

Branding: Membuat Desain Kemasan Produk Nasi Kebuli Pondok Pesantren Ar-Riyadh Pasuruan dengan Metode *Participatory Rural Appraisal*

Branding: Creating Packaging Design for Rice Kebuli Products at Ar-Riyadh Islamic Boarding School Pasuruan with the Participatory Rural Appraisal Method

Rini Agustina ^{1*}

Endah Andayani ²

Della Rulita Nurfaizana ³

¹Department of Information Systems, PGRI Kanjuruhan University Malang, Indonesia

²Department of Economic Education, PGRI Kanjuruhan University Malang, Indonesia

³Department of Office Administration Education, State University of Malang, Indonesia

email: riniagustina@unikama.ac.id

Kata Kunci

Desain kemasan
Branding kuliner
Participatory Rural Appraisal (PRA)

Keywords:

Packaging Design
Culinary Branding
Participatory Rural Appraisal (PRA)

Received: September 2024

Accepted: September 2024

Published: November 2024

Abstrak

Divisi kuliner 'Riyadh' telah beroperasi sejak tahun 2003 dan dijalankan langsung oleh para santri sebagai bagian dari kegiatan Santripreneurship di lingkungan pesantren. Saat ini usaha kuliner "Riyadh" masih berbasis pesanan dan belum sepenuhnya berkembang menjadi kelompok usaha yang sangat produktif. Divisi kuliner ini berfungsi sebagai tempat belajar bisnis para santri dan keuntungannya digunakan untuk menunjang kebutuhan pesantren. Dengan meningkatnya permintaan konsumen, terdapat kebutuhan mendesak untuk mengembangkan perusahaan ini menjadi kelompok usaha yang sangat produktif. Selama ini makanan lezat Riyadh hanya dijual dan disajikan dalam kemasan "tempe/talam" berukuran besar. Namun menurut penanggung jawab, terjadi peningkatan permintaan dari konsumen terhadap ukuran kemasan berbeda untuk porsi tunggal dan kotak bento. Paket ini lebih cocok untuk acara pesantren dengan konsumen lebih banyak dan standar kebersihan produk lebih baik. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah Participatory Rural Appraisal (PRA). Hasil dari kegiatan ini, kuliner Riyadh memiliki kemasan yang lebih praktis, lebih hemat, visibilitasnya lebih baik dan tentunya memenuhi standar kesehatan yang baik sehingga makanan yang dihasilkan tidak menimbulkan gangguan kesehatan bagi konsumennya.

Abstract

The culinary division 'Riyadh' has been operating since 2003 and is run directly by the students as part of the Santripreneurship activities in the Islamic boarding school environment. Currently, the culinary business "Riyadh" is still order-based and has not fully developed into a very productive business group. This culinary division functions as a place for students to learn business and its profits are used to support the needs of the Islamic boarding school. With increasing consumer demand, there is an urgent need to develop this company into a very productive business group. So far, Riyadh's delicious food has only been sold and served in large "tempe/talam" packaging. However, according to the person in charge, there has been an increase in consumer demand for different packaging sizes for single portions and bento boxes. This package is more suitable for Islamic boarding school events with more consumers and better product hygiene standards. The method used in this service is Participatory Rural Appraisal (PRA). The results of this activity, Riyadh culinary has more practical, more economical packaging, better visibility and of course meets good health standards so that the food produced does not cause health problems for consumers.



© 2024. Rini Agustina, Endah Andayani, Della Rulita Nurfaizana. Published by Institute for Research and Community Services Universitas Muhammadiyah Palangkaraya. This is Open Access article under the CC-BY-SA License (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>). DOI: <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v9i11.8276>

PENDAHULUAN

Pondok Pesantren Ar-Riyadh Pasuruan memiliki unit bisnis yang melibatkan para santri dalam pengelolaan berbagai hidangan tradisional dari Jazirah Arab dengan merek "Riyadh," seperti nasi mandhi, nasi biryani, dan nasi kebuli. Hidangan ini menjadi khas dan menarik perhatian publik karena diolah oleh pondok pesantren yang dinilai memenuhi

