

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin

Volume 3, Nomor 4, May 2025, P. 378-382

E-ISSN: 2986-6340

Licensed by CC BY-SA 4.0

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.15517894>

Pengembangan Kemasan Produk Berbasis Teknologi untuk Meningkatkan Nilai Jual di Pasar Global

Nischa Purnama Hidayah¹, Sumita Susilawati², Herlina Yustati³

Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

Email: nischapurnamahidayah@gmail.com, sumitasusilawati@gmail.com,
herlina.yustati@mail.uinfasbengkulu.ac.id

Abstrak

Pengembangan kemasan produk yang berbasis teknologi mencakup penggunaan inovasi dan teknologi terbaru dalam merancang, memproduksi, dan mengelola kemasan. Dengan mengintegrasikan teknologi dalam pengembangan kemasan, perusahaan dapat memperkuat posisi produk mereka di pasar global dan sekaligus meningkatkan kepuasan konsumen. Inovasi dalam kemasan yang efisien dapat menjadi faktor krusial untuk meraih sukses di pasar internasional yang semakin kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan efisiensi kemasan serta memberikan nilai lebih pada produk yang ditawarkan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemasan yang inovatif tidak hanya menarik perhatian konsumen, tetapi juga menambah nilai signifikan bagi produk serta memberikan dampak positif dari kemasan yang dirancang dengan teknologi modern.

Kata kunci: *Pengembangan Kemasan, Pasar Global*

Abstract

Technology-based product packaging development involves using the latest innovations and technologies in designing, producing and managing packaging. By integrating technology in packaging development, companies can strengthen the position of their products in the global market and simultaneously increase consumer satisfaction. Innovation in efficient packaging can be a crucial factor for success in an increasingly competitive international market. This research aims to increase sales and packaging efficiency and provide more value to the products offered. The method used in this research is a qualitative approach with descriptive analysis. The results show that innovative packaging not only attracts the attention of consumers, but also adds significant value to the product and provides a positive impact of packaging designed with modern technology.

Keywords: *Packaging development, global market*

Article Info

Received date: 29 April 2025

Revised date: 05 May 2025

Accepted date: 18 May 2025

PENDAHULUAN

Sejak awal, kemasan telah menjadi komponen fundamental dalam peradaban manusia, yang berubah seiring dengan kemajuan budaya, teknologi, dan tuntutan sosial. Awalnya, kemasan sangat sederhana dan terdiri dari bahan-bahan alami seperti daun, kulit kayu, kulit binatang, atau anyaman bambu, yang digunakan untuk menyimpan dan membawa makanan dan barang-barang rumah tangga. Misalnya, orang Mesir Kuno menyimpan minyak dan biji-bijian dalam pot tanah liat, sementara orang Romawi menggunakan amphora untuk mendistribusikan minyak zaitun dan anggur ke seluruh kekaisaran mereka.

Revolusi industri pada abad ke-18 memicu kemajuan yang signifikan dalam bahan dan metode pengemasan, yang mengarah pada laju inovasi pengemasan yang lebih cepat. Kertas, karton, dan logam dikembangkan, sehingga memungkinkan untuk membuat kemasan yang lebih efisien, higienis, dan tahan lama. Karena sifatnya yang ringan, fleksibel, dan terjangkau, plastik menjadi bahan revolusioner

di abad ke-20, mengubah sifat kemasan kontemporer. Namun demikian, kemajuan ini juga menghadirkan tantangan baru, terutama dalam hal dampak lingkungan dari kemasan sekali pakai.

Inovasi dalam industri pengemasan masih didorong oleh beberapa faktor seperti gaya hidup masyarakat yang menuntut kepraktisan, peningkatan perdagangan global, dan kemajuan teknologi. Selain melindungi produk, kemasan kini berfungsi sebagai platform pemasaran, sumber informasi, dan cara untuk mempromosikan kelestarian lingkungan. Dengan memeriksa sejarah kemasan secara menyeluruh, kita dapat melihat bagaimana kemasan telah berubah dari bentuknya yang paling dasar menjadi komponen yang tak terpisahkan dari masyarakat kontemporer.

Salah satu strategi utama untuk meningkatkan daya jual di pasar global adalah pengembangan kemasan produk yang memanfaatkan teknologi. Di pasar dengan persaingan yang semakin ketat dan konsumen yang semakin diskriminatif, kemasan berfungsi sebagai pelindung produk serta alat untuk komunikasi, pencitraan merek, dan menilai daya tarik di pasar dunia. Kemasan yang inovatif, menarik, dan unik dapat membedakan produk dari pesaing, meningkatkan pengenalan merek, dan meningkatkan penetrasi pasar, termasuk melalui saluran online dan e-commerce. Agar tetap kompetitif di pasar internasional, produsen harus terus berinovasi dalam produk dan kemasan mereka. Konsumen semakin peduli dengan kelestarian dan keamanan lingkungan, dan kemasan yang kreatif dapat membantu mengubah persepsi tentang kualitas. Metode pemasaran produk telah diubah oleh kemajuan teknologi. Pengemasan dan pengiriman produk ke konsumen sama pentingnya dengan kualitasnya saat ini. Cara pengemasan suatu produk telah menjadi alat strategis yang mengkomunikasikan nilai, keamanan, dan keunikannya. Kemajuan teknologi pengemasan didorong oleh persaingan global. Akibatnya, pengembangan kemasan berkonsentrasi pada estetika dan fungsionalitas.

