

---

## PERANCANGAN DESAIN KEMASAN SEBAGAI FAKTOR PENINGKATAN DAYA SAING PRODUK RISOL DI KOTA BALIKPAPAN

Galoh Endah Fajarani<sup>1</sup>, Annisa Hestiningtyas<sup>2</sup>, Kartika Aprilia Ivani<sup>3</sup>

Program Studi S1 Terapan Bisnis Digital, Politeknik Nusantara Balikpapan<sup>1,2,3</sup>  
[galohendahfajran@gmail.com](mailto:galohendahfajran@gmail.com)<sup>1</sup>, [annisahestiningtyas@poltara.ac.id](mailto:annisahestiningtyas@poltara.ac.id)<sup>2</sup>, [kartikaaprilia@poltara.ac.id](mailto:kartikaaprilia@poltara.ac.id)<sup>3</sup>

**Abstrak:** Kemasan memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing produk, termasuk dalam industri makanan ringan seperti risol. Penelitian ini bertujuan untuk merancang desain kemasan yang menarik dan fungsional guna meningkatkan daya tarik produk risol di Kota Balikpapan. Metode yang digunakan adalah pendekatan penelitian desain dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain kemasan yang kreatif, dengan elemen visual seperti warna yang mencerminkan identitas produk, informasi produk yang lengkap, serta bahan kemasan yang higienis, dapat meningkatkan persepsi positif konsumen. Pengembangan desain dilakukan melalui pemilihan warna, pengaturan tata letak, serta penambahan elemen visual seperti gambar dan logo. Uji coba prototipe kemasan menunjukkan peningkatan daya tarik produk dan potensi penjualan. Penelitian ini diharapkan dapat mendorong hadirnya produk risol dengan kemasan yang lebih modern, ramah lingkungan, dan sesuai kebutuhan pasar.

**Kata Kunci:** Desain Kemasan, Daya Saing, Produk Risol, Branding, Balikpapan.

---

### PENDAHULUAN

Makanan merupakan salah satu hal pokok bagi manusia misalnya saja gorengan, baik dari kalangan muda hingga tua gorengan merupakan salah satu contoh makanan yang digemari di Indonesia. Produk makanan gorengan banyaknya dijual oleh pedagang UMKM, yang mana rata-rata penjual gorengan ini hanya menggunakan kantong plastik ataupun styrofoam sebagai kemasan produk mereka, sedangkan kemasan sendiri apabila didesain agar tampilannya terlihat lebih menarik dapat memiliki daya tarik bagi calon konsumen (Putra, dkk, 2024). Pada dasarnya desain kemasan mempengaruhi apa yang ada di dalamnya. Karena itu pengaruh bentuk, warna, bahan, desain kemasan dapat mempengaruhi konsumen. Perilaku konsumen yang semakin kritis terhadap kemasan produk, terlebih untuk kemasan produk makanan harus mendapat perhatian khusus. Menggunakan bahan yang ramah lingkungan, mudah dibawa, serta aman dan tidak menimbulkan kontaminasi pada makanan, serta memberikan informasi produk yang memadai akan menjadi pilihan konsumen (Ari Widiati, 2019).

Dalam dunia teknologi yang terus berkembang, desain bukan hanya tentang estetika ini tentang menciptakan interaksi yang efisien dan intuitif antara manusia dan mesin Ivani, K. A., Hestiningtyas, A., et al. (2024). Desain yang efektif menyatukan inovasi teknologi dengan persyaratan dan kenyamanan pengguna, memastikan bahwa kemajuan teknologis tidak hanya berteknologi tinggi tetapi juga mudah diakses dan praktis bagi pengguna (Ardhana et al., 2024).

Kemasan merupakan hal yang penting bagi suatu produk, karena berfungsi untuk membungkus produk, meningkatkan keamanan serta mempertahankan kualitas produk tersebut. Dalam pemasaran, kemasan berfungsi sebagai media pemasaran dan branding yang dirancang untuk membangun brand image dalam benak konsumen (Ermawati, 2019).

Desain kemasan yang dijual dapat menarik secara visual, menjaga produk, dan meningkatkan penjualan dan citra produk. Saat ini, risol crispy mulai berkembang dan dikenal oleh masyarakat

Balikpapan. Pelanggannya terdiri dari remaja hingga orang dewasa berusia antara 17 dan 30 tahun. Permasalahan dengan Risol Crispy adalah desain kemasan yang sangat sederhana. Pemilik juga ingin kemasan murah tetapi berkualitas tinggi, dan mereka merasa logo yang digunakan saat ini tidak sesuai dengan identitas merek (Alvionita, dkk, 2021).

