



PENGEMASAN ROTI KEMBANG WARU KHAS KOTAGEDE

Modul

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmannirrohim.

Segala puji bagi Allah SWT, Tuhan yang Maha Besar lagi Maha Bijaksana yang menguasai seluruh alam raya. Rasa syukur penulis haturkan atas berkat rahmat dan hidayah-Nya, saya dapat menyelesaikan modul yang berisi tentang pengemasan untuk roti kembang waru.

Pada modul ini dijelaskan mengenai prinsip dan pengertian dasar tentang pengemasan produk pangan serta beberapa usulan desain kemasan produk pangan khususnya roti kembang waru. Penyusunan modul ini dilatarbelakangi oleh minimnya pengetahuan perajin roti kembang waru dalam hal esensi kemasan untuk meningkatkan nilai jual produknya. Harapan saya, dengan adanya modul ini, perajin roti kembang waru dapat mengpalikasikan di dunia usaha agar dapat meningkatkan penjualan dan terlebih lagi citra roti kembang waru sebagai icon kuliner khas Kotagede.

Akhir kata, kami ucapkan terima kasih kepada segenap pihak yang telah membantu dalam penyusunan modul ini. Khususnya kepada Saudari Raisa Amrina Rasyada yang telah membantu saya dalam pembuatan desain grafis kemasan roti kembang waru. Semoga harapan segenap pihak dapat terealisasi dengan baik.

Wassalamu 'alaikum wr.wb.

Yogyakarta, 22 Januari 2022

Hormat saya,

Penulis

BAGIAN I

TINJAUAN UMUM

PENGERTIAN KEMASAN

Istilah “kemasan” merupakan kata benda suatu obyek. Sedangkan ”mengemas” dan “pengemasan” merupakan kata kerja yang mencerminkan sifat medium yang selalu berubah. Pengemasan merupakan sistem yang terkoordinasi untuk menyiapkan barang menjadi siap untuk ditransportasikan, didistribusikan, disimpan, dijual, dan dipakai. Pengertian kemasan produk secara umum adalah suatu wadah ataupun pembungkus yang memiliki fungsi untuk mencegah ataupun meminimalisir terjadinya kerusakan pada produk yang dikemas. Dalam pengertian yang lain, kemasan produk adalah suatu material pembungkus produk yang memiliki fungsi untuk menampung, melindungi, mengidentifikasi, dan mempromosikan produk. Dalam hal tersebut, fungsi kemasan tidak hanya berguna untuk melindungi produk, tapi juga berfungsi sebagai alat pemasaran dan juga membangun identitas brand serta meningkatkan penjualan.

Pengemasan memiliki arti suatu sistem yang telah terkoordinasi dalam hal menyiapkan barang untuk disalurkan, pergudangan, logistik, pengguna akhir dan penjualan. Artinya, pengemasan adalah suatu bentuk kegiatan untuk memberi wadah atau pembungkus suatu produk. Dalam proses pelaksanaannya, terdapat kegiatan melindungi, mengawetkan, mengangkut, memberikan informasi dan menjual suatu produk. Untuk itu, tujuan utama dari memberikan kemasan pada produk adalah guna melindungi dan juga mencegah adanya kerusakan atas produk yang dijual. Selain itu, kemasan juga berguna sebagai sarana informasi dan juga pemasaran yang baik dengan membuat suatu desain kemasan yang kreatif, sehingga akan terlihat lebih menarik dan mudah diingat oleh konsumen atau pelanggan.

Berikut ini adalah pengertian kemasan menurut pendapat beberapa ahli:

1. Philip Kotler dan Gary Amstrong

Kotler dan Amstrong berpendapat bahwa pengertian kemasan produk adalah salah satu kegiatan yang mencakup desain dan produk, sehingga kemasan yang ada pada produk tersebut bisa berfungsi dengan baik dan produk yang ada di dalamnya bisa terlindungi.

2. D. Rodriguez

Rodriguez menjelaskan bahwa pengertian kemasan produk adalah wadah yang mampu mengubah kondisi dari bahan pangan dengan adanya tambahan senyawa aktif, sehingga mampu memperpanjang umur.

3. Kamus Besar Bahasa Indonesia

Dilansir dari Kamus Besar Bahasa Indonesia atau [KBBI](#), pengertian kemasan produk adalah suatu bungkus pelindung yang ada pada suatu produk barang yang berasal dari hasil aktivitas pengemasan.

FUNGSI DAN MANFAAT KEMASAN

Untuk sebagian besar produk pangan, tujuan utamanya adalah: kemasan harus menyediakan sifat-sifat [perlindungan](#) yang optimal untuk melindungi produk dari penyebab kerusakan dari luar seperti cahaya, oksigen, kelembaban, mikroba atau serangga dan juga untuk mempertahankan mutu dan nilai gizi serta memperpanjang umur simpan. Kemasan tidak hanya dituntut untuk memenuhi fungsi – fungsi dasar sebagai wadah, [perlindungan](#) dan pengawetan, media komunikasi, serta kemudahan dalam penggunaannya, tetapi saat ini suatu kemasan juga dituntut untuk ramah lingkungan dan turut aktif dalam memberikan perlindungan produk (active packaging) serta cerdas dalam memberikan informasi kondisi produk yang dikemasnya (intelligent packaging). Secara umum, fungsi kemasan ditampilkan pada Gambar 1.