Tujuan dari Kegiatan ini adalah untuk mempromosikan keberlanjutan, meningkatkan citra produk dan merek, serta menyampaikan lebih banyak informasi secara efektif. Kegiatan ini memberikan lebih banyak data tentang kepercayaan konsumen dan mempermudah memasuki pasar di seluruh dunia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif analisis. analisis tren industri kemasan global, serta studi kasus perusahaan yang telah menerapkan teknologi dalam kemasannya.

HASIL

Beberapa yang berkaitan dengan pembuatan kemasan berbasis teknologi diperoleh dari studi kasus Perusahaan Global:

1. Minat yang Lebih Besar di Seluruh Dunia terhadap Kemasan di Kalangan Konsumen. Barang dengan kemasan yang memiliki kode QR lebih menarik bagi konsumen dari berbagai negara.
2. Kemasan yang cerdas meningkatkan kepercayaan dan nilai jual. mampu mendorong kepercayaan konsumen karena adanya jaminan kualitas dan keamanan produk selama distribusi.
3. Kemasan Berbasis Teknologi Meningkatkan Branding di Seluruh Dunia. produk dapat diposisikan dengan lebih baik di segmen pasar kelas menengah ke atas di seluruh dunia berkat desain kemasan yang memanfaatkan teknologi, yang dipandang lebih premium dan kontemporer.

PEMBAHASAN

Penggunaan inovasi dan teknologi dalam desain, pembuatan, dan pengelolaan kemasan merupakan bagian dari proses pembuatan kemasan produk berbasis teknologi. Strategi promosi produk telah mengalami perubahan besar berkat kemajuan dalam pengembangan kemasan berbasis teknologi. Berikut ini adalah beberapa fungsi utama kemasan dalam meningkatkan daya saing dan nilai jual:

1. Self Service

Peran kemasan sangat penting di sini, terutama kemasan yang menarik dan menarik secara visual dan dapat menarik perhatian konsumen. Kemasan yang dirancang dengan baik dapat dengan jelas menyampaikan informasi produk yang penting, membantu pelanggan dalam memahami fitur dan keunggulannya. Misalnya, konsumen mungkin terdorong untuk mencicipi produk masakan jika kemasannya menggambarkan rasa yang lezat. Oleh karena itu, kemasan tidak hanya melindungi produk

tetapi juga berfungsi sebagai sarana untuk mempromosikan produk itu sendiri. kemasan modern bertindak sebagai "penjual diam" selain melindungi produk. Menggunakan teknologi seperti Augmented Reality (AR) atau Kode QR, memiliki desain yang menarik secara visual, dan memiliki informasi produk yang transparan, semuanya dapat membantu meningkatkan keterlibatan konsumen. Sebagai contoh:

- Kemasan makanan dengan gambar yang realistis atau karya seni yang menggoda.
- Kode QR yang menyediakan tautan ke sertifikasi halal/organik, materi promosi, atau film instruksional untuk konsumen.



Gambar 1: kemasan dengan gambar realistis

2. Consumer Affluence

Konsumen modern memprioritaskan kenyamanan dalam setiap aspek, termasuk kemudahan dalam membuka kemasan produk. Konsumen mungkin bersedia membayar ekstra untuk kenyamanan kemasan yang memiliki mekanisme pembukaan yang baru dan sederhana. Sebaliknya, yang dirasakan dari sebuah produk dapat dipengaruhi oleh kemasan yang memiliki tampilan yang canggih dan mewah. Akibatnya, elemen kemasan ini tidak hanya mencerminkan tren konsumen, tetapi juga memengaruhi ekspektasi konsumen di masa depan terhadap kualitas dan pengalaman. Untuk barang kelas atas, kemasan yang berfokus pada kegunaan dan kenyamanan adalah bonus. Contoh inovasi:

- Kemasan dengan sistem easy-open atau resealable untuk produk makanan.
- Desain mewah dengan material seperti kaca atau logam untuk meningkatkan persepsi kualitas.

3. Brand Positioning dan diferensiasi

Produk yang dikemas dengan teknologi sering kali dikaitkan dengan inovasi dan kualitas tinggi. Hal ini memungkinkan bisnis untuk menargetkan pasar tertentu di seluruh dunia dan membedakan produk mereka dari produk pesaing. Misalnya, pelanggan di seluruh dunia cenderung membayar lebih mahal untuk barang yang dianggap "pintar", "ramah lingkungan", atau "transparan".