Seiring berkembangnya industri makanan olahan, penggunaan kemasan juga muncul. Pengaruh kemajuan teknologi berkorelasi positif dengan pertumbuhan kemasan di pasaran saat ini (Amril & Heryanto, 2020). Kemasan risol yang digunakan masih banyak digunakan, yang sangat minimalis dan terbuat dari styrofoam atau plastik, yang tidak efisien dan tidak dapat menarik pelanggan potensial (Wibisono et al., 2022). Selain itu, sangat disayangkan bahwa kemasan yang digunakan secara tidak langsung tidak membantu mempromosikan risol crispy (Wibisono et al., 2022).

Desain kemasan memainkan peran krusial dalam branding produk, memberikan identitas visual yang dapat segera dikenali oleh konsumen. Penelitian menunjukkan bahwa elemen visual pada kemasan produk tidak hanya menarik perhatian tetapi juga mempengaruhi persepsi nilai dan kualitas produk itu sendiri (Pratama, A., Putri, R. A., & Salamsjah, S., 2024). Kemasan produk memiliki nilai tambah dan dapat mempengaruhi perasaan pelanggan, jadi desain kemasan adalah salah satu faktor yang meningkatkan penjualan produk. Secara umum, perusahaan harus memiliki tim desainer sendiri untuk industri pengemasan. Dengan demikian, desain kemasan memainkan peran yang sangat penting dalam penjualan produk (Agustina et al., 2021). terutama unsur-unsur desain kemasan seperti pilihan warna dan unik. Oleh karena itu, untuk meningkatkan penjualan, elemen kemasan yang baik dan sesuai dengan produk harus diperhatikan (Rico Elhando Badri et al., 2022).

Desain di era digitalisasi tidak hanya tentang estetika, melainkan juga tentang interaktivitas dan pengalaman pengguna. Perusahaan yang sukses adalah yang mampu mengintegrasikan teknologi digital ke dalam desain produk mereka untuk menciptakan solusi yang tidak hanya efektif tetapi juga intuitif dan menyenangkan bagi pengguna. (Astuti, S. R., Sandra, J. S., Yuliana, S. E., Kuswibowo, C., et al, 2023).

Tujuan penelitian perancangan desain kemasan produk risol ini untuk memahami preferensi konsumen terkait elemen-elemen desain kemasan, seperti warna, bentuk, bahan, dan kepraktisan yang dapat meningkatkan daya tarik produk di pasar. Melihat bagaimana kemasan yang kreatif dan berkualitas dapat membantu membangun brand awareness dan meningkatkan loyalitas konsumen terhadap produk risol, manfaat dari kemasan produk risol yang menarik berperan penting dalam menciptakan persepsi positif, dalam meningkatkan penjualan dan daya tarik konsumen untuk membeli produk kita. Manfaat penelitian ini dapat mendorong hadirnya produk risol dengan kemasan yang lebih menarik, higienis, dan ramah lingkungan, yang pada akhirnya memberi manfaat dari segi estetika dan kenyamanan bagi konsumen.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian desain (*desain research*) dengan fokus pada “Perancangan desain kemasan sebagai faktor peningkatan daya saing produk risol di kota Balikpapan”. Metode yang dilakukan adalah metode kualitatif deskriptif, bertujuan untuk memahami preferensi konsumen dan elemen visual yang mendukung daya tarik kemasan sebagai alat promosi.

Objek dalam penelitian ini adalah produk makanan risol yang diproduksi oleh dapur bi nyai. Produk ini menjadi fokus dalam perancangan kemasan yang akan dirancang untuk meningkatkan daya tarik konsumen dan efektivitas promosi.

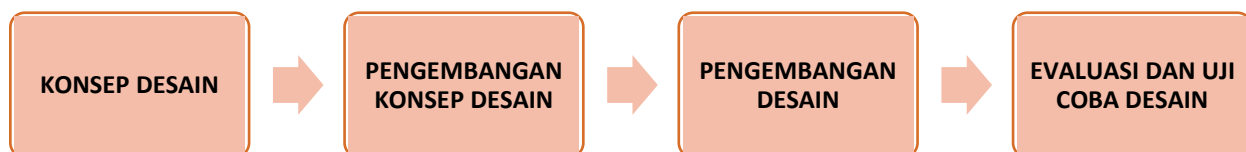
Dalam penelitian ini, teknik berikut digunakan untuk mengumpulkan data:

- **Obsrvasi:** Mengamati kemasan produk sejenis di pasaran untuk memahami elemen desain yang digunakan oleh kompetitor.
- **Wawancara:** Dilakukan oleh pihak manajemen, desainer, dan konsumen untuk mendapatkan wawasan mengenai preferensi kemasan dan elemen promosi yang efektif.

