinci berbagai elemen pada desain kemasan. Kegiatan FGD diawali dengan pemaparan mengenai kriteria kemasan yang dibutuhkan dan diinginkan calon konsumen dari hasil survey, kemudian dilanjutkan dengan penjelasan tentang rancangan kemasan terpilih. Hasil dari FGD, peneliti dengan perusahaan menyepakati desain kemasan beserta atribut-atributnya seperti bahan, warna, ukuran, penempatan logo dan informasi-informasi lainnya seperti yang digambarkan pada gambar 4. Desain hasil kesepakatan ini selanjutnya dijadikan *prototype* kemasan untuk kemudian diujikan kembali kepada responden melalui survey.



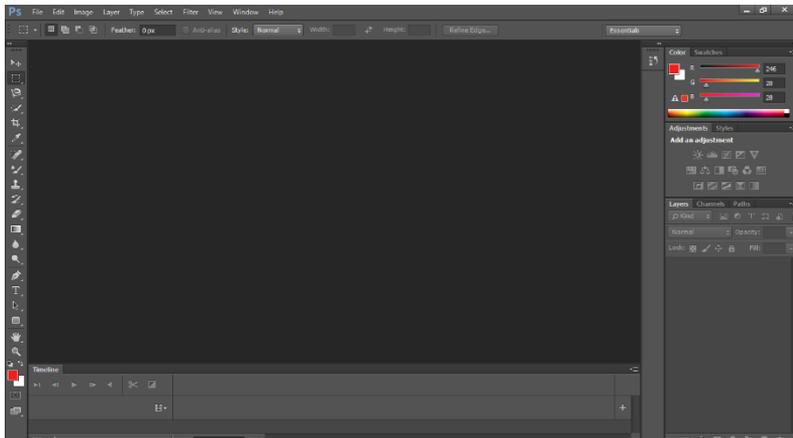
Fitur	Spesifikasi
Model	<i>Chinese bento</i>
Bahan Kemasan	Kraft paper 275 gsm
Warna Kemasan	Coklat muda
Ukuran Kemasan	9 x 8 x 11,5 cm

Gambar 38. Desain Prototype yang Akan Diujikan Kepada Pelanggan

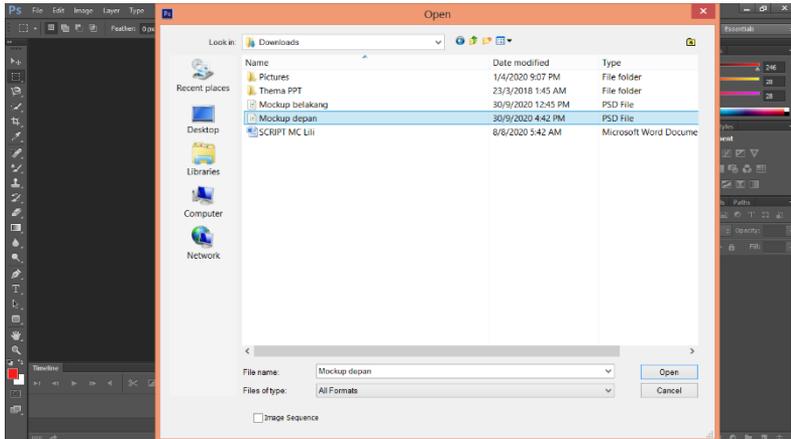
4.5 Teknik Pembuatan Prototype Menggunakan Adobe Photoshop CS6

Pembuatan prototype menggunakan Aplikasi Adobe Photoshop CS6. Dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menentukan dimensi dari rice box yang akan dibuat, adapun dimensi dari rice box teman nasi adalah:
 - Ukuran Bawah : 8 x 6.5 CM
 - Ukuran Atas : 10,5 x 9 CM
 - Tinggi : 10 CM
2. Download Mockup 3 Dimensi rice box warna hitam di website <https://www.mockupfree.com>.
3. Buka aplikasi Adobe Photoshop CS6.



