

ramah lingkungan. Kemasan yang ramah lingkungan ini tentunya mendukung *green economy* dan *sustainability*. Pada kemasan bagian belakang juga dicantumkan kontak pemesanan produk yang dihubungkan dengan aplikasi *WhatsApp*. Selain itu adopsi teknologi lainnya adalah penggunaan *QR code* yang akan menghubungkan pelanggan dengan *link* produk dan pemesanan produk. Dengan demikian pelanggan hanya perlu memindai *QR code* tersebut tanpa harus mengetikkan nomer kontak pemesanan. Komposisi informasi yang ada pada bagian belakang kemasan dapat dilihat pada Gambar 4. Pada Gambar 4 tersebut ditunjukkan informasi tentang kripiq tempe Pesantren Arafah dan *link* pemesanannya.

KEMASAN SETELAH PENDAMPINGAN (BELAKANG)



Gambar 4. Tampak Belakang Kemasan Baru Kripiq Tempe Pesantren Arafah

4. Kesimpulan

Desain baru kemasan kripiq tempe Pesantren Arafah dilakukan untuk menaikkan nilai kripiq

5. Referensi

Rundh, B. (2009) 'Package graphic design development: An experimental test of the validity of focus groups as a consumer research input', *British Food Journal*, 111(9), 988–1002.

Fischer, M.S., Holder, D., & Maier, T. (2020). Evaluating Similarities in Visual Product Appearance for Brand Affiliation. In: Fukuda, S. (eds) *Advances in Affective and Pleasurable Design. AHFE 2019. Advances in Intelligent Systems and Computing*, vol 952. Springer, Cham.

Saris, W.E., & Gallhofer, I.N. (2014). *Design, Evaluation, and Analysis of Questionnaires for Survey Research*, 2nd edition, Wiley Series in Survey Methodology

Christine Suharto Cenadi (2000) 'Peranan Desain Kemasan Dalam Dunia Pemasaran', *Nirmana*, 2(2), pp. 92–103. Available at: <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/dk/article/view/16056>.

Oostendorp, J. A. et al. (2006) 'The

tempe yang diharapkan dapat meningkatkan jumlah penjualannya. Untuk itu semua informasi yang berhubungan dengan keunggulan produk dicantumkan pada kemasan selain dari faktor estetika yang berhubungan dengan penampilan dari kemasan. Secara fisual kemasan baru sangat berbeda jauh dengan kemasan lama, dan kemasan baru memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Perbaikan yang dilakukan pada kemasan baru adalah sebagai berikut:

- Informasi produk lebih lengkap mencakup nama, bentuk, rasa, kehalalan, nilai gizi, nilai kesehatan seperti *gluten free* dan *no msg*, dan adab makan.
- Kemasan terbuat dari bahan tahan air dengan lapisan aluminium di dalamnya untuk mempertahankan kualitas produk menjadi lebih lama.
- Penggunaan beberapa bahasa untuk mengantisipasi produk dikonsumsi oleh pelanggan asing dan produk diekspor.
- Penggunaan teknologi berupa *QR code* dalam proses pemesanan membuat pemesanan menjadi lebih cepat dan *user friendly*.

Adapun rencana keberlanjutan berikutnya adalah pendampingan dalam hal pemasaran untuk meningkatkan pengetahuan manajemen tentang pentingnya pemasaran dan bagaimana mengaplikasikannya dalam memasarkan produk sehingga diharapkan terjadi peningkatan penjualan yang signifikan dari kripiq tempe Pesantren Arafah.

(development) life cycle for packaging and the relation to product design', *Proceedings of the 13th CIRP International Conference on Life Cycle Engineering, LCE 2006*, pp. 207–212.

Simanjuntak, M. K., Buchari, D. and Suparmi (2016) 'Pendugaan Umur Simpan Cookies yang Difortifikasi dengan Konsentrat Protein Ikan Patin (*Pangasius Hypophthalmus*) Menggunakan Kemasan Berbeda', *Jom*.