Data yang diperoleh dianalisis dengan metode berikut:

- **Analisis Deskriptif Kualitatif:** Untuk memahami preferensi konsumen dan mengidentifikasi elemen desain visual yang diminati.
- **Analisis SWOT:** Untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang terkait dengan desain kemasan produk makanan risol.

Berikut Alur proses perancangan desain kemasan yang disusun berdasarkan langkah-langkah penelitian:



Gambar 1. Diagram Alir Penelitian

### 1. Konsep Desain

Pada tahap ini, perencanaan desain dimulai dengan menentukan dasar konsep yang meliputi tujuan dan target desain.

- **Menentukan Tujuan Desain:**  
Tahap ini bertujuan untuk memastikan desain kemasan dapat meningkatkan daya tarik visual produk, menyampaikan informasi produk dengan jelas, serta memperkuat citra merek risol crispy. Dengan kemasan yang menarik dan informatif, produk diharapkan mampu bersaing lebih baik di pasar.
- **Mengidentifikasi Target Pasar:**  
Mengidentifikasi kebutuhan dan preferensi konsumen menjadi bagian penting untuk menentukan karakteristik kemasan yang sesuai. Target pasar mencakup produk risol crispy mencakup konsumen muda hingga dewasa, yang mengutamakan kemasan modern dan fungsional. Oleh karena itu desain kemasan diharapkan mencerminkan selera dan kebutuhan target pasar ini.

### 2. Pengembangan Konsep Desain

Pada tahap ini, berbagai metode digunakan untuk mengembangkan konsep dasar menjadi konsep desain yang lebih konkret.

- **Studi Pustaka:**  
Studi pustaka dilakukan untuk memahami prinsip dasar desain kemasan, strategi pemasaran, serta tren desain terkini. Sumber literatur mencakup jurnal, buku, dan publikasi terkait desain kemasan makanan. Pengetahuan dari referensi ini digunakan untuk menentukan elemen penting dalam desain kemasan.

- **Observasi:**  
Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung pada objek penelitian produk risol crispy beserta kemasannya. Mulai dari karakteristik produk, material kemasan, hingga elemen visual dari kemasan, dan apa saja kekurangan dari kemasan produk risol crispy bila dibandingkan dengan kemasan kompetitor sejenis. Melalui observasi ini, dapat diketahui elemen-elemen desain yang berhasil menarik perhatian konsumen, seperti warna, ukuran, dan bahan kemasan. Hasil observasi membantu menyusun elemen desain yang diharapkan lebih kompetitif.
- **Wawancara:**  
Wawancara dilakukan dengan owner dari bisnis produk risol crispy dan pihak terkait. Tujuannya adalah untuk mengetahui preferensi target pasar, termasuk warna, bahan, dan informasi produk yang dianggap penting. Masukan ini memberikan panduan langsung dalam perancangan desain kemasan.
- **Analisis SWOT;**  
Analisis SWOT digunakan untuk memetakan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang mungkin muncul dalam perancangan kemasan produk risol crispy. Misalnya, kekuatan desain kemasan bisa berupa kualitas visual yang menarik, sedangkan kelemahannya mungkin pada biaya produksi. Dengan analisis ini, desain kemasan yang optimal dapat dirancang.

### **3. Pengembangan Desain**

Pada tahap pengembangan desain, elemen visual yang telah disusun diterapkan untuk menghasilkan kemasan yang siap diimplementasikan.

- **Pengaturan Layout:**  
Tata letak (layout) kemasan dirancang untuk menyusun informasi produk dengan baik, seperti nama produk, logo, komposisi, dan informasi nutrisi. Layout ini juga diatur agar kemasan tampak rapi dan mudah dibaca, memperkuat daya tarik visual dan informasi yang diberikan.
- **Pemilihan Warna:**  
Warna dipilih berdasarkan karakter produk dan identitas merek. Warna yang dipilih harus mampu menarik perhatian konsumen serta mencerminkan karakteristik produk yang fresh dan berkualitas.
- **Penambahan Gambar dan Visualisasi:**  
Elemen visual seperti gambar produk atau ilustrasi ditambahkan untuk mencerminkan isi produk dan menambah daya tarik kemasan. Gambar atau ilustrasi ini dipilih dengan hati-hati agar tidak mengurangi estetika kemasan.

### **4. Evaluasi Dan Uji Coba**

Tahap terakhir adalah evaluasi dan uji coba terhadap prototipe kemasan untuk memastikan desain sesuai dengan kebutuhan produk dan target pasar.