Gambar 2: kemasan yang menarik

4. Innovational Opportunity

Kemasan yang inovatif menciptakan peluang baru bagi konsumen dan produsen. Kemasan yang baru dan unik cenderung menarik bagi konsumen. Bahkan untuk barang yang sudah ada di pasaran untuk sementara waktu, kemasan kreatif dapat menjadi cara untuk menarik perhatian konsumen. dapat menggunakan inovasi kemasan untuk memangkas biaya produksi, meningkatkan produktivitas, dan bahkan mengurangi dampak lingkungan. Kemasan yang dapat digunakan kembali atau ramah lingkungan adalah ilustrasi yang jelas tentang inovasi dalam pengemasan. Pentingnya kemasan sebagai alat pemasaran tidak boleh diabaikan. dengan memahami dan meningkatkan fungsi utama kemasan. Kemungkinannya ditingkatkan dengan inovasi kemasan berbasis teknologi.

5. Studi Kasus Pengembangan Kemasan Berbasis Teknologi

a. Javara – QR Code untuk Transparansi Produk Lokal (Indonesia) Javara, Perusahaan pangan lokal yang berfokus pada produk organik dan warisan kuliner Indonesia, menggunakan QR code pada kemasan untuk menampilkan informasi tentang asal-usul produk, petani penghasil dan proses produksi. Teknologi yang digunakan :

1. QR code
2. Database berbasis web Manfaat :

Memberikan nilai edukasi dan transparansi kepada konsumen global

1. Mendukung nilai keberlanjutan dan perdagangan yang adil
2. Meningkatkan citra merek local di pasar ekspor

Dampak terhadap Nilai Jual : Kemasan dengan informasi rinci dan autentikasi meningkatkan nilai jual produk di pasar premium dan organik di luar negeri.



Gambar 3: produk javara dalam bentuk kunyit bubuk

b. Amazon - Kemasan Ramah Lingkungan dan Otomatisasi (Amerika Serikat) Amazon, Sebagai Perusahaan e-commerce terbesar di dunia, amazon menghadapi tekanan besar untuk mengurangi dampak lingkungan dari kemasan. Mereka meluncurkan sebuah program Frustration-Free Packaging (FFP) yang didukung oleh sistem otomatis.

Teknologi yang digunakan :

1. Kemasan daur ulang dan biodegradable untuk mengurangi jejak karbon
2. Desain kemasan otomatis berbasis AI untuk meminimalkan bahan berlebih
3. Algoritma pengukuran dan pemotongan paket untuk efisiensi logistic

Dampak global :

1. Penghematan jutaan ton bahan kemasan setiap tahun
2. Menurunkan biaya logistic dan meningkatkan kepuasan pelanggan
3. Meningkatkan citra Perusahaan di pasar global sebagai pelaku bisnis berkelanjutan



Gambar 4: Perusahaan e-commerce amazon di amerika serikat

Oleh karena itu, menciptakan kemasan berbasis teknologi tidak hanya bermanfaat untuk estetika, tetapi juga berfungsi sebagai instrumen strategis untuk mengembangkan pangsa pasar di seluruh dunia dan meningkatkan nilai penjualan produk.

SIMPULAN

Pengembangan kemasan produk berbasis teknologi untuk meningkatkan daya tarik di pasar dunia. Bisnis yang mampu beradaptasi secara efektif dengan tren dan perkembangan terbaru akan memiliki keunggulan kompetitif yang cukup besar. Inovasi dalam pengembangan kemasan berbasis teknologi meliputi kemasan cerdas, desain ramah lingkungan, dan personalisasi, yang semuanya penting untuk bersaing di pasar internasional yang kompetitif. Selain meningkatkan daya tarik visual, pengembangan kemasan berbasis teknologi juga meningkatkan keberlanjutan, fungsionalitas, dan pengalaman pelanggan. Agar tetap terkini dan menambah nilai, bisnis harus terus memperbarui teknologinya.

REFERENSI

- Ariska, Nenda, Romi Adetio Setiawan, Adi Setiawan, and Khozin Zaki. "Implementasi Proses Sertifikasi Halal Self Declare Dalam Mendukung Pertumbuhan UMKM." *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)* 4, no. 4 (2024): 807–15. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v4i4.21335>.
- Elwardah, Khairiah, Yusniar Yusniar, Septianti Permatasari Palembang, Budi Harto, and Nuryati Solapari. "Pengaruh Sertifikasi Halal, Pemasaran Produk Halal, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Pertumbuhan Industri Halal Di Indonesia." *Jurnal Multidisiplin West Science* 3, no. 05 (2024): 658– 69. <https://doi.org/10.58812/jmws.v3i05.1195>.
- Nurendah, Yulia, Ani Mekaniwati, and Soei Khim. "Inovasi Kemasan Dan Pemasaran Berbasis Teknologi Kunci Pengembangan Produk UMKM Kota Bogor." *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan* 2, no. 2 (2021): 211–20. <https://doi.org/10.37641/jadkes.v2i2.1647>.
- Qoniah, Risa. "Tantangan Dan Strategi Peningkatan Ekspor Produk Halal Indonesia Di Pasar Global." *Halal Research Journal* 2, no. 1 (2022): 52–63. <https://doi.org/10.12962/j22759970.v2i1.246>.