

**DEVELOPMENT OF ORGANIC RICE LABELS AND PACKAGING IN
CIKURUBUK VILLAGE TO IMPROVE PRODUCT IMAGE**

**PENGEMBANGAN LABEL DAN KEMASAN BERAS ORGANIK DI DESA
CIKURUBUK UNTUK MENINGKATKAN CITRA PRODUK**

**Budiman¹, Ijah Hadijah², Annisa Bela Pertiwi³, Mario Rinaldi⁴, Rudy Farid⁵, Muhammad
Firdaus Benyamin⁶**

^{1,2,3,4,5,6} Universitas Widyatama

E-mail Author: annisa.bela@widyatama.ac.id

Submitted: 09/01/2025

Reviewed: 10/01/2025

Accepted: 31/01/2025

ABSTRACT

Consumers who care about health and the environment are increasingly liking food products such as organic rice. Product image that can be influenced by label and packaging design is one of the factors that can affect consumers. The purpose of this study is to find out the most effective label and packaging design elements to attract consumers' attention to organic rice in Cikurubuk Village, to find out the influence of label and packaging design on the image of organic rice products from Cikurubuk Village in the eyes of consumers, and to find out that the design of organic rice labels and packaging can increase buying interest and product competitiveness in the local and regional markets. The results show that label and packaging designs that emphasize natural quality, health, and sustainability can improve the image of the product and encourage consumers to buy the product. It is hoped that this research will help organic rice producers develop better marketing strategies through label and packaging design.

Keywords: *organic rice, label, packaging, product image, design, marketing.*

ABSTRAK

Konsumen yang peduli terhadap kesehatan dan lingkungan semakin menyukai produk pangan seperti beras organik. Image produk yang dapat dipengaruhi oleh desain label dan kemasan merupakan salahsatu faktor yang dapat memengaruhi konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui elemen desain label dan kemasan yang paling efektif untuk menarik perhatian konsumen terhadap beras organik di Desa Cikurubuk, untuk mengetahui pengaruh desain label dan kemasan terhadap citra produk beras organik dari Desa Cikurubuk di mata konsumen, dan untuk mengetahui desain label dan kemasan beras organik dapat meningkatkan minat beli dan daya saing produk di pasar lokal dan regional. Hasilnya menunjukkan bahwa desain label dan kemasan yang menekankan kualitas alami, kesehatan, dan keberlanjutan dapat meningkatkan citra produk dan mendorong konsumen untuk membeli produk tersebut. Diharapkan bahwa penelitian ini akan membantu produsen beras organik mengembangkan strategi pemasaran yang lebih baik melalui desain label dan kemasan. Pendekatan yang digunakan meliputi survei terhadap konsumen, analisis desain kemasan yang ada, serta pengujian preferensi visual dan informasi pada label. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui elemen desain label dan kemasan yang efektif dalam menarik perhatian konsumen serta pengaruhnya terhadap citra produk beras organik dari Desa Cikurubuk. Dengan menitikberatkan pada aspek kualitas alami, kesehatan, dan keberlanjutan,

* Budiman., dkk. (2025)

desain label dan kemasan dapat dikembangkan agar lebih informatif, menarik, dan sesuai dengan preferensi konsumen.

Kata Kunci: : beras organik, label, kemasan, citra produk, desain, pemasaran

PENDAHULUAN

Pentingnya pola hidup sehat dan keberlanjutan lingkungan telah meningkatkan permintaan untuk produk pangan organik, termasuk beras organik (Hasanah, Hanum, 2020). Beras organik yang dibuat tanpa pestisida kimia atau pupuk sintetis dianggap lebih aman untuk dikonsumsi dan ramah lingkungan (Syavardie, Imran, & Badri, 2019). Banyak petani di berbagai tempat termasuk di Desa Cikurubuk mulai memproduksi beras organik sebagai alternatif yang lebih menguntungkan dan ramah lingkungan.