How to cite: Agustina, R., Andayani, E., Rulita, Nurfaizana, D, R. (2024). Branding: Membuat Desain Kemasan Produk Nasi Kebuli Pondok Pesantren Ar-Riyadh Pasuruan dengan Metode Participatory Rural Appraisal. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 9(11), 1886-1922. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v9i11.8276>

standar halal dalam proses pengolahan dan penyajiannya. Sejalan dengan itu, pimpinan pesantren Ar-Riyadh, berkeinginan untuk lebih aktif dalam mendukung kreativitas dan produktivitas santri melalui program *santripreneurship*, sehingga pesantren dapat berfungsi sebagai *teaching factory* yang mengajarkan kewirausahaan kepada para santri. Unit Usaha Kuliner "Riyadh" telah beroperasi sejak tahun 2003 dan dikelola langsung oleh para santri sebagai bagian dari kegiatan *santripreneurship* di lingkungan pesantren. Meskipun saat ini usaha kuliner "Riyadh" berbasis pesanan dan belum sepenuhnya berkembang menjadi kelompok usaha yang produktif, usaha ini sudah menjadi wadah pembelajaran bisnis bagi para santri, dengan hasil yang diperoleh digunakan untuk mendukung kebutuhan pesantren. Melihat semakin meningkatnya permintaan dari konsumen, ada kebutuhan mendesak untuk mengembangkan usaha ini menjadi kelompok usaha yang produktif. Selama ini, kuliner Riyadh hanya dijual dan disajikan dalam kemasan "tempeh/talam" dengan porsi besar. Namun, sesuai dengan penjelasan pengelola, permintaan lebih banyak datang dari konsumen yang menginginkan ukuran kemasan satu porsi makan atau *bento box* (Dewanti *et al.*, 2021). Kemasan ini lebih sesuai untuk acara-acara di pesantren seperti majelis sholawat, haul akbar, dan pengajian rutin, dengan jumlah konsumen yang lebih besar dan standar higienitas produk yang lebih baik. Berikut label kemasan yang masih sederhana pada gambar 1.



Gambar 1. Label Produk dan Kemasan yang digunakan Masih Sangat Sederhana.

Pada pengabdian ini, Tim berfokus pada (*branding*) kemasan produk yang masih sederhana dan belum memiliki *brand image* yang menonjol, hal ini karena selama ini label tidak tercantum dalam kemasan produk. Produk diedarkan dalam bentuk polos tanpa logo dan tanpa keterangan produk. Hal ini sangat disayangkan padahal pengelola sudah memiliki pangsa pasar yang luas dan jelas bahkan dikonsumsi oleh pengasuh pondok pesantren dan tamu penting tingkat Kabupaten maupun Nasional dalam acara-acara keagamaan. Selain itu, produk yang dijual masih dalam bentuk "tempeh" dalam porsi besar, padahal jika dibuat dalam bentuk kemasan makanan "satu porsi makan" akan memudahkan jangkauan pemasaran, lebih ergonomis, dan memenuhi *standart* higienitas. Oleh karena itu, solusi yang ditawarkan adalah "Rebranding produk dengan desain label kemasan produk serta dilakukan diversifikasi kemasan agar lebih ergonomis dan sesuai *standart food grade*" sehingga dihasilkan produk yang memiliki *brand image* kuat dan memiliki kekhasan (Agustina *et al.*, 2021; Apriliandini *et al.*, 2022; Yuliani, 2020).



Gambar 2. Proses Produksi Nasi Kebuli.

METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah *Participatory Rural Appraisal* (PRA). Desain kemasan ini dibuat dengan tujuan untuk memastikan bahwa desain kemasan sesuai dengan preferensi, kebutuhan, dan budaya masyarakat setempat yang akan menjadi konsumen produk tersebut. PRA memungkinkan produsen atau *desainer* untuk melibatkan komunitas dalam proses desain kemasan sehingga hasil akhirnya tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga fungsional dan sesuai dengan nilai-nilai lokal (Astari *et al.*, 2021; Hidayana *et al.*, 2019; Mardiana *et al.*, 2020; Putri *et al.*, 2022).

