



# LECTURER'S NOTE.

## Week 3

### *Fungsi kemasan*

Menurut Kementerian Negara Koperasi Usaha Kecil Dan Menengah RI, Kemasan atau Packaging adalah ilmu, seni dan teknologi yang bertujuan untuk melindungi sebuah produk saat akan dikirim, disimpan atau dijual. Prinsip dasarnya adalah mewadahi objek yang ingin dipindahkan dan menjaganya agar tetap dalam kondisi yang terbaik saat tiba di tempat tujuan. Banyak literatur yang bisa disimak mengenai timeline sejarah kemasan.

Namun pada perkembangannya, kemasan juga berperan dalam membentuk image/citra dari produk yang dijual. Citra ini penting dalam membentuk kesan di benak konsumen terhadap suatu produk. Selain itu, kemasan juga berperan dalam memberikan pengalaman tertentu dalam menggunakan produknya. Tak jarang, daya Tarik utama sebuah produk justru terletak pada kemasannya dibandingkan produk yang dikemas.

Saat membeli produk, konsumen perlu memahami mengenai produk yang mereka beli. Informasi lengkap mengenai produk disampaikan pada kemasan. Info yang disampaikan mencakup keunggulan produk, sehingga bisa dikatakan bahwa kemasan juga merupakan bagian dari media promosi.

Secara umum, kemasan sebaiknya bersifat :

1. Informatif; identifikasi dengan jelas, menyampaikan manfaat dan penggunaannya.
2. Mempunyai label yang jelas; sesuai dengan peraturan label dan periklanan.
3. Efektif; menarik, memberikan kemudahan

Kemasan dapat memberikan nilai tambah , atau bahkan mengurangi value pada produk. Oleh karena itu, kemasan sangat mempengaruhi nilai jual suatu produk. Kemasan sendiri dapat dikatakan sebagai silent salesman, karena harus dapat mempengaruhi daya beli produk dan mempromosikannya hanya dengan tampilannya saja. Sebuah kemasan yang baik memiliki kriteria sebagai berikut:

- Menampilkan produk yang dikemas
- Ergonomi, mudah dibawa dan dibuka isinya
- Menyimpan dan melindungi produk
- Menerangkan isi produk