

Perancangan Logo dan Kemasan UMKM Bakso SAKMBLEDOSE

Hilmy Widodo¹ Nanda Nini Anggalih, S.Pd.,M.Ds.²

¹Prodi Desain Grafis, Fakultas Vokasi, Universitas Negeri Surabaya.
Email : hilmy.22049@mhs.unesa.ac.id

²Prodi Desain Grafis, Fakultas Vokasi, Universitas Negeri Surabaya.

^aCorresponding author: nandaanggalih@unesa.ac.id

ABSTRAK

UPTI makanan, Minuman, dan Kemasan merupakan lembaga yang diciptakan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur untuk membantu para calon UMKM supaya dapat bersaing dengan kompetitor yang lain [4]. Meskipun terletak di Jawa Timur, UPTI Mamin juga dapat membantu UMKM dari luar daerah provinsi Jawa Timur. Tugas yang diberikan oleh UPTI mamin kepada penulis merupakan tugas untuk membuat perancangan logo dan juga desain kemasan untuk UMKM Bakso SAKMBLEDOSE yang berlokasi di Pandaan, pasuruan. Tujuan dari UMKM Bakso SAKMBLEDOSE meminta bantuan kepada UPTI Mamin ini untuk memperluas pemasaran produk mereka. Masalah ini diangkat oleh penulis dikarenakan UMKM Bakso SAKMBLEDOSE menginginkan untuk membuat kemasan plastik vakum. UMKM Bakso SAKMBLEDOSE meminta untuk dibuatkan kemasan plastik vakum dengan sablon 2 warna. Pada penelitian ini penulis memilih untuk menggunakan metode penelitian *Design Thinking*, dalam metode penelitian ini terdapat lima tahap yakni Empati, Mendefinisikan, menggagaskan, Membuat prototipe, dan menguji (3). Hasil dari perancangan logo dan desain kemasan UMKM Bakso SAKMBLEDOSE diharap dapat meningkatkan daya tarik dan juga membantu pemasaran produk.

Kata Kunci: UMKM, perancangan, logo, kemasan, dan informasi

Pendahuluan

Usaha kecil dan menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia dan memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan lapangan kerja. Namun, usaha kecil sering menghadapi tantangan dalam memasarkan produk mereka, terutama dalam hal daya saing. Salah satu faktor utama yang mempengaruhi daya saing produk UMKM adalah desain kemasan[2].

Kemasan tidak hanya melindungi produk, tetapi juga berfungsi sebagai sarana komunikasi yang efektif. Desain kemasan yang menarik dan informatif dapat menarik perhatian konsumen, meningkatkan citra merek, dan menambah nilai produk Anda. Di era globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, usaha kecil dan menengah perlu berinovasi dalam desain kemasan agar produk mereka lebih kompetitif di pasar yang lebih besar [1].

Perkembangan UMKM pada jaman sekarang kian meningkat hal ini juga berlaku pada provinsi Jawa Timur. Dalam upaya mengembangkan dan juga menambah daya saing produk lokal pemerintah provinsi Jawa Timur membuat UPTI Makanan, Minuman, dan Kemasan. UPTI Mamin bergerak pada pengembangan produk pangan dan juga desain kemasan untuk para pemilik UMKM. UPTI Mamin menyediakan layanan untuk pembuatan maupun redesain logo dan desain kemasan untuk para pemilik UMKM. Hal ini dilakukan untuk mengenalkan produk lokal dan juga menambah daya saing produk lokal dengan produk yang sudah ada di pasaran [4].

Bakso SAKMBLEDOSE merupakan salah satu UMKM yang terletak Di Pandaan, Pasuruan. Bakso SAKMBLEDOSE telah memiliki toko untuk berjualan di daerahnya, tetapi mereka ingin memasarkan produk mereka ke pasar yang lebih luas. Dengan masalah ini Bakso SAKMBLEDOSE

meminta bantuan UPTI Mamin untuk membantu dalam hal desain kemasan dan juga logo yang baru.