Prospek pasar beras organik yang semakin meningkat di Indonesia menyebabkan para produsen khususnya di Desa Cikurubuk menghadapi tantangan utama untuk meningkatkan citra produk dan menarik perhatian pelanggan yang semakin peduli dengan kualitas produk yang mereka beli (Riska Putri Siregar, 2025). Salah satu cara untuk meningkatkan reputasi produk beras organik adalah dengan membuat label dan kemasan yang menarik, informatif, dan mencerminkan nilai-nilai keberlanjutan untuk kesehatan (Fauziridwan, 2024). Label dan kemasan bukan hanya melindungi dan memberikan informasi tentang produk tetapi juga memainkan peran penting dalam membentuk persepsi konsumen tentang kualitas dan keaslian produk.

Peran sebagai alat promosi visual yang efektif untuk desain kemasan yang menarik dapat memberikan kesan pertama yang kuat kepada pelanggan (Anwar, Bahari, Hasbiadi, Rahim, & Adelina, 2023). Kemasan yang baik juga dapat membuat beras organik dianggap sebagai produk berkualitas tinggi dan ramah lingkungan (Apriyanti, 2018). Oleh karena itu sangat penting bagi produsen beras organik di Desa Cikurubuk untuk mengembangkan label dan kemasan yang dapat menonjolkan fitur produk mereka serta membedakannya dari produk beras lainnya di pasar, dan pada akhirnya tentu dapat meningkatkan citra produk di mata konsumen. Penelitian ini akan berfokus pada aspek-aspek yang dapat meningkatkan citra produk beras organik.

Desa Cikurubuk merupakan salah satu daerah penghasil beras organik yang memiliki potensi besar untuk bersaing di pasar yang lebih luas. Namun, permasalahan yang dihadapi mitra adalah kurangnya daya tarik kemasan dan label produk, sehingga citra produk kurang menonjol di mata konsumen. Kemasan yang masih sederhana serta minimnya informasi mengenai keunggulan dan sertifikasi organik membuat daya saing produk ini rendah dibandingkan merek lain. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada pengembangan desain label dan kemasan yang lebih menarik, informatif, dan sesuai dengan standar pemasaran modern guna meningkatkan citra serta nilai jual beras organik dari Desa Cikurubuk.

Sesuai uraian pada bagian latar belakang dapat dirumuskan beberapa masalah yang perlu diteliti lebih lanjut dalam penelitian ini terkait dengan pengembangan label dan kemasan beras organik di Desa Cikurubuk untuk meningkatkan citra produk. Rumusan masalah untuk pengembangan label dan kemasan beras organik di Desa Cikurubuk adalah sebagai berikut :

- Bagaimana elemen desain label dan kemasan yang paling efektif untuk menarik perhatian konsumen terhadap beras organik di Desa Cikurubuk?
- Bagaimana pengaruh desain label dan kemasan terhadap citra produk beras organik dari Desa Cikurubuk di mata konsumen?
- Bagaimana desain label dan kemasan beras organik dapat meningkatkan minat beli dan daya saing produk di pasar lokal dan regional?

Desain label dan kemasan merupakan elemen penting dalam meningkatkan daya tarik dan citra produk beras organik dari Desa Cikurubuk. Pengembangan label akan difokuskan pada penyajian informasi yang jelas dan menarik, termasuk nama produk, logo, sertifikasi organik, serta manfaat kesehatan yang ditawarkan. Sementara itu, desain kemasan akan memperhatikan aspek estetika, ergonomi, dan keberlanjutan, dengan pemilihan bahan yang ramah lingkungan serta bentuk yang praktis untuk distribusi dan penyimpanan. Melalui inovasi dalam desain ini, produk beras organik diharapkan memiliki identitas visual yang lebih kuat dan mampu menarik perhatian konsumen di pasar yang lebih luas.

Tujuan dari penelitian yang berjudul “Pengembangan Label Dan Kemasan Beras Organik Di Desa Cikurubuk Untuk Meningkatkan Citra Produk” adalah untuk mengetahui:

- Elemen desain label dan kemasan yang paling efektif untuk menarik perhatian konsumen terhadap beras organik di Desa Cikurubuk?
- Pengaruh desain label dan kemasan terhadap citra produk beras organik dari Desa Cikurubuk di mata konsumen?

Desain label dan kemasan beras organik dapat meningkatkan minat beli dan daya saing produk di pasar lokal dan regional.