- **Cetak Kemasan:**  
Kemasan yang telah dirancang dicetak dalam bentuk prototipe. Cetakan ini digunakan untuk uji coba dan evaluasi guna mendapatkan gambaran yang lebih nyata tentang desain kemasan yang dihasilkan.

## **PEMBAHASAN**

Pada bab ini, akan dijelaskan proses “Perancangan desain kemasan sebagai faktor peningkatan daya saing produk risol di kota Balikpapan”. Penjelasan akan diuraikan melalui alur perancangan yang mencakup Konsep Desain, Pengembangan Konsep Desain, Pengembangan Desain, serta Evaluasi dan Uji Coba.

### **1. Konsep Desain**

Pada tahap ini, perancangan desain dimulai dengan menentukan dasar konsep yang meliputi tujuan dan target desain.

#### **• Menentukan Tujuan Desain**

Menentukan tujuan desain kemasan untuk produk risol adalah langkah penting dalam memastikan kemasan tersebut mampu menarik perhatian, melindungi produk, dan memperkuat identitas merek. Berikut beberapa tujuan utama yang bisa dipertimbangkan dalam desain kemasan risol:

- a) Meningkatkan Daya Tarik Visual Kemasan harus menarik perhatian konsumen. Desain yang menarik, dengan warna dan gambar yang sesuai, bisa membuat risol terlihat lebih lezat dan menggurikan. Tujuannya agar konsumen tertarik mencoba produk hanya dengan melihat kemasannya.
  - b) Menjaga Kualitas dan Kesegaran Produk  
Kemasan harus melindungi risol dari kontaminasi, menjaga kebersihan, dan mempertahankan kualitas produk agar tetap segar sampai di tangan konsumen. Hal ini bisa dicapai dengan menggunakan bahan kemasan yang aman dan tahan terhadap kelembaban atau udara.
  - c) Mengkomunikasikan Informasi Produk  
Kemasan juga berfungsi sebagai media informasi. Desainnya harus mencantumkan informasi penting seperti bahan baku, tanggal kadaluarsa, label halal (jika ada), dan petunjuk penyimpanan. Hal ini membantu konsumen memahami produk dan meningkatkan kepercayaan mereka.
  - d) Memperkuat Identitas Merek  
Kemasan bisa menjadi media untuk membangun dan memperkuat brand image. Dengan desain yang khas dan konsisten, konsumen bisa dengan mudah mengenali produk risol dari merek tertentu di antara produk serupa lainnya.
  - e) Meningkatkan Nilai Jual Produk  
Kemasan yang dirancang dengan baik dapat memberikan kesan premium atau berkualitas tinggi. Desain kemasan yang profesional dapat membantu meningkatkan nilai jual, karena konsumen seringkali lebih bersedia membayar lebih untuk produk dengan kemasan yang terlihat berkualitas.
  - f) Ramah Lingkungan  
Banyak konsumen kini peduli pada keberlanjutan lingkungan. Menggunakan bahan kemasan yang ramah lingkungan, misalnya kemasan yang bisa didaur ulang atau mudah terurai, bisa menjadi daya tarik tambahan bagi konsumen yang peduli lingkungan.
- 
- #### **• Mengidentifikasi Target Pasar**
- Mengidentifikasi target pasar produk risol di kota Balikpapan memerlukan pemahaman tentang demografi, preferensi konsumen, serta gaya hidup di wilayah tersebut. Berikut adalah beberapa segmentasi target pasar yang relevan untuk produk risol di Balikpapan:
1. Masyarakat Lokal Berusia Muda hingga Dewasa (18-35 Tahun)  
Segmentasi ini mencakup kalangan mahasiswa, pekerja kantoran, dan warga muda yang umumnya lebih sering mencari camilan praktis dan terjangkau. Mereka cenderung tertarik pada