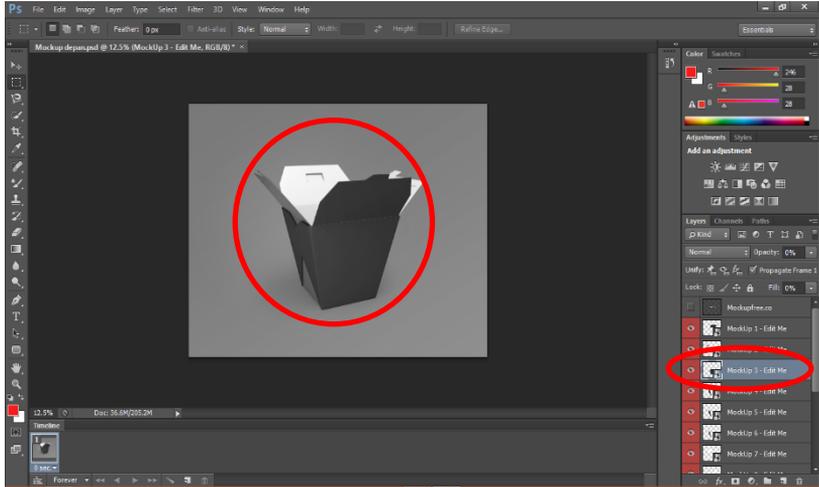
4. Klik File kemudian pilih Open file mockup yang telah didownload sebelumnya.



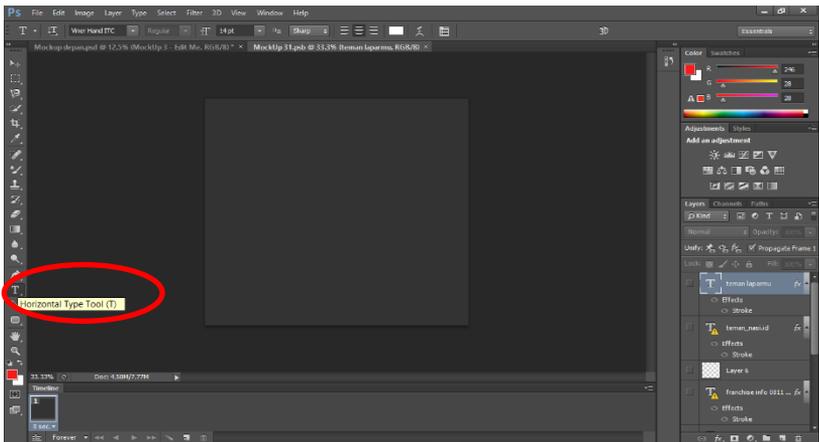
- Setelah muncul mockup hilangkan watermark mockupfree.co dengan klik lambang mata yang terdapat pada layer dengan nama mockupfree.com.



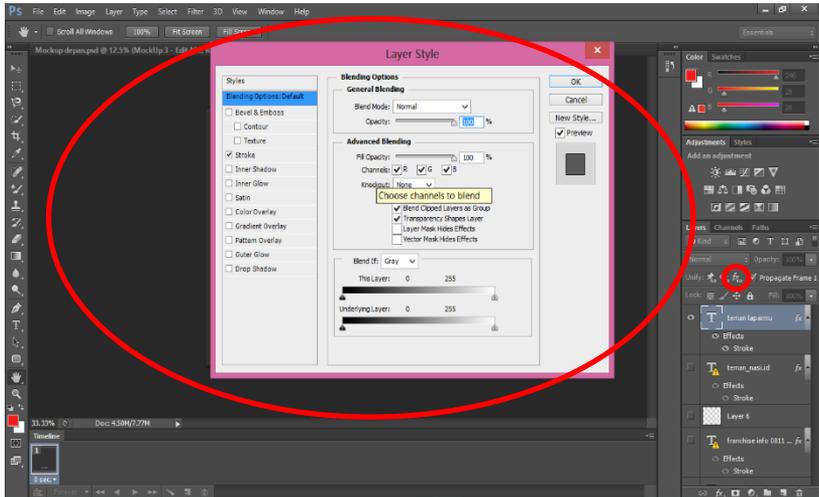
- Tampilan gambar akan menjadi seperti berikut setelah watermark dihilangkan, kemudian klik pada bagian tengah mockup sehingga cursor akan menunjukkan layer mockup untuk tampilan depan food pail untuk selanjutnya dapat kita lakukan editing text.