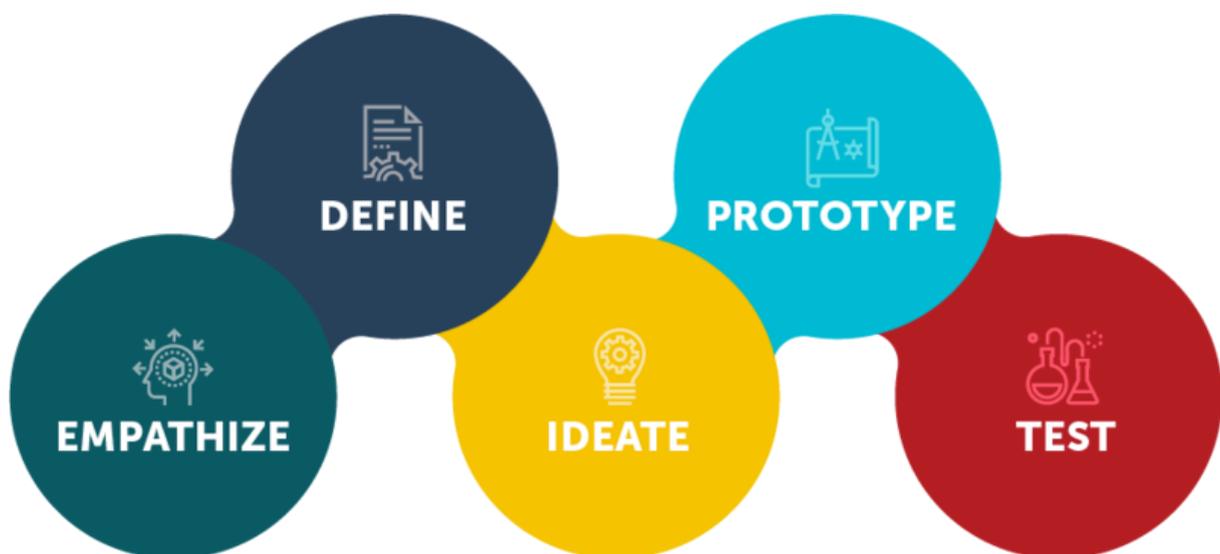
Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan desain kemasan inovatif untuk produk UKM tertentu. Inovasi dalam desain kemasan berfokus pada aspek visual, fungsional, dan lingkungan. Aspek visual meliputi pemilihan warna, bentuk, dan jenis huruf yang menarik dan relevan dengan target pasar Anda. Aspek fungsional meliputi kemudahan penggunaan, penyimpanan, dan pengangkutan produk. Aspek lingkungan mencakup penggunaan bahan kemasan yang ramah lingkungan dan dapat didaur ulang.

Studi ini bertujuan untuk membantu usaha kecil dan menengah meningkatkan daya saing produk mereka melalui desain kemasan yang efektif. Lebih jauh lagi, kajian ini diharapkan dapat memberi wawasan kepada para desainer dan pemangku kepentingan di industri kreatif mengenai pengembangan desain kemasan inovatif dan berkelanjutan.

Metode

Metode penelitian yang digunakan adalah Design Thinking, pendekatan berulang dan kolaboratif untuk memecahkan masalah desain. Design Thinking terdiri dari lima tahap: *Empathize* (empati), *Define* (mendefinisikan), *Ideate* (mengidekasikan), *Prototype* (membuat prototipe), dan *Test* (menguji). Pada tahap empati, peneliti mempelajari kebutuhan dan keinginan konsumen serta fitur produk UKM yang sedang dipelajari. Pada fase definisi, peneliti merumuskan masalah desain yang spesifik. Selama tahap ide, peneliti mengembangkan berbagai desain kemasan alternatif dan inovatif. Pada tahap prototipe, peneliti akan membuat prototipe desain kemasan yang dipilih. Selama fase pengujian, desain prototipe kemasan dievaluasi oleh konsumen untuk menentukan seberapa efektif mereka dalam menarik perhatian dan menyampaikan informasi produk [5].

Design Thinking adalah pendekatan atau metode pemecahan masalah yang berpusat pada manusia. Pendekatan ini tidak hanya mengarah pada penemuan solusi inovatif tetapi juga pada pemahaman yang lebih mendalam tentang kebutuhan pengguna dan konsumen. Pemikiran desain sangat berguna untuk memecahkan masalah yang rumit dan tidak terstruktur dengan baik, di mana solusi tradisional tidak efektif.



Gambar 1. Alur *Design Thinking*

Secara umum, *Design Thinking* memiliki lima tahapan utama, meskipun beberapa variasi mungkin memiliki langkah-langkah yang sedikit berbeda:

1. ***Empathize (Empati)***

Langkah pertama adalah mengembangkan pemahaman empati terhadap masalah yang ingin dipecahkan. Pada tahap ini, kami mengalihkan perhatian ke pelanggan. Apa yang sebenarnya mereka inginkan? Untuk melakukannya, pergilah dan temui orang-orang, mewawancarai mereka, dan bertindaklah seolah-olah Anda adalah mereka. Memfasilitasi penanganan masalah pelanggan yang benar-benar perlu diselesaikan [3].