- makanan ringan yang dapat dinikmati kapan saja, terutama produk yang dikemas modern dan menarik.
2. **Keluarga dan Ibu Rumah Tangga**  
 Keluarga, khususnya ibu rumah tangga, sering membeli cemilan seperti risol sebagai makanan pendamping atau bekal anak-anak. Produk risol yang dikemas higienis dan memiliki rasa yang lezat bisa menjadi pilihan favorit untuk konsumsi rumah tangga.
  3. **Pekerja Kantoran**  
 Kota Balikpapan memiliki banyak pekerja kantor yang mencari makanan ringan di sela-sela waktu istirahat mereka. Menyediakan risol dalam bentuk kemasan praktis yang mudah dibawa atau bahkan dalam bentuk frozen food untuk memudahkan mereka mengkonsumsinya kapan saja bisa sangat menarik bagi segmen ini.
  4. **Wisatawan Lokal dan Pengunjung Kota**  
 Balikpapan memiliki potensi wisata yang menarik pengunjung dari luar kota. Produk risol bisa dijadikan oleh-oleh khas Balikpapan jika dipasarkan dengan kemasan menarik dan sesuai dengan standar keamanan pangan. Menonjolkan identitas lokal dalam kemasan atau varian rasa yang khas Balikpapan juga bisa menjadi daya tarik tersendiri.
- 2. Pengembangan Konsep Desain**  
 Pada tahap ini, berbagai metode digunakan untuk mengembangkan konsep dasar menjadi konsep desain yang lebih konkret.

Tabel 1. Studi Pustaka

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Tahun	Hasil
Wurlina, Kadek Racmawati, Suzanita Utama, Gunanti Mahasri, Sri Mulyati, Niluh Suwasanti.	Keberlanjutan UMKM olahan hasil laut di pesisir bulak Surabaya guna meningkatkan daya saing di era new normal.	2022	Bisnis kecil dan menengah (UMKM) telah terbukti memiliki kemampuan untuk membuat produk baru dan mengembangkan pengembangan pada pasar sehingga mereka dapat bertahan hidup. Dalam jangka panjang, UMKM dapat menggunakan inovasi ini sebagai dasar untuk meningkatkan keunggulan kompetitif mereka.
Nono Wibisono, Lina Setiawati, Carolina Magdalena Lasambouw, Riauli Susilawati Hutapea, Rosma Pakpahan, dan Sulistia Suwondo	Kemasan Inovatif dan Berdaya Saing Untuk Produk Tape Ketan "Rasa Manis" Sebagai Media promosi.	2022	Wisatawan yang datang ke Kuningan dan membeli tape ketan sebagai buah tangan sangat menyukai produk makanan olahan ini. Tape ketan memiliki ciri khas fermentasi yang lama; membutuhkan tiga hingga empat hari sebelum dapat dimakan.
Moh Farid Najib, Agustunus Februadi, Tjetjep Djatnika, Wahyu Rafdinal, Carolina Magdalena,	Inovasi Desain Kemasan (Packaging) sebagai Faktor Peningkatan Daya Saing Produk UMKM	2022	Pengemasan adalah aspek penting dari pemasaran karena merupakan cara yang ampuh untuk meningkatkan atribut produk dan kesan merek tertentu melalui elemen desain grafis, tekstual, dan strukturnya.

Lasambouw, Neneng Nuryati			
------------------------------	--	--	--

- **Observasi:**

Observasi ini bertujuan untuk mengamati bagaimana desain kemasan berperan dalam menarik minat konsumen dan meningkatkan daya saing produk risol di kota Balikpapan.

Hasil Observasi:

1. Kondisi Awal Kemasan Produk Risol

Sebagian besar produk risol dari UMKM di Balikpapan masih menggunakan kemasan yang sederhana, seperti plastik bening tanpa label atau logo yang menarik. Kemasan hanya berfungsi untuk membungkus produk tanpa memperhatikan aspek estetika atau branding.

2. Perbandingan dengan Produk Kompetitor

Produk risol yang memiliki kemasan menarik, misalnya dengan logo, warna cerah, dan informasi gizi, cenderung mendapatkan perhatian lebih dari konsumen. Kompetitor yang telah menggunakan desain kemasan yang lebih baik terlihat lebih unggul dalam hal persepsi kualitas produk.

3. Pengaruh Desain Kemasan terhadap Penjualan

Kemasan yang menarik dapat menunjukkan adanya peningkatan penjualan setelah mengganti kemasan lama dengan desain baru yang mencantumkan logo, informasi produk, dan visual menarik. Hal ini menunjukkan bahwa kemasan dapat memberikan nilai tambah pada produk.

- **Wawancara:**

Wawancara dilakukan langsung dengan pemilik produk risol yang ada di Balikpapan, untuk mengetahui bagaimana pendapat perencanaan desain kemasan produk risol yang menarik sehingga dapat meningkatkan daya saing produk risol yang ada di Balikpapan.