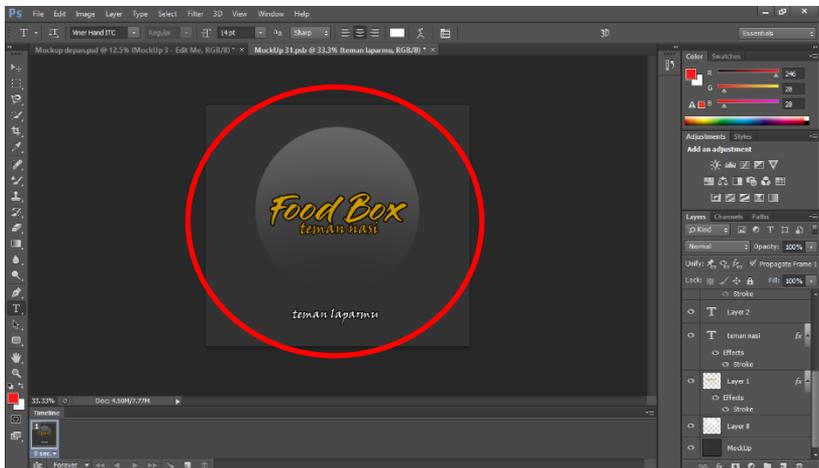
7. Selanjutnya kita akan ditunjukkan menuju jendela baru dalam aplikasi adobe photoshop CS6, Kita bisa langsung memasukkan text sesuai yang diinginkan, kali ini kita masukan text “Food Box, Teman Nasi”.



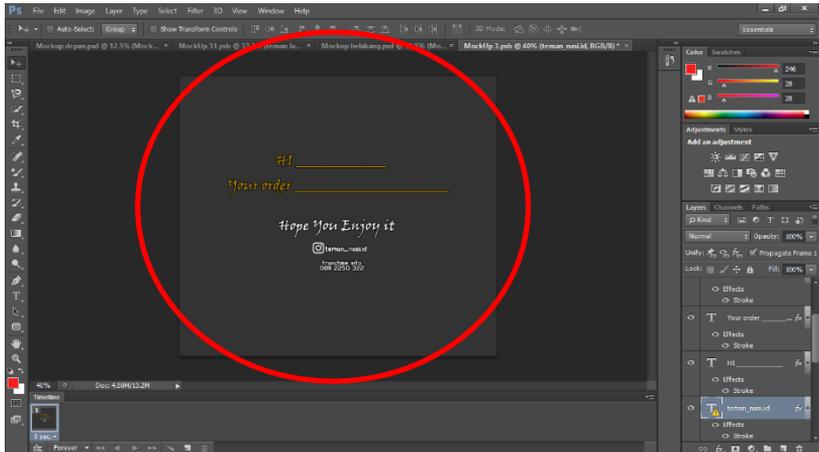
8. Setelah text tercantum “Food Box, Teman Nasi” kita lakukan editing dengan menentukan jenis text yang akan digunakan kali ini kita memilih jenis text “Viner Hand ITC”, kemudian kita masukan effect pada text, setelah table perintah muncul kita tentukan warna dan effect yang akan ditambahkan pada text tersebut.



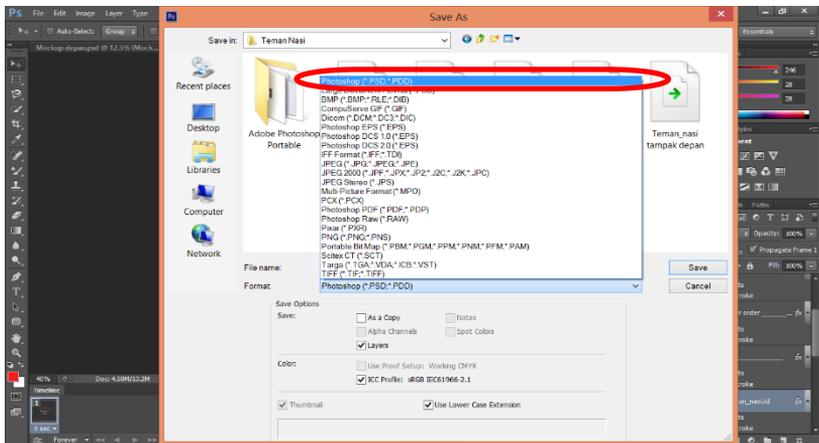
9. Tampilan text akan menjadi seperti berikut setelah effect ditambahkan pada text.