2. ***Define (Mendefinisikan)***

Pada tahap ini, informasi yang terkumpul dari tahap empathize dianalisis dan disintesis untuk merumuskan masalah atau tantangan yang spesifik. Masalah yang didefinisikan harus jelas, ringkas, dan berorientasi pada pengguna. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi akar permasalahan yang sebenarnya, bukan hanya gejala-gejalanya [3].

3. ***Ideate (Menggagas)***

Tahap ini merupakan proses brainstorming untuk menghasilkan ide-ide solusi yang beragam dan sebanyak mungkin. Kreativitas sangat penting pada tahap ini. Metode yang sering digunakan antara lain curah pendapat (*brainstorming*), sketsa cepat (*sketching*), dan pemetaan pikiran (*mind mapping*). Tujuannya adalah untuk mendapatkan ide-ide yang "liar" dan inovatif [3].

4. ***Prototype (Membuat Prototipe)***

Pada tahap ini, ide-ide yang terpilih diwujudkan dalam bentuk prototipe atau model sederhana. Prototipe tidak harus sempurna, yang penting dapat memberikan gambaran tentang bagaimana solusi akan berfungsi dan terlihat. Prototipe dapat berupa sketsa kasar, model 3D sederhana, atau bahkan simulasi digital [3].

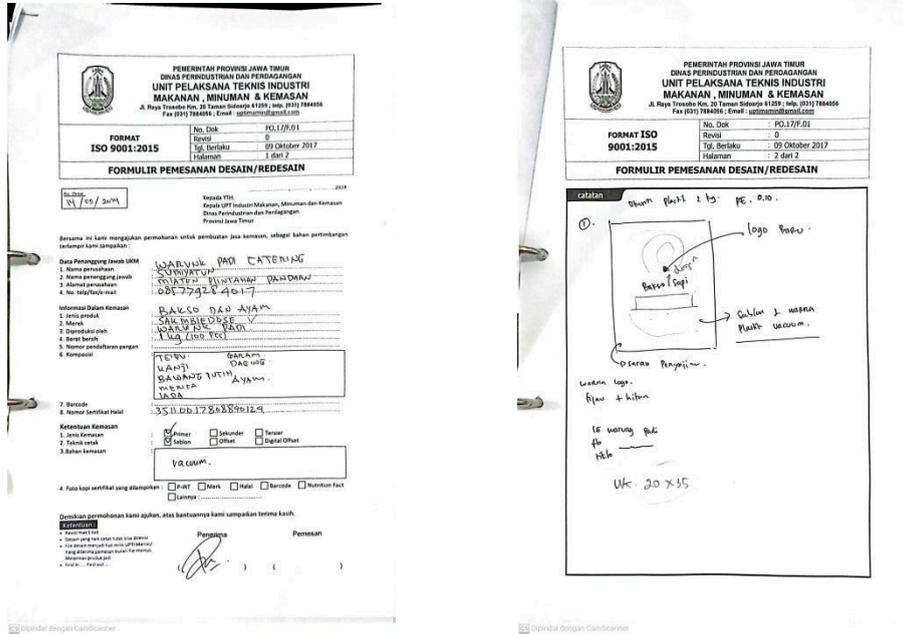
5. ***Test (Menguji)***

Tahap terakhir adalah menguji prototipe kepada pengguna atau konsumen. Tujuannya adalah untuk mendapatkan umpan balik (*feedback*) tentang prototipe tersebut. Umpan balik ini kemudian digunakan untuk memperbaiki dan menyempurnakan prototipe. Proses pengujian ini dapat diulang beberapa kali hingga solusi yang optimal ditemukan [3].

Hasil dan Pembahasan

Empathize (Empati)

Pada tahapan awal yakni *Empathize*, melakukan sebuah wawancara dengan klien untuk mengetahui apa yang diinginkan oleh klien. Semua hal yang diinginkan oleh klien dituliskan ke dalam *brief*.