Beras Organik

Penelitian ini membahas konsep-konsep penting tentang pembuatan label dan kemasan beras organik, serta bagaimana desain kemasan mempengaruhi citra produk. Tinjauan literatur ini penting untuk memberikan dasar teori yang kuat untuk penelitian tentang bagaimana desain label dan kemasan beras organik dapat meningkatkan citra produk dan menarik perhatian konsumen di Desa Cikurubuk.

Tinjauan literatur ini penting untuk memberikan dasar teori yang kuat untuk penelitian tentang bagaimana desain label dan kemasan beras organik dapat meningkatkan citra produk dan menarik perhatian pelanggan di Desa Cikurubuk. Penelitian ini membahas konsep-konsep penting tentang pembuatan label dan kemasan beras organik, serta bagaimana desain kemasan mempengaruhi citra produk.

Di Indonesia permintaan terhadap produk beras organik meningkat sebagai hasil dari kesadaran masyarakat akan pentingnya mengonsumsi makanan yang lebih sehat dan ramah lingkungan (Preliana Dewi, Relawati, & Mufriantje, 2023). Namun, meskipun pasar beras organik berkembang, produk ini masih menghadapi kendala seperti harga yang lebih tinggi dibandingkan beras konvensional, serta kurangnya pemahaman masyarakat tentang manfaat beras organik. Oleh karena itu, sangat penting bagi produsen beras organik untuk membuat strategi pemasaran yang berguna, salah satunya adalah dengan membuat label dan kemasan yang menarik dan informatif.

Permasalahan utama yang dihadapi mitra dalam pemasaran beras organik di Desa Cikurubuk adalah desain label dan kemasan yang kurang menarik serta belum memenuhi standar pasar modern. Kemasan yang masih sederhana tanpa informasi yang jelas mengenai

keunggulan produk menyebabkan rendahnya daya saing di pasar. Untuk mengatasi permasalahan ini, diperlukan pengembangan label yang mencakup identitas produk, sertifikasi organik, serta nilai tambah yang menarik bagi konsumen. Selain itu, desain kemasan akan disesuaikan dengan aspek fungsionalitas dan estetika, termasuk pemilihan bahan yang lebih berkualitas dan ramah lingkungan. Dengan solusi ini, diharapkan citra produk dapat meningkat, sehingga mampu menarik lebih banyak konsumen dan memperluas jangkauan pasar.

Desain Label dan Kemasan

Salah satu komponen penting dalam pemasaran produk adalah desain label dan kemasan, yang memengaruhi cara pelanggan melihat kualitas dan keunggulan produk. Kemasan yang baik melindungi produk, menarik perhatian, memberikan informasi, dan menciptakan citra positif tentang produk. Kemasan, bertanggung jawab atas dua fungsi: menarik perhatian pelanggan dan memberikan komunikasi yang jelas tentang produk. Kedua faktor ini dapat berdampak pada keputusan pembelian konsumen (F. R. Ginting, 2022).

Kemasan produk beras organik harus mencerminkan sifatnya yang alami, sehat, dan ramah lingkungan. Selain menjadi menarik secara visual, desain kemasan yang baik juga harus menunjukkan kualitas, keberlanjutan, dan kesehatan produk beras organik (Sabolo, Limi, Ode, & Dedu, 2024). Untuk membuat gambar yang sesuai dengan karakteristik beras organik, elemen desain seperti warna, gambar, tipografi, dan simbol keberlanjutan (seperti logo organik) adalah alat penting untuk berkomunikasi.

Citra Produk dan Pengaruh Desain Kemasan

Citra produk terdiri dari informasi yang dikumpulkan dari berbagai sumber, seperti label dan kemasan yang menentukan bagaimana pelanggan melihat suatu produk. Citra merek yang kuat dapat menciptakan asosiasi positif dalam pikiran konsumen, yang pada gilirannya dapat meningkatkan daya saing produk di pasar (Citra, Terhadap, & Pembelian, 2024). Sebaliknya citra produk yang positif dapat meningkatkan minat beli dan loyalitas pelanggan, sedangkan citra produk yang negatif dapat merugikan penjualan dan reputasi merek.