Gambar 2. Foto Wawancara Bersama Owner Risol Crispy

Hasil wawancara yang dilakukan bersama owner produk risol di kota Balikpapan menyangkut karakteristik utama yang saya ingin desain kemasannya harus menonjolkan kualitas dan kelezatan risol. Kemasan harus terlihat bersih dan menarik, agar dapat memberikan kesan bahwa produk di dalamnya dibuat dengan bahan-bahan berkualitas dan higienis. Target pasar utama adalah keluarga, anak muda, dan pekerja kantoran. Karena kebanyakan dari mereka mencari camilan praktis dan lezat untuk dinikmati di rumah, di perjalanan,

atau di kantor. Gaya visual yang saya inginkan yaitu modern, minimalis, dan menarik. Desainnya harus semenarik mungkin dan mudah dipahami. Warna-warna yang menarik seperti coklat muda, putih, cream, dan sedikit warna kekuningan yang dapat menggambarkan ciri khas warna risol itu sendiri, agar dapat digunakan untuk menarik perhatian. Elemen visual seperti gambar risol yang lezat atau ilustrasi yang berhubungan dengan makanan dapat ditambahkan. Saya menyukai desain yang sederhana tetapi juga terdapat sedikit elemen visual yang menarik karena pelanggan lebih suka hal yang unik, dan mudah dipahami. Desain yang ditambahkan dengan elemen visual dapat terlihat lebih menarik. Informasi penting yang harus ditampilkan secara jelas di kemasan yaitu nama produk, logo, bahan baku, cara penyimpanan, tanggal kadaluarsa. Dari tanggapan owner risol crispy ingin menambahkan kode QR yang mengarah ke website atau media sosial karena dapat meningkatkan engagement. Agar konsumen dapat dengan mudah mengakses informasi tambahan tentang produk, resep, atau promosi.

#### **Analisis SWOT:**

Perencanaan desain kemasan berperan penting dalam meningkatkan daya saing produk risol di Kota Balikpapan. Analisis SWOT membantu mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keberhasilan strategi ini.

#### **Kekuatan (Strengths)**

- Kuliner Lokal Populer: Risol merupakan makanan ringan populer di Balikpapan, memiliki basis konsumen yang sudah ada.
- Potensi Kreativitas: Desain kemasan dapat mengeksplorasi keunikan kuliner Balikpapan, seperti bahan lokal dan cita rasa khas.
- Peningkatan Aksesibilitas: Kemasan yang menarik dapat meningkatkan visibilitas produk di platform online, seperti layanan pesan antar makanan.

#### **Kelemahan (Weaknesses)**

- Sumber Daya Terbatas: UMKM di Balikpapan mungkin memiliki keterbatasan sumber daya untuk desain kemasan profesional, seperti dana dan keahlian desain.
- Persaingan Tinggi: Pasar risol di Balikpapan mungkin sudah ramai dengan berbagai merek yang menawarkan desain kemasan menarik.
- Kesadaran Lingkungan: Konsumen mungkin memiliki preferensi terhadap kemasan yang ramah lingkungan, yang membutuhkan biaya tambahan.

#### **Peluang (Opportunities)**

- Tren Kuliner Modern: Konsumen di Balikpapan mungkin tertarik dengan desain kemasan yang modern dan inovatif.
- Dukungan Pemerintah: Pemerintah Indonesia memiliki program untuk mendukung UMKM, termasuk pengembangan desain dan kemasan.
- Peningkatan Kesadaran Brand: Desain kemasan yang unik dapat membantu membangun brand awareness dan loyalitas pelanggan.

#### **Ancaman (Threats)**

- Fluktuasi Harga Bahan Baku: Kenaikan harga bahan baku dapat mempengaruhi biaya produksi risol, sehingga perlu penyesuaian harga jual.
- Perubahan Tren Konsumen: Perubahan selera konsumen terhadap jenis makanan ringan dapat mengurangi permintaan risol.
- Persaingan dari Brand Besar: Perusahaan makanan besar dengan sumber daya lebih besar dapat menghadirkan desain kemasan yang lebih canggih dan menarik.

### **3. Pengembangan Desain**

Pada tahap pengembangan desain, elemen visual yang telah disusun diterapkan untuk menghasilkan kemasan yang siap diimplementasikan.

- **Pemilihan Warna:**

Warna yang dipilih untuk perancangan desain kemasan produk risol mencerminkan karakteristik dari produk dan target pasar. Pemilihan warna kemasan juga dapat disesuaikan dengan tema dan konsep merek risol itu sendiri, serta perlu memperhatikan kompetitor agar kemasan lebih menonjol.