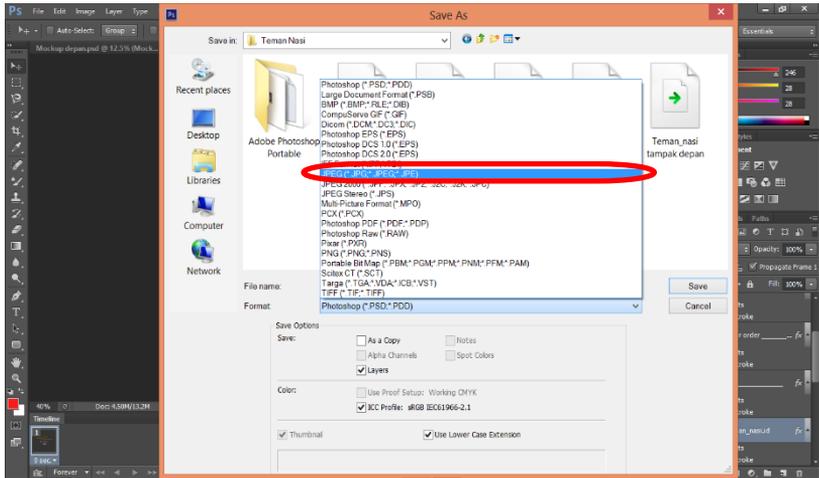


10. Lakukan langkah 6 – 9 untuk membuat design tampilan belakang dari food pail, setelah langkah selesai dikerjakan maka akan muncul tampilan seperti berikut.

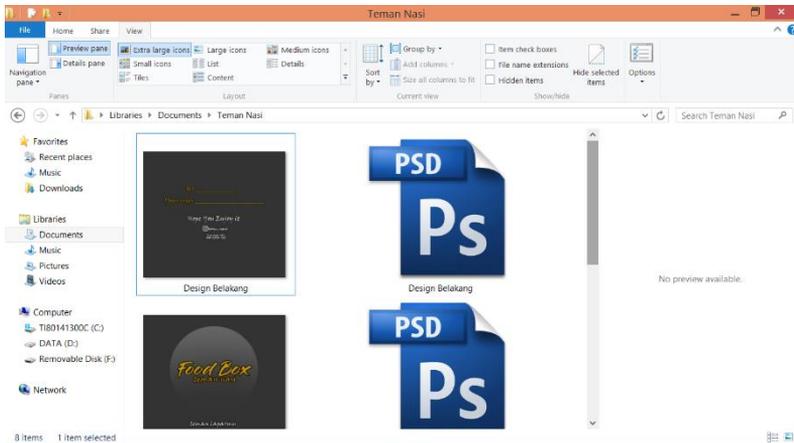


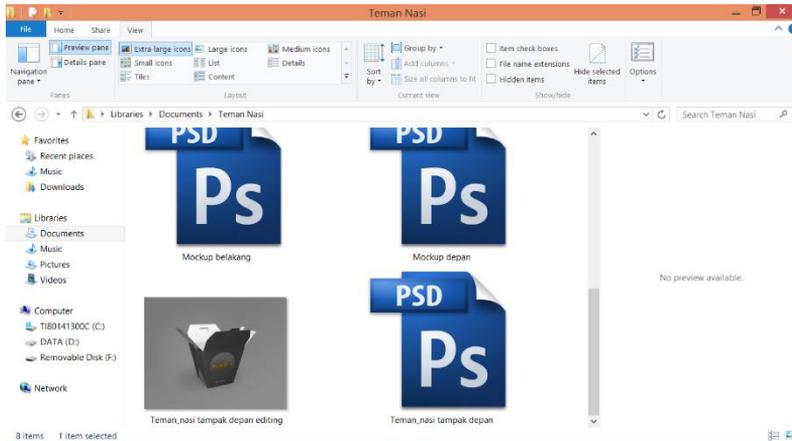
11. Setelah proses editing selesai simpan file dalam bentuk .PSD dan .JPG, dengan cara Klik File kemudian klik Save As dan pilih jenis file .PSD dan .JPG.