Label dan desain kemasan sangat memengaruhi persepsi konsumen terhadap produk. Menurut (Widiati, 2020), desain kemasan berfungsi sebagai pembeda produk dan desain yang menarik dapat meningkatkan kesan kualitas dan mendorong konsumen untuk membeli produk. (Sekarlaranti & Junaedi, 2016) menyatakan bahwa warna, bentuk, dan elemen visual lainnya dalam kemasan dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan nilai yang ingin disampaikan. Mereka menyatakan betapa pentingnya desain kemasan untuk membentuk citra produk. Misalnya warna hijau sering dikaitkan dengan keberlanjutan dan alam sementara simbol organik atau sertifikasi dapat membuat produk beras organik lebih dipercaya.

Pengaruh Label dan Kemasan terhadap Minat Beli Konsumen

Kemasan yang menarik dalam membuat produk terlihat lebih baik di mata pelanggan dan dapat membuat mereka lebih tertarik untuk membeli. Studi yang dilakukan oleh (C. Ginting & Hartati, 2023) menemukan bahwa khususnya dalam industri makanan, keputusan konsumen untuk membeli produk berkorelasi langsung dengan desain kemasan yang menarik. Ketika pelanggan mudah memahami nilai barang melalui desain kemasan yang sesuai dengan

harapan mereka sehingga kemungkinan mereka akan membeli barang tersebut akan lebih besar.

Kemasan beras organik yang memuat informasi yang jelas tentang proses produksi, keuntungan kesehatan, dan keunggulan lingkungannya dapat menjadi faktor pendorong dalam keputusan pembelian konsumen untuk beras organik. Desain kemasan yang membedakan beras organik dari beras biasa juga membantu konsumen menjadi lebih sadar tentang perbedaan. Penggunaan logo sertifikasi organik yang dikemas dengan baik atau informasi tentang metode pertanian yang digunakan dapat meningkatkan nilai tambah produk.

Tren Konsumsi dan Perkembangan Pasar Beras Organik di Indonesia

Meskipun permintaan meningkat seiring dengan kesadaran masyarakat akan makanan sehat, pasar beras organik di Indonesia masih dianggap berkembang. (Arifin, Pratiwi, & Brata, 2021) menyatakan bahwa pelanggan Indonesia semakin memilih barang-barang yang tidak hanya sehat tetapi juga ramah lingkungan, dan pasar organik terus berkembang dan menunjukkan hasil yang baik. Namun masalah terbesar bagi para produsen beras organik termasuk di Desa Cikurubuk adalah bagaimana memberi tahu pelanggan tentang produk mereka dan membuatnya berbeda dari beras biasa. Akibatnya untuk menarik perhatian pelanggan dan meningkatkan daya saing produk beras organik di pasar desain label dan kemasan yang menarik sangat penting.

Pentingnya Desain Kemasan bagi Produk Lokal di Desa

Produk beras organik di Desa Cikurubuk, yang merupakan produk lokal pengembangan desain label dan kemasan tidak hanya penting untuk meningkatkan citra produk tetapi juga untuk memperkenalkan produk tersebut ke pasar yang lebih luas. Sebagai produk lokal beras organik dari Desa Cikurubuk harus memiliki ciri khas yang dapat membedakannya dengan produk serupa dari daerah lain. Desain kemasan yang menonjolkan keunikan produk baik dari segi kualitas maupun proses produksinya yang berbasis pada prinsip pertanian berkelanjutan, dapat memperkuat identitas lokal dan meningkatkan daya tarik produk di pasar (Rahman & Anggalih, 2023).

Seperti yang ditunjukkan oleh tinjauan literatur bahwa desain label dan kemasan yang efektif memainkan peran yang signifikan dalam menciptakan citra produk dan meningkatkan daya saing produk beras organik. Kemasan yang menarik dan informatif dapat memperkuat persepsi pelanggan terhadap kualitas dan keberlanjutan produk beras organik. Oleh karena itu desain label dan kemasan yang sesuai dengan ciri-ciri beras organik Desa Cikurubuk sangat penting untuk meningkatkan citra produk dan menarik pelanggan untuk membeli produk tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat desain kemasan yang baik untuk meningkatkan citra produk dan relevan dengan preferensi konsumen dan kemampuan produsen lokal.