1. Fungsi wadah / kenyamanan isi produk



2. Fungsi Proteksi / perlindungan



3. Fungsi distribusi



4. Fungsi pencitraan / product image



5. Fungsi komunikasi kepada konsumen

Gambar 1. Fungsi Kemasan

a. Fungsi Protektif Kemasan

Fungsi protektif dalam hal ini berfungsi sebagai sesuatu pelindung ataupun keamanan produk dari berbagai hal yang mampu merusak produk seperti cuaca, proses pengiriman, dll. Kemasan yang melindungi produk mampu mencegah atau meminimalisir adanya kerusakan dan risiko cacar yang mampu merugikan pihak pembeli atau penjual.

b. Fungsi Promosional Kemasan

Secara umum fungsi kemasan adalah sebagai berikut:

- **Self Service**; kemasan produk bisa menegaskan ciri khas dari suatu produk yang dijual, sehingga setiap produk akan memiliki bentuk kemasan yang berbeda.
- **Consumer Affluence**; kemasan produk yang menarik terbukti mampu mempengaruhi minat konsumen untuk membeli dengan harga yang lebih mahal.
- **Company and Brand Image**; kemasan produk adalah brand image perusahaan, sehingga bisa dijadikan sebagai identitas perusahaan agar bisa lebih dikenal oleh masyarakat.
- **Innovation Opportunity**; kemasan produk yang inovatif mampu memberikan manfaat untuk konsumen dan mampu menguntungkan perusahaan.

Manfaat Kemasan sebagai berikut:

- **Physical Production**; pembuatan suatu kemasan produk memiliki tujuan untuk melindungi produk dari adanya iklim, getaran, guncangan, tekanan, dan faktor lain yang mampu merusak produk.
- **Barrier Protection**; dalam hal ini, pemasangan kemasan produk bertujuan untuk melindungi produk dari adanya hambatan oksigen, uap, air, debu, dll.
- **Containment of Agglomeration**; Pengemasan juga bertujuan demi mengelompokkan produk, sehingga proses penanganan dan penyaluran akan menjadi lebih efisien.
- **Information Transmission**; di dalam kemasan juga biasanya tercantum cara penggunaan transportasi, daur ulang, atau cara membuang kemasan tersebut.
- **Reducing Theft**; pemberian kemasan produk pun bertujuan untuk mencegah adanya tindak pencurian dengan cara melihat kerusakan fisik yang ada pada kemasan.
- **Convenience**; kemasan adalah salah satu fitur yang mampu meningkatkan kenyamanan, distribusi, penanganan, penjualan, tampilan, pembukaan, penutup, penggunaan, dll.
- **Marketing**; desain dan label yang menarik pada kemasan bisa digunakan oleh pihak pemasar untuk meningkatkan minat pembeli para konsumen

JENIS KEMASAN PRODUK

a. Berdasarkan Struktur Isi

Jenis kemasan berdasarkan struktur isi ini dibedakan menjadi tiga jenis utama, yaitu:

- Kemasan Primer: pengertian kemasan produk primer adalah bahan yang diolah menjadi wadah langsung untuk bahan makanan, seperti kaleng susu, botol minum, dll.
- Kemasan Sekunder: pengertian kemasan produk sekunder adalah suatu wadah yang memiliki fungsi dalam hal memberikan perlindungan pada kelompok kemasan lain, seperti kotak kardus, kotak peti kayu, dll.
- Kemasan Tersier: pengertian kemasan produk tersier adalah suatu kemasan yang bisa dimanfaatkan untuk melindungi produk selama proses pengiriman berlangsung.

b. Berdasarkan Frekuensi Pemakaian

Jenis kemasan produk berdasarkan frekuensi pemakaiannya pun terbagi menjadi beberapa jenis, yaitu:

- Kemasan Disposable: pengertian kemasan produk disposable adalah kemasan yang hanya digunakan dalam satu kali pakai dan langsung dibuang, seperti kemasan plastik, kemasan daun pisang, dll.
- Kemasan Multi Trip; pengertian kemasan produk multi trip adalah kemasan produk yang bisa digunakan berkali-kali oleh para konsumen dan bisa dikembalikan kembali pada agen penjual untuk bisa digunakan kembali, seperti galon air minum, botol kaca saus, dll.
- Kemasan Semi Disposable; pengertian kemasan produk semi disposable adalah kemasan yang tidak dibuang karena bisa digunakan lagi oleh konsumen, contoh sederhananya adalah kaleng biskuit atau botol kaca sirup.

c. Berdasarkan Tingkat Kesiapan Pakai

- Kemasan Siap Pakai; pengertian kemasan produk siap pakai adalah kemasan produk yang siap untuk diisi dan wujudnya sudah sempurna sejak pertama kali diproduksi, seperti botol, kaleng, dll.
- Kemasan Siap Dirakit; pengertian kemasan produk kemasan adalah kemasan produk yang memerlukan perakitan ulang sebelum diisi dengan produk, contohnya adalah plastik, kertas kemas, aluminium foil, dll.