12. Setelah file disave akan muncul tampilan seperti berikut dan file siap digunakan.





4.6 Evaluasi Prototype Kemasan.

Setelah membuat *prototype* kemasan dengan aplikasi adobe photoshop CS5, langkah selanjutnya adalah melakukan survey persepsi atas *prototype* kemasan yang telah dibuat melalui penyebaran kuesioner kepada calon konsumen. Evaluasi *prototype* kemasan dilakukan untuk memastikan kemasan yang sudah dirancang sesuai kebutuhan dan keinginan calon konsumen. *Template survey* untuk *prototype* kemasan dapat dilihat pada Gambar 39.

Survey Pelanggan
Desain Kemasan Pesan-Antar
Produk

Pelanggan yth, terima kasih atas kesediaan Anda mengisi survey ini. Dalam rangka meningkatkan pelayanan, kami mohon kesediaan anda untuk memberikan masukan Anda terhadap desain kemasan pesan-antar (delivery/takeouts) produk kami.



Fitur	Spesifikasi
Model	<i>Chinese bento</i>
Bahan Kemasan	Kraft paper 275 gsm
Warna Kemasan	Coklat muda
Ukuran Kemasan	9 x 8 x 11,5 cm

Keterangan

Angka	Makna
1	Kriteria ini sangat buruk, wajib diperbaiki segera.
2	Kriteria ini buruk, harus diperbaiki.
3	Kriteria ini biasa saja, harus diupayakan peningkatannya.
4	Kriteria ini baik, harus dipertahankan dan diupayakan peningkatannya.
5	Kriteria ini sangat baik, wajib dipertahankan.

Beri lingkaran (o) pada pilihan jawaban anda sesuai keterangan di atas.

Menurut penilaian saya...

1. kemasan tersebut dapat menyimpan makanan sementara tanpa ada kerusakan atau kebocoran sebelum disantap	1	2	3	4	5
2. model kemasan tersebut memudahkan saya saat menyantap makanan	1	2	3	4	5
3. desain kemasan tersebut sangat menarik	1	2	3	4	5

4. ukuran (volume) dari kemasan tersebut sesuai dengan porsi makanan saya	1	2	3	4	5
5. bentuk/model kemasan tersebut menarik	1	2	3	4	5
6. grafis dalam desain kemasan tersebut menarik					
7. warna dalam desain kemasan tersebut menarik	1	2	3	4	5
8. tulisan dalam desain kemasan tersebut menarik	1	2	3	4	5
9. kemasan tersebut dapat menyimpan makanan sementara tanpa ada kerusakan atau kebocoran sebelum disantap	1	2	3	4	5

Saran tambahan untuk kemasan yang akan dibuat:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Terima Kasih

Gambar 39. Template Kuesioner Evaluasi Prototipe

Selanjutnya lakukan rekapitulasi untuk semua jawaban responden. Hitung rata-rata nilai setiap item pertanyaan pada bagian **menurut penilaian saya**. Setelah itu, maknai angka rata-rata pada setiap pertanyaan dengan standar berikut:

Angka	Makna
1	Sangat kurang
2	Kurang
3	Cukup
4	Baik
5	Sangat baik

Misalnya pertanyaan 1 memperoleh nilai rata-rata 3 dari seluruh responden. Maka 3 diartikan "Cukup". Hasil penyimpulan angka dengan kuesioner kemudian dihubungkan dengan pertanyaan yang diajukan, yaitu "kemasan tersebut dapat menyimpan makanan sementara tanpa ada kerusakan atau kebocoran sebelum disantap". Maka dapat disimpulkan bahwa kemampuan kemasan untuk menyimpan makanan sementara tanpa ada kerusakan atau kebocoran sebelum disantap adalah biasa saja, sehingga harus diupayakan peningkatan kemampuannya untuk menahan kerusakan dan kebocoran. Lakukan hal yang sama pada pertanyaan lainnya untuk mengetahui penilaian responden pada setiap pertanyaan yang diajukan. Kemudian persiapkan perbaikan desain kemasan sesuai dengan hasil survey tersebut.