Langkah-langkah Implementasi PRA dalam Desain Kemasan :

1. Identifikasi Tujuan dan Kebutuhan :

Menentukan tujuan utama dari desain kemasan. Apakah tujuannya untuk meningkatkan penjualan, atau menarik segmen pasar tertentu, dengan memahami kebutuhan masyarakat setempat, baik dari segi estetika, fungsionalitas, maupun ekonomi.

2. *Prototyping* dan Uji Coba :

Buat beberapa prototipe kemasan berdasarkan masukan dari masyarakat. Prototipe ini kemudian dapat diuji secara langsung oleh masyarakat untuk mengukur fungsionalitas dan daya tariknya. Masyarakat dapat memberikan umpan balik tentang kenyamanan penggunaan, ketahanan kemasan, dan daya tarik visual.

3. Evaluasi dan Penyesuaian :

Berdasarkan umpan balik dari uji coba prototipe, lakukan penyesuaian pada desain kemasan. Proses evaluasi ini harus melibatkan kembali komunitas untuk memastikan bahwa perubahan yang dilakukan sesuai dengan ekspektasi mereka.

4. Implementasi :

Setelah desain kemasan final disetujui oleh komunitas dan produsen, implementasikan desain tersebut ke dalam produksi massal. Pastikan untuk terus melibatkan masyarakat dalam peluncuran produk untuk meningkatkan rasa memiliki dan loyalitas konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahapan awal didapatkan hasil sebagai berikut :

1. Identifikasi Tujuan dan Kebutuhan :

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengurus ponpes dan pengelola unit usaha *catering* di dapatkan bahwa kebutuhan akan kemasan produk sangat dibutuhkan dalam porsi yang lebih praktis dan bersifat personal *box*. Karena kemasan yang sebelumnya berupa tampah dalam porsi jumbo atau cukup untuk 5-10 orang sesuai pesanan konsumen. Hal tersebut menyulitkan apabila ada akan dikonsumsi dalam kegiatan yang tidak memungkinkan pembagian dilakukan dalam suatu kegiatan yang sedang berlangsung. Sehingga dimunculkan ide untuk membuat personal *box*.

2. *Prototyping* dan Uji Coba :

Pembuatan desain kemasan dilakukan melalui tahapan desain dengan berbagai macam unsur penyertainya, sehingga didapatkan hasil sebagai berikut :

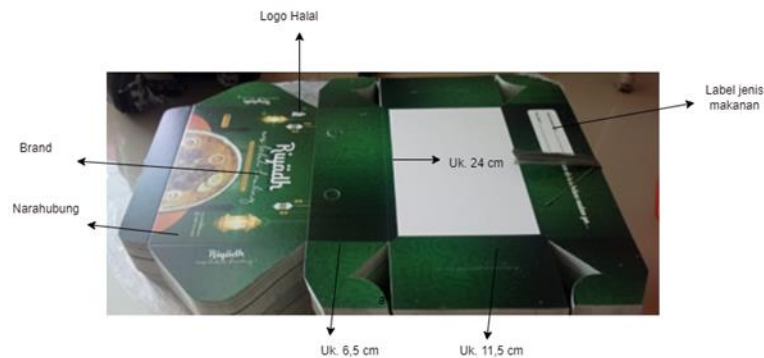
Secara umum kemasan merupakan bagian pembungkus (wadah) dari sebuah produk yang terdapat di dalamnya dan dirancang dengan menggunakan bahan atau material khusus. Kemasan merupakan wadah atau suatu upaya untuk menambah nilai dan fungsi dari sebuah produk (Sri Julianti, 2014:15). Sedangkan kemasan menurut sudut pandang desain adalah suatu karya bisnis dalam bidang kreatif yang melibatkan unsur-unsur di dalamnya antara lain struktur, bentuk, material, warna, tipografi, citra, dan elemen-elemen lain yang terkait dengan desain yang bertujuan untuk memberikan informasi produk agar dapat dipasarkan.