Gambar 3. Palet Warna

Kuning dan Oranye, warna ini sering diasosiasikan dengan makanan yang hangat dan menggugah selera. Kuning dan oranye juga memberikan kesan ceria, menyenangkan, dan energik, yang cocok untuk produk makanan ringan seperti risol. Hijau warna hijau memberikan kesan segar dan sehat. Jika risol yang dijual memiliki keunggulan bahan-bahan yang segar atau diposisikan sebagai makanan yang lebih sehat, warna hijau bisa menjadi pilihan yang baik. Cokelat atau Warna Krem Coklat dan krem mencerminkan bahan makanan yang alami dan homemade. Warna ini bisa memberikan kesan kehangatan dan kepercayaan, terutama jika risol tersebut dipromosikan sebagai produk tradisional atau buatan rumah. Putih Warna putih memberikan kesan bersih dan premium.

- **Penambahan Gambar dan Visualisasi:**



Gambar 4. Desain Tampilan

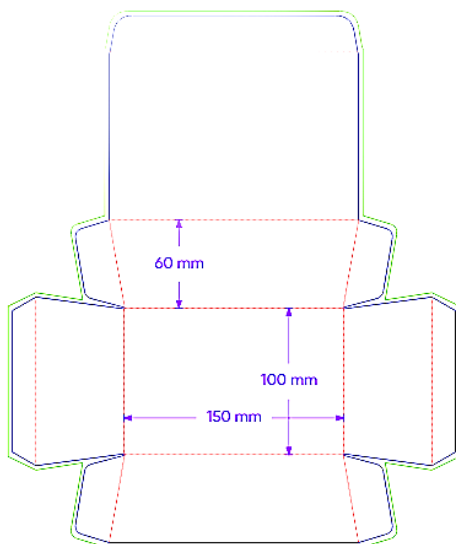
Visualisasi berupa gambar risol yang terlihat renyah dan menggugah selera dengan langsung memberi gambaran tentang isi produk kepada konsumen. Ini bisa meningkatkan minat beli, terutama jika tampilannya menggugah selera. Menampilkan nama "Risol Crispy" pada kemasan secara jelas membantu produk dikenali dengan mudah, menarik perhatian konsumen, dan meningkatkan kesan merek yang kuat di pasar. Informasi tentang pemilihan rasa seperti (Sapi panggang, ayam suir, ayam rica, atau tuna mayo) membantu konsumen memilih varian yang sesuai dengan selera mereka, sehingga meningkatkan kemungkinan pembelian. Dengan menambahkan tanggal kadaluarsa adalah informasi penting untuk memastikan konsumen mengkonsumsi produk risol dalam kondisi aman dan segar, meningkatkan rasa percaya dan keamanan produk. Komposisi dengan menyediakan daftar bahan baku membantu konsumen mengetahui isi produk, terutama bagi mereka dengan alergi atau preferensi khusus. Ini meningkatkan

transparansi dan menunjukkan kepedulian produsen terhadap konsumen. Dengan memberi petunjuk penyajian, konsumen bisa menikmati risol dengan cara terbaik (misalnya, digoreng sebentar atau dipanaskan), sehingga cita rasa dan tekstur optimal dapat dinikmati.

- **Pengaturan Layout:**

Layout yang digunakan dalam perancangan kemasan produk risol ini harus mudah untuk dimengerti orang yang melihat dengan gaya desain minimalis.

Panjang :150 mm, Tinggi :60mm, Lebar :100mm.



Gambar 5. Desain Layout



Gambar 6. Desain Akhir Kemasan

#### 4. Evaluasi dan Uji Coba

- Cetak Kemasan:  
Gambar Desain & foto hasil Cetak



Gambar 7. Cetak Kemasan Risol Crispy

## KESIMPULAN

Penelitian ini berfokus pada perancangan desain kemasan sebagai faktor peningkatan daya saing produk risol di Kota Balikpapan. Melalui pendekatan penelitian desain, penelitian ini mengidentifikasi preferensi konsumen dan elemen visual yang mendukung daya tarik kemasan sebagai alat promosi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain kemasan yang menarik, informatif, dan sesuai dengan target pasar dapat meningkatkan daya tarik produk, membangun brand awareness, dan pada akhirnya meningkatkan penjualan. Penelitian ini menyoroti pentingnya memperhatikan aspek visual, informasi produk, dan kejelasan pesan dalam desain kemasan. Pilihan warna yang tepat, gambar yang menarik, serta penempatan informasi yang strategis dapat meningkatkan daya tarik visual dan efektivitas promosi. Selain itu, penggunaan bahan kemasan yang ramah lingkungan dan memperhatikan aspek higienis juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing produk. Penelitian ini memberikan rekomendasi bagi pelaku usaha risol di Kota Balikpapan untuk meningkatkan daya saing produk mereka melalui desain kemasan yang inovatif dan profesional. Dengan memahami preferensi konsumen dan menerapkan strategi desain yang tepat, produk risol dapat bersaing lebih baik di pasar dan mencapai tujuan bisnis yang diharapkan.