METODE

Pengembangan label dan kemasan beras organik yang efektif dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif dalam pengumpulan data dari berbagai sumber. Pendekatan kualitatif digunakan untuk menggali wawasan mendalam tentang persepsi

masyarakat atau konsumen tentang beras organik dan kemasan yang ada saat ini. Penelitian ini merupakan jenis penelitian desain dan pengembangan yang berfokus pada pembuatan dan pengujian desain label dan kemasan produk serta mengevaluasi bagaimana hal ini berdampak pada pemahaman konsumen tentang produk dan keputusan pembelian mereka.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini mencakup beberapa tahapan strategis untuk memecahkan permasalahan mitra terkait label dan kemasan beras organik. Pertama, dilakukan **sosialisasi dan diskusi** dengan mitra untuk mengidentifikasi kebutuhan dan preferensi dalam desain label serta kemasan. Selanjutnya, **pelatihan dan pendampingan** diberikan kepada mitra dalam memahami pentingnya desain kemasan yang menarik, fungsional, dan sesuai dengan standar pasar. Proses ini melibatkan perancangan konsep desain yang meliputi elemen visual, pemilihan warna, font, serta informasi yang harus disertakan pada label. Setelah konsep desain disusun, dilakukan **uji coba dan evaluasi** terhadap desain label dan kemasan yang dihasilkan, termasuk aspek daya tarik, kenyamanan penggunaan, dan keberlanjutan bahan. Terakhir, **implementasi dan monitoring** dilakukan dengan mengaplikasikan desain yang telah dikembangkan pada produk mitra serta mengevaluasi respons pasar untuk memastikan efektivitas pengembangan yang telah dilakukan.

Untuk mengembangkan label dan kemasan beras organik di Desa Cikurubuk dalam metodologi penelitian ini dijabarkan :

- **Studi Literatur**
Studi literatur dilakukan untuk mendapatkan pemahaman tentang *tren* desain kemasan produk organik, faktor yang mempengaruhi citra produk, dan karakteristik konsumen yang membeli produk organik. Studi ini juga mencakup penelitian tentang bahan kemasan yang ramah lingkungan, preferensi pembeli terhadap desain yang berkaitan.
- **Observasi Lapangan**
Beras organik dipasarkan dan dikemas dengan melakukan observasi lapangan di Desa Cikurubuk dan sekitarnya. Observasi ini dapat mencakup bagaimana petani atau produsen mengemas beras organik, bagaimana kemasan saat ini memengaruhi pasar lokal, dan bagaimana kemasan berfungsi untuk distribusi dan penyimpanan produk.
- **Wawancara dengan Petani dan Pengusaha Lokal**
Wawancara mendalam dengan petani, produsen beras organik, dan pelaku usaha lokal akan dilakukan untuk mengetahui pendapat mereka tentang desain kemasan yang lebih baik dan hambatan dalam pemasaran dan pemasaran beras organik. Ini dapat membantu memahami kebutuhan dan masalah yang dihadapi selama proses pengemasan dan pemasaran beras organik.
- **Survei Konsumen**
Survei terhadap konsumen bertujuan untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap desain label dan kemasan beras organik. Survei ini dapat mencakup pertanyaan tentang: kesan mereka terhadap kemasan beras organik saat ini; elemen yang mereka perhatikan saat membeli beras organik, seperti kualitas kemasan, informasi pada label, dan harga; dan jenis desain, warna, dan informasi yang dicantumkan.
- **Desain dan Pengembangan Kemasan**
Tim pengembangan produk dan desainer grafis akan membuat beberapa ide untuk label dan desain kemasan yang terdiri dari :
- **Uji Coba Desain Kemasan**

Logo dan identitas visual yang menunjukkan bahwa produk organik mengandung keaslian. Label mengandung informasi penting seperti sertifikasi organik, manfaat kesehatan, metode penyimpanan, dan informasi lainnya, serta bahan kemasan yang dipilih secara ramah lingkungan dan keberlanjutan.