4.7 Penetapan Desain Kemasan

Tahap selanjutnya adalah penyempurnaan *prototype* dan kemudian memproduksi kemasan. Hal-hal yang diperbaiki mencakup elemen kemasan, seperti: mutu, fungsi, warna dan ukuran kemasan yang dinilai belum cukup baik atau ada dalam kolom saran dari pelanggan. Bakshi et al., (2019) pada penelitiannya membuktikan bahwa semua elemen kemasan sangat penting bagi konsumen dan mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli. Gambar 40 menunjukkan contoh desain kemasan final yang akan masuk proses produksi lengkap dengan spesifikasinya.



Gambar 40. Desain Final yang Diproduksi

Tahap berikutnya adalah produksi kemasan sesuai desain kemasan final. Proses produksi dilakukan di percetakan. Tabel berikut memberikan informasi alternatif sejumlah percetakan untuk wilayah Bandung:

Tabel 9. Daftar Alternatif Tempat Percetakan

No.	Nama Percetakan	Alamat/Nomor Yang Bisa Dihubungi	Website
1	PT Katalisator Asa Indonesia	CoHive - Sahid Sudirman Residence Jl. Jend. Sudirman No.86, Tanah Abang, Kota Jakarta Pusat, 10250 +6221 8051 1695	https://www.tjetak.com
2	Mirages Printing	(022) 6128875	https://boxareus.com

		+6281 323 917 917	
3	PT. Paspack Prakarsa Portal	Bintaro Business Center RC Veteran I no.1 Bintaro Jakarta Selatan – 12330 0812-123-70-777	https://pasarpackaging.com
4	PT POLA PAPERINDO JAYATAMA	The Boutique Office Park # A 16 Jl. H. Benyamin Suaeb Blok A 6, Kemayoran, Jakarta Pusat 10630 +6221-65702989	https://polacup.com
5	diKemas.com	Jl. Kapten Haryadi, Gondangan, Kab. Sleman, Yogyakarta 55581 0821 993 899 66	https://dikemas.com
6	CV.KURNIA JAYA PERKASA	Jl. Pesanggrahan I No.30 Mlatibaru – Citarum Semarang Timur 02486400440 083842178789	https://www.kjppack.com
7	PT Wadah Kreasi Indonesia	Jl. Dewi Sartika No. 88, Ruko Ciputat Mutiara Center C 18 Tangerang Selatan, Banten 081 1196 2858	https://www.inpack.id