Empat aspek yang perlu diperhatikan dalam mendesain kemasan adalah sebagai berikut :

1. Aspek Informasi Pada Kemasan;
2. Aspek Visual Pada Kemasan;
3. Aspek Material Kemasan;
4. Aspek Ergonomi Kemasan.

Aspek Informasi Pada Kemasan

Beberapa informasi yang tertera pada kemasan produk nasi kebuli adalah nama *brand*, narahubung, logo halal, label jenis makanan. Ukuran kemasan juga disertakan untuk memudahkan pengukuran desain kemasan. Implementasi aspek informasi pada kemasan nasi kebuli seperti pada Gambar 3.



Gambar 3. Implementasi aspek informasi pada kemasan produk nasi kebuli.

Aspek Visual Pada Kemasan

a. Bentuk Kemasan

Kemasan produk riyadh seperti pada Gambar 4. Pada kemasan produk, selain memberikan logo dan identitas Riyadh, juga diberikan keterangan jenis nasi kebuli yang dipesan. Hal ini bertujuan untuk memberikan keamanan lebih pada produk agar produk tidak diklaim oleh produsen lain, serta mempermudah distribusi sesuai dengan jenis nasi kebuli yang disematkan.



Gambar 4. Bentuk kemasan Riyadh, Sumber: Dokumentasi Pribadi.

b. Identitas Visual Produsen

Identitas visual Riyadh seperti Gambar 5, terdiri dari *picture mark* dan *letter mark*. Visualisasi *picture mark* merupakan bentuk penyederhanaan dari nuansa islami pondok pesantren. Adapun beberapa hasil yang dicapai pada kegiatan ini adalah sebagai berikut : Rencana desain label dan tampilan baru kemasan tergambar pada gambar 6.



Gambar 5. Desain label dan kemasan untuk memperkuat brand image.

c. Warna

Pemilihan warna ini sangat penting dalam strategi branding dan pemasaran, karena warna dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas, rasa, dan nilai dari produk makanan tersebut.

- Hijau pada kemasan makanan biasanya menandakan kesehatan, kesegaran, dan ramah lingkungan.
- Kuning sering digunakan untuk menarik perhatian, menciptakan rasa keceriaan, dan meningkatkan nafsu makan.
- Oranye menyiratkan energi, kreativitas, dan kehangatan, membuat produk terlihat menarik dan dinamis.

d. Tipografi

Pada kemasan, tipografi merupakan media utama untuk mengomunikasikan nama, fungsi dan fakta produk bagi konsumen luas. Tipografi pada kemasan produk riyadh memiliki kekhasan dengan nuansa *arabic*. Pemilihan jenis huruf ini mempertimbangkan keterbacaan huruf dan karakteristik target konsumen. Selain itu, antar teks tidak saling tumpang tindih, sehingga teks dapat terbaca dengan jelas. Sedangkan untuk ukuran huruf, nama produsen dan merek dagang produk memiliki ukuran yang lebih besar dibandingkan dengan teks lainnya, hal ini bertujuan agar dapat terbaca terlebih dahulu.

e. Ilustrasi

Secara umum ilustrasi adalah gambar atau foto dengan tujuan menjelaskan teks dan sekaligus menciptakan daya tarik. Kehadiran ilustrasi fotografi lebih mampu menghidupkan bahan baku alami dari isi produk sehingga dapat membangun citra produk di benak konsumen. Pada kemasan produk sudah menggunakan ilustrasi fotografi penyajian nasi kebuli seperti pada Gambar 6. Melalui ilustrasi fotografi tersebut dapat terlihat bahwa produk makanan yang disediakan memiliki cita rasa sesuai dengan foto yang terlihat dengan ke khasan dari masakan arab.



Gambar 6. Ilustrasi fotografi dan stilasi pada kemasan produk Riyadh.

f. Layout

Pada kemasan produk riyadh telah mengimplementasikan *layout* (tata letak) dengan menggabungkan dan mengolah semua unsur grafis, meliputi identitas visual produsen, merek dagang, warna, tipografi, ilustrasi menjadi satu kesatuan dan ditempatkan pada halaman kemasan secara utuh dan terpadu.