TIPS MEMBUAT KEMASAN YANG MENARIK

1. Membuat Desain Kemasan yang Unik

Salah satu hal terpenting dalam membentuk kemasan adalah Anda harus mendesain kemasan tersebut secara lebih unik, inovatif, dan juga berbeda dari produk lain. Dengan membuat kemasan yang unik, maka minat masyarakat untuk membeli produk Anda akan meningkat.

Contoh sederhananya jika Anda berbelanja di supermarket dan melihat adanya deretan kemasan produk kotak dalam satu rak, lalu Anda melihat ada satu kemasan yang bentuknya bulat. Bisa dipastikan Anda akan penasaran dengan isi yang ada di dalamnya.

2. Desain Kemasan Sesuai Target Market

Usahakanlah untuk mendesain kemasan produk sesuai dengan target pasarnya. Jadi, jika target pasar Anda adalah mereka yang baru berusia 5-12 tahun, maka usahakanlah untuk membuat kemasan produk yang ditambahkan dengan tokoh atau gambar kartun yang digemari oleh anak-anak, atau Anda bisa membentuk kemasan tersebut seperti mainan.

Hal yang sama tentunya tidak bisa Anda lakukan jika target market Anda adalah mereka yang sudah berusia 30-50 tahun.

3. Membuat Kemasan dengan Beberapa Ukuran

Jika produk yang Anda jual adalah produk yang tergolong baru, maka usahakanlah untuk membuat kemasan produk dalam berbagai variasi ukuran, seperti small, medium atau large. Masyarakat akan lebih cenderung untuk membeli kemasan yang lebih kecil dalam membeli produk baru.

4. Mencantumkan Informasi Produk Secara Lengkap

Usahakan juga untuk mencantumkan informasi produk di setiap kemasannya. Seperti komposisi produk, jenis, cara konsumsi, hingga tanggal kadaluarsa. Buatlah informasi yang jelas, padat dan singkat.

BAGIAN II

DESAIN KEMASAN ROTI KEMBANG WARU

Kembang Waru merupakan makanan khas Kotagede yang legendaris. Jajanan tradisional ini sudah ada sejak zaman Kerajaan Mataram Islam. Kala itu, kue berwarna cokelat ini menjadi primadona. Makanan mewah yang disajikan untuk para raja dan menjadi favorit keluarga kerajaan. Namun seiring dengan perkembangan zaman jajanan ini dapat di nikmati masyarakat biasa. Kembang Waru sampai saat ini dapat di jumpai di Pasar Kotagede. Dinamakan kembang waru karena dulu para sahabat keraton membuat kue ini di daerah Kotagede yang banyak terdapat pohon waru. Roti kembang waru ditampilkan seperti pada Gambar 2.



Gambar 2. Roti Kembang Waru

Selama ini produk dibuat dalam rangka memenuhi pesanan saat terdapat hajatan atau *event* lain. Padahal, dengan sejarah panjangnya kue ini mampu menjadi sebuah icon oleh-oleh kuliner khas Kotagede, Yogyakarta. Maka dari itu, dibutuhkan inovasi salah satunya dalam aspek kemasan produk. Pada Gambar 3, 4, dan 5 ditampilkan usulan desain kemasan untuk produk roti kembang waru. Dalam penentuan desain ini, dipertimbangkan aspek ekonomis, teknis, praktis, dan estetikanya. Pada aspek ekonomis, desain kemasan ini mempertimbangkan sisi biaya dari kemasan. Untuk produk-produk yang memiliki target pasar *high end*, biasanya

biaya untuk kemasan membutuhkan 30% dari total biaya produksi. Untuk produk roti kembang waru ini, dimana target marketnya adalah menengah ke bawah dan menengah ke atas, maka 2 dibuat alternatif desain yang berbeda secara biaya produksinya.

Pada aspek teknis, desain kemasan mempertimbangkan hal yang berkaitan dengan keamanan pangan dan fungsional kemasan. Produk ini mengandung minyak yang cukup tinggi, sehingga perlu digunakan jenis kemasan yang mampu menyerap minyak agar dapat mempertahankan kualitas produk. Secara fungsional, kemasan juga harus dapat berperan sesuai dengan fungsi dan tujuannya terutama dalam hal proteksi produk.

Pada aspek praktis yaitu desain kemasan ini mempermudah pengguna dalam membawa produk, membuka, serta menyimpannya Kembali jika masih sisa. Pada aspek estetika yaitu desain ini mempertimbangkan visual/ grafis dari kemasan. Desain grafis ini mengikuti tren kekinian dari kemasan produk-produk pangan yang telah ada di pasaran. Selain itu, desain ini juga menonjolkan ke-khas-an Jogja khususnya Kotagede.



Gambar 3. Kemasan Ekonomis *Single Use*



Gambar 4. Kemasan Sekunder *High End*



Gambar 5. Kemasan Sekunder *Middle*