DAFTAR PUSTAKA

1. Bakshi, S., Choudhary, H., & Badal, P. S. (2019). A Multistage Sampling Case Study in India of Food Packaging on Buyers' Behavior. *Asian Journal of Agricultural Extension, Economics & Sociology*, Vol. 31 No. 1, pp. 1-7. DOI: 10.9734/AJAEES/2019/v31i130124.
2. Bekraf Jabar. (2017), Laporan Penyusunan PDRB EKRAF Provisi Jawa Barat 2010-2016 Menurut Lapangan Usaha. di dowload 24 April 2020, <https://www.bekraf.go.id/berita/page/17/laporan-pdrb-ekraf-provinsi-jawa-barat-2010-2016-menurut-lapangan-usaha>).
3. Boulaksil, Y., & Belkora, M. J. (2017). Distribution Strategies Toward Nanostores in Emerging Markets:. *Articles in Advance*, pp. 1–13, 1–13.
4. Chaniago, Harmon. 2020. Surat-Surat Bisnis Untuk Usaha Kecil. Bandung: Edukasi Riset Digital, PT.
5. Dholakia, R. R., Dholakia, N., & Chattopadhyay, A. (2018). Indigenous Marketing Practices And Theories In Emerging Economies: Consumers Behavior And Retail Transformations In India. *Journal of Business Research*, 86.
6. Fransoo, J. C., Blanco, E. E., & Meijia-Argueta, C. (2017). Reaching 50 Million Nanostores: Retail Distribution in Emerging Megacities. CreateSpace Independent Publishing Platform.
7. Fransoo, J. C., Blanco, E. E., & Meijia-Argueta, C. (2017). Reaching 50 Million Nanostores: Retail Distribution in Emerging Megacities. CreateSpace Independent Publishing Platform.
8. Fransoo, J. C., Blanco, E. E., & Meijia-Argueta, C. (2017). Reaching 50 Million Nanostores: Retail Distribution in Emerging Megacities. CreateSpace Independent Publishing Platform.
9. Ganai, A., Naveed Hamid, I., Sudhakar Dwivedi, I., Jyoti Kachroo, I., Manhas, I. J., Hamid, N., Dwivedi, S., Kachroo, J., & Manhas, J. (2019). Influence of packaging elements of ready to eat food products on buying behaviour. ~ 189 ~ *JOURNAL of Pharmacognosy and Phytochemistry*, 8(2), 189–194.
10. Noviadji, B. R. (2014). Desain kemasan tradisional dalam konteks kekinian. *Jurnal Fakultas Desain*, 1(01), 10–21.
11. Nielsen. (2015). Maximising Traditions. The Shop. Shopper. Shopkeeper
12. Prendergast, P. G. & Pitt, L. (1996). Packaging, marketing, logistics and the environment: are there trade-offs? *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 26(6), 60–72.
13. Rettie, R. & Brewer, C. (2000). The verbal and visual components of

- package design. *Journal of Product & Brand Management*, 9(1), 56–70.
14. Silayoi, P., & Speece, M. (2004). Packaging and purchase decisions. *British Food Journal*, 106(8), 607–628.
<https://doi.org/10.1108/00070700410553602>
 15. Wells, L. E., Farley, H., & Armstrong, G. A. (2007). The importance of packaging design for own-label food brands. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 35(9), 677–690.
<https://doi.org/10.1108/09590550710773237>
 16. Susetyarsi, T. (2012). Kemasan produk ditinjau dari bahan kemasan, bentuk kemasan dan pelabelan pada kemasan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian pada produk minuman mizone di Kota Semarang. *Jurnal STIE Semarang*, Vol. 4, No. 03, pp. 19-28.
 17. Sucipta, I N., Suriasih, K., & Kecana, P. K. D. (2017). *Pengemasan Pangan. Kajian Pengemasan yang Aman, Nyaman, Efektif dan Efisien*. Udayana University Press: Denpasar.

TEKNIS PEMBUATAN KEMASAN MAKANAN.

Panduan Lengkap Untuk Pemula Dalam Memahami Proses Pembuatan Kemasan Nano Store



Secara umum buku ini berisi pedoman bagaimana sebuah kemasan dibuat, dimulai dari mengadakan survey konsumen, untuk mengetahui keinginan calon konsumen sampai pada teknis pembuatannya dengan menggunakan aplikasi adobe photoshop.

Secara khusus buku ini membahas bagaimana membuat kemasan makanan cepat antar, yang memenuhi persyaratan kesehatan dan ekonomis. Pembahasan difokuskan pada kemasan makanan kelompok usaha kelas nano store. Faktor harga dan kesehatan menjadi pertimbangan mendasar dalam merencanakan kemasan kelompok ini.

Buku terdiri dari 4 bab, dimulai dengan menjelaskan kelompok usaha kecil dan nano store. Selanjutnya disajikan teknis survey pada calon konsumen, tahapan pengolahan data dan menyimpulkan. Selanjut disajikan bagaimana teknis pembuatan desain kemasan makanan menggunakan salah satu aplikasi yang mudah digunakan.

Tentunya tidak ada gading yang tak retak. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun, kami harapkan dikirimkan ke email: harmon@polban.ac.id. Salam hormat kami pada pengusaha nano store sektor makanan. Semoga tulisan kami bermanfaat buat masyarakat, bangsa dan negara Indonesia.

Penerbit:
EDUKASI RISET DIGITAL, PT
Jl. Panorama Raya No. 5
Komp. Puri Cipageran Indah 2, Blok E1
Ngamprah, Kabupaten Bandung Barat.
Telp. 022-86600582