## REFERENSI

- Alvionita, C., Hagijanto, A. D., dan Malkisedek, M. H. PERANCANGAN KEMASAN KEMASAN RUMAH MAMA DI SURABAYA Sebagaimana dinyatakan dalam SENADA (Seminar Nasional Manajemen, Desain, dan Aplikasi Bisnis Teknologi), (Vol. 4, pp. 16-22).
- Agustina, Dwanoko, Y. S., dan Suprianto. Pelatihan Desain Logo dan Kemasan Produk untuk UMKM di Daerah Sekarpuro, Kecamatan Pakis, Kabupaten Malang. *Jurnal Aplikasi dan Inovasi Ipteks, "Soliditas"*, diterbitkan pada nomor 4(1), nomor 69.
- Amril D. dan Heryanto. Effects of Packaging, Price, Promotion, and Perceived Value on Decisions of Purchase in Snack Business 88 Solok. *Technium Social Sciences Journal*, 8,489-498.
- Ardhana, V. Y. P., Deta, B., Suardinata, Hanalde, A., Patty, H. W. M., Rodi, M., Liantoni, F., Makmur, A., Haryadi, D., Handayani, T., Iriani, L., Hestingtyas, A., & Amri, Z. (2024). *Pengantar Ilmu Komputer*. Padang: CV. Pustaka Inspirasi Minang.
- Astuti, S. R., Sandra, J. S., Yuliana, S. E., Kuswibowo, C., Solehudin, M. M., Rinaldi, A. A., Ivani, K. A., Mustam, S. P., Sudiarti, S. S., Misno, S. H. I., Rusliana, N. S., & Hersona, G. W. (2023). *Ekonomi makro di era digitalisasi*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Badri, R. E., Pratisti, C., & Putri, A. S. (2022). Pengembangan Inovasi Kemasan Produk Untuk Meningkatkan Daya Tarik Umkm Wedang Jahe di Desa Sidodadi Asri. *PaKMAs: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 347-353.

- 
- Ermawati, E. (2019). Pendampingan peranan dan fungsi kemasan produk dalam dunia pemasaran desa yosowilangun lor. *Empowerment Society*, 2(2), 15-22.
- Ivani, K. A., Hestiningtyas, A., Ahmad, A., Pratama, A., & Salamsjah, S. (2024). Training on entrepreneurship skills improvement with Business Model Canvas (BMC) implementation for students of SMA Nusantara Balikpapan. *Community Development Journal*, 5(3).
- Najib, M. F., Februadi, A., Djarnika, T., Rafdinal, W., Lasambouw, C. M., & Nuryati, N. (2022). Inovasi desain kemasan (packaging) sebagai faktor peningkatan daya saing produk umkm di Desa Ciwarua, Kabupaten Bandung Barat. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 56-64.
- Pratama, A., Putri, R. A., & Salamsjah, S. (2024). Antecedents of continuance intention in users of the Shopee online shopping application in Samarinda. *Jurnal Manajemen*, 12(2).
- Putra, A. S. B. T., Permadi, Y., Pratama, A. A., & Jakaria, R. B. (2024). PENERAPAN METODE GEW SEBAGAI UPAYA PERANCANGAN KEMASAN ANEKA GORENGAN STUDI KASUS: ANEKA GORENGAN GO KREZZ SIDOARJO . *Scientica: Jurnal Ilmiah Sains Dan Teknologi*, 2(10), 95–105. Retrieved from <https://jurnal.kolibi.org/index.php/scientica/article/view/2426>
- Wibisono, N., Setiawati, L., Lasambouw, C. M., Hutapea, R. S., Pakpahan, R., & Suwondo, S. (2022). Perancangan Desain Kemasan Inovatif dan Berdaya Saing Untuk Produk Tape Ketan” Rasa Manis” Sebagai Media Promosi. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 18(1), 63-71.
- Wurlina, W., Racmawati, K., Utama, S., Mahasri, G., Mulyati, S., & Suwasanti, N. (2022). Keberlanjutan UMKM olahan hasil laut di Pesisir Bulak Surabaya guna meningkatkan daya saing di era new normal (Sustainability of MSMEs processed marine products in Bulak Coastal Surabaya to increase competitiveness in the new normal era). *Buletin Pengabdian*, 2(2), 42-52.
- Widiati, A. (2019). Peranan kemasan (packaging) dalam meningkatkan pemasaran produk usaha mikro kecil menengah (umkm) di “mas pack” terminal kemasan Pontianak. *Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura*, 8(2), 67-76.