Aspek Material Kemasan

Saat menentukan bahan kemasan, Anda perlu mempertimbangkan berbagai hal, seperti: Sifat produk (padat, cair, bubuk) dan sifat produk (rapuh, rapuh, dll). Produk beras Kebri ini dikemas dalam kotak *Foopak* yang aman untuk pangan. Nasi kotak Kebuli yang dicetak dilapisi dengan laminasi *full color*. Beberapa *finishing custom* dilakukan agar *rice box* Kebuli terlihat lebih premium dan menarik perhatian.

Aspek Ergonomi Kemasan

Ergonomi kemasan merupakan aspek penting yang perlu diperhatikan saat mengemas. Ergonomi kemasan berkaitan dengan kenyamanan konsumen dan dapat mempengaruhi aspek loyalitas pelanggan. Kemasan produk harus senyaman mungkin bagi konsumen. Pengemasan produk lebih ergonomis sesuai kapasitas produksi dan permintaan pasar. Ukuran kemasannya adalah kemasan kotak *bento food grade* dengan peralatan makan, sehingga kebersihan makanan terjamin. Rencana ukuran kemasan produk Riyadh tergambar pada gambar 7.



Gambar 7. Variasi ukuran kemasan produk Riyadh.

3. Evaluasi dan Penyesuaian :

Berdasarkan umpan balik dari uji coba desain kemasan, telah dilakukan penyesuaian dan perbaikan pada desain kemasan. Proses evaluasi ini melibatkan kembali pengurus ponpes dan pengelola *catering* ar-riyadh untuk memastikan bahwa perubahan yang dilakukan sesuai dengan standar ekspektasi kelayakan.

4. Implementasi :

Pada fase ini desain kemasan final seperti pada gambar 7 telah disetujui oleh pengurus ponpes ar-riyadh untuk kemudian diimplementasikan desain tersebut ke dalam produksi massal.

Implikasi dari kegiatan ini adalah Ponpes Ar-Riyadh telah memiliki kemasan produk yang lebih ekonomis, dan memiliki visualisasi yang lebih baik dan tentunya memiliki standar Kesehatan yang baik, sehingga produk makanan yang dihasilkan nantinya tidak menimbulkan masalah Kesehatan bagi konsumen. Dengan menggunakan metode PRA dalam desain kemasan produk makanan, ponpes ar-riyadh dapat memastikan bahwa kemasan yang dihasilkan tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga relevan dan bermanfaat bagi komunitas dan konsumen yang menjadi target pasar produk tersebut. Manfaat bagi ponpes ar-riyadh dengan kemasan baru yang lebih elegan ini diharapkan mampu menarik konsumen lebih banyak, sehingga menambah pendapatan ponpes dari *studentpreneur* sekaligus mengaktifkan TEFA yang telah dibina (Kusumawati *et al.*, 2022; Widyasari *et al.*, 2021).

KESIMPULAN

Kemasan produk *catering* riyadh, dirancang dengan memperhatikan dan menerapkan empat aspek desain kemasan yakni aspek informasi pada kemasan (nama produsen, alamat produsen, merek dagang, berat *netto*, nomor P-IRT, penjelasan singkat produk, tanggal kadaluwarsa, komposisi produk), aspek visual pada kemasan (bentuk kemasan, identitas visual produsen, warna, tipografi, ilustrasi, *layout*), aspek material kemasan, dan aspek ergonomi kemasan. Desain kemasan yang telah dibuat dapat memberikan nilai tambah bagi *catering* Riyadh, karena dengan kemasan yang *simple* dan praktis, lebih memudahkan dalam pengemasan makanan sekaligus pendistribusiannya. Kemasan yang dibuat lebih kecil dari kemasan sebelumnya memberikan kemudahan dalam menakar dan membagi makanan sehingga gramisasi/berat tiap makanan menjadi sama.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami sampaikan terimakasih kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi, atas bantuan pendanaan Program Pemberdayaan Berbasis Masyarakat, Hibah Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) 2024. Serta kami sampaikan terimakasih kepada Seluruh pengurus Yayasan Ar-Riyadh beserta santri dan pengelola *catering* Riyadh yang telah bersedia menjadi Mitra Pengabdian Masyarakat pada kegiatan ini.