Gambar 2. Brief Proyek

Define (Mendefinisikan)

Setelah mendapatkan *brief* dari atasan, *brief* tersebut dianalisis dan dicermati dengan baik dan jika ada hal yang kurang dipahami segera ditanyakan kepada atasan

Ideate (Menggagas)

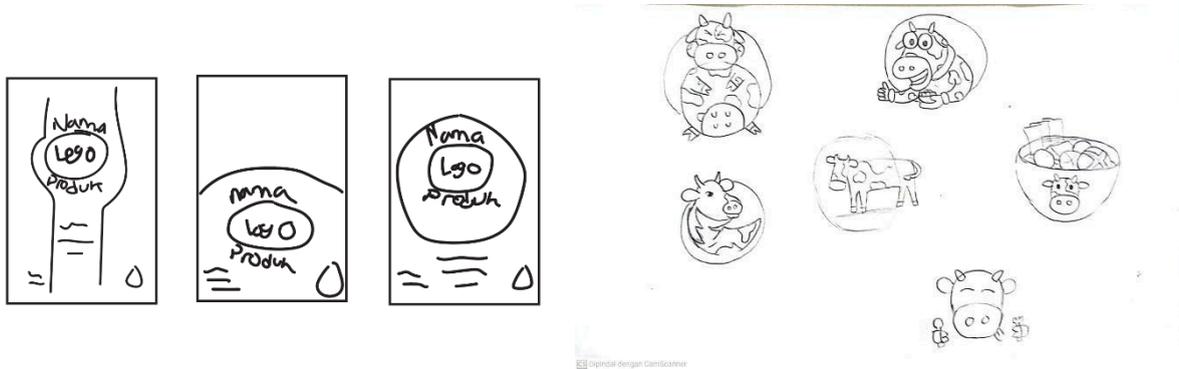
Setelah *brief* selesai di cermati penulis mengumpulkan beberapa gambar untuk dijadikan referensi dan membuat beberapa *sketch* logo untuk digunakan pada desain kemasan.



Gambar 3. Gambar Referensi Kemasan dan Logo

Prototype (Membuat Prototipe)

Penulis membuat beberapa desain kasar untuk logo yang akan digunakan dan desain kemasan yang akan digunakan.



Gambar 4. *Sketch Awal Desain Kemasan dan Logo*

Test (Menguji)

Dari beberapa desain kasar yang sudah dibuat dipilih beberapa untuk dijadikan prototipe yang akan diajukan kepada supervisor untuk dimintai *feedback* mengenai desain kemasan tersebut.



Gambar 5. Hasil Akhir Setelah *Feedback*

Kesimpulan

Setelah melakukan perancangan logo dan desain kemasan untuk UMKM Bakso SAKMBLEDOSE yang bertujuan untuk memasarkan produk mereka ke pasar yang lebih luas, penulis memulai dengan menerima brief dari atasan setelah itu mencerna semua informasi yang sudah di cantumkan oleh atasan dan mulai mengumpulkan referensi untuk digunakan dalam pembuatan *sketch* awal desain kemasan dan logo. Setelah *sketch* awal selesai, dibuatlah prototipe yang akan di berikan kepada atasan untuk disetujui.

Daftar Pustaka

1. N. A. I. Ayuni dan A. S. Patria "PERANCANGAN CORPORATE IDENTITY UMKM STOCKFOOD" *Junal Desgrafia*, Vol. 2No. 1, Tahun 2023,15-25
2. A. R. Hadi dan A. S. Patria "REDESAIN LOGO SEBAGAI CORPORATE IDENTITY UMKMWAWA FOOD & COOKIES NGANJUK" *Junal Desgrafia*, Vol. 2No. 1, Tahun 2023,1-14
3. M. Telaumbanua "5 Tahap *Design Thinking* menurut Stanford" <https://medium.com/@murnitelaumbanua98/5-tahap-design-thinking-menurut-stanford-d-school-e06f871c45c9>
4. UPTI Makanan, Minuman, dan Kemasan Disperindag Provinsi JawaTimur. 2014. Tentang blog Profile UPTI Makanan, Minuman, dan kemasan Disperindag Provinsi JawaTimur. <http://uptimamin.blogspot.com/p/buku-tamu.html>.
5. Mukhtaromin dan Widyaiswara "Mengenal Design Thinking" <https://bppk.kemenkeu.go.id/balai-diklat-keuangan-pontianak/artikel/mengenal-design-thinking-278789#:~:text=Lima%20Tahapan%20Dalam%20Design%20Thinking,untuk%20menggali%20lebih%20banyak%20data>.