REFERENSI

- Agustina, Rini, Yoyok Seby Dwanoko, and Dodit Suprianto. 2021. Pelatihan Desain Logo Dan Kemasan Produk UMKM Di Wilayah Sekarpuro Kecamatan Pakis Kabupaten Malang. *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks SOLIDITAS* 4(1):69-76. doi: <https://doi.org/10.31328/js.v4i1.1732>
- Apriliandini, Diska Putri, Erlin Widyastuti, Nahdila Trisna Dwi Saryono, Shally Urfa Ramadhania, and Kinanti Resmi Hayati. 2022. Pendampingan Digital Marketing Bagi UMKM Pengrajin Kain Batik Guna Meningkatkan Angka Penjualan Di Kelurahan Rungkut Menanggal, Kota Surabaya. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia* 2(4):1339-46. doi: <https://doi.org/10.54082/jamsi.420>
- Astari, Naura Mutia, and Vita Efelina. 2021. Penerapan Metode Participatory Rural Appraisal (Pra) Pada Susu Kedelai Di Desa Kutagandok Application of Participatory Rural Appraisal (Pra) Methods on Soybean Milk in the Kutagandok Village. *INTEGRITAS: Jurnal Pengabdian* 5(1):164-76. <https://dx.doi.org/10.36841/integritas.v5i1.919>
- Dewanti, Rizki Puspita, Hardian Ningsih, Edi Paryanto, and Sigied Himawan Yudhanto. 2021. Desain Kemasan Produk UMKM Makanan Ringan Sebagai Peningkatan Daya Beli Konsumen Keripik Singkong. *UN PENMAS (Jurnal Pengabdian Masyarakat Untuk Negeri)* 1(2):50-56. doi: <https://doi.org/10.29138/un-penmas.v1i2.1593>
- Hudayana, Bambang, Pande Made Kutanegara, Setiadi Setiadi, Agus Indiyanto, Zamzam Fauzanafi, Mubarika Dyah F. Nugraheni, Wiwik Sushartami, and Mohamad Yusuf. 2019. Participatory Rural Appraisal (PRA) Untuk Pengembangan Desa Wisata Di Pedukuhan Pucung, Desa Wukirsari, Bantul. *Bakti Budaya* 2(2):3. doi: <https://doi.org/10.22146/bb.50890>
- Kusumawati, Desiana Nur Indra, Wisnu Indra Kusumah, and R. Widy Wibisono T. 2022. Analisis Desain Kemasan Produk Umkm Makanan Tradisional Lempur Berbahan Alami Memiliki Daya Tarik Dan Ketahanan Mutu Produk. *Jurnal Nawala Visual* 4(1):41-49. doi: <https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v4i1.340>
- Mardiana, T., A. Y. N. Warsiki, and Sucahyo Heriningsih. 2020. Menciptakan Peluang Usaha Ecoprint Berbasis Potensi Desa Dengan Metode RRA Dan PRA. *Prosiding Konferensi Pendidikan Nasional* 282-88.
- Putri, Aulia, Elma Meidiana Rahmah, Hanny Rifanela, Nazla Bunga Qonita, Program Studi Kesejahteraan Sosial, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, and Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. 2022. Penerapan Teknik Participatory Rural Appraisal (Pra) Dalam Menangani Permasalahan Lingkungan Di Desa Sukamaju Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 2022(20):378-85. doi: <https://doi.org/10.5281/zenodo.7243114>
- Widyasari, and Handy Octoriawan Sumitro. 2021. Desain Kemasan Produk Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) 'Pokak' Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Tarik Masyarakat Terhadap Minuman Herbal Di Masa Pandemi Covid-19. 346-51.
- Yuliani, Rahma. 2020. Peningkatan Penjualan Melalui Inovasi Kemasan Dan Label Pada Umkm. *Jurnal Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan* 2(2):71-76. doi: <https://doi.org/10.31315/psnpm.v0i0.8220>