Proses pengujian desain label dan kemasan dilakukan juga melalui diskusi fokus grup (FGD) dengan pelanggan untuk mengetahui bagaimana mereka berpikir tentang desain baru dan pengujian pasar kecil dengan mengirimkan kemasan baru ke pasar. Untuk menguji pasar kecil dengan mengirimkan kemasan baru ke pasar terbatas untuk melihat bagaimana reaksi pelanggan dan penjual terhadap kemasan baru ini.

Setelah uji coba desain selesai maka data yang diperoleh dari survei, wawancara, dan uji coba kemasan dievaluasi dan dianalisis. Peneliti akan melakukan analisis data untuk mengetahui:

- Seberapa besar desain baru dapat membuat produk lebih menarik bagi pelanggan;
- bagaimana pelanggan melihat kualitas beras organik setelah perubahan desain kemasan;
- Bagaimana desain baru berdampak pada keputusan pembeli konsumen.

Hasil analisis akan menyimpulkan bagaimana label dan kemasan beras organik dapat meningkatkan citra produk dan daya saingnya di pasar. Dalam hal ini akan memberikan rekomendasi kepada petani dan produsen beras organik di Desa Cikurubuk tentang apa yang harus dilakukan untuk memaksimalkan potensi pasar melalui pengembangan kemasan yang lebih efisien.

Proses mengembangkan label dan kemasan beras organik di Desa Cikurubuk menggunakan prosedur observasi di lapangan, wawancara dengan petani dan pembeli, desain dan uji coba kemasan, dan evaluasi dampak desain terhadap citra produk dan minat beli. Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan solusi untuk meningkatkan daya saing produk beras organik di pasar lokal dan regional.

HASIL DAN PEMBAHASAN

• Elemen Desain Label dan Kemasan yang Paling Efektif untuk Menarik Perhatian Konsumen terhadap Beras Organik di Desa Cikurubuk

Elemen desain label dan kemasan harus mempertimbangkan beberapa faktor yang dapat menciptakan kesan positif dan informative. Visual dan estetika warna-warna yang mencerminkan kesegaran, kealamian, dan kesehatan dalam hal ini adalah warna coklat dan putih cenderung dapat menonjolkan kesan organik dan alami. Elemen visual padidapat mempertegas identitas produk sebagai produk beras organik. Penggunaan font yang sederhana, bersih, dan mudah dibaca digunakan untuk mengasosiasikan produk alami dan organik. Informasi pada label produk beras organik dapat dilihat pada bagian nama produk yaitu BERAS PATANI merupakan nama yang unik karena menggambarkan nama produk beras organik dengan diperkuat label keunggulan dari produk ini sebagai "*hasil budidaya organik*". Produk beras organik Cikurubuk memiliki material kemasan untuk:

- Ramah Lingkungan, karena kemasan bersifat *biodegradable* atau bisa didaur ulang dan hal ini merupakan faktor pendukung dari sebuah citra organik.
- Kekuatan dan Ketahanan, karena kemasan beras organik ini dapat melindungi produk dari kelembapan dan kontaminasi.

- Transparansi, kemasan dengan bagian transparan dapat memungkinkan konsumen untuk melihat kualitas beras di dalamnya sehingga dapat memberikan kesan kepercayaan dan keterbukaan.

Ukuran kemasan diprioritaskan untuk dapat memenuhi kebutuhan beragam konsumen yakni ukuran 1 kg dan 5 kg. Kemudahan penggunaan desain kemasan dimaksudkan untuk memudahkan proses penyimpanan. Sedangkan portabilitas merupakan factor pendukung atau fitur tambahan pada kemasan agar dapat meningkatkan kenyamanan konsumen saat membawa produk beras organik.

Sebagai aspek komunikasi nilai unik dalam produk beras organik ini dapat diidentifikasi terdapat diferensiasi merek sebagai tampilan elemen branding yang kuat dalam aspek logo yang unik dan mudah diingat. Terdapat kesan premium sebagai elemen dasar laminasi matte untuk menciptakan kesan eksklusif. Sedangkan kesan sehat dan alami dapat dilihat dari elemen minimalis untuk dapat mencerminkan kesederhanaan dan kemurnian produk beras organik.

Respon emosional dapat diciptakan dari kemasan produk beras organik yang menggambarkan dampak positif seperti dapat mendukung petani local atau pelestarian lingkungan, serta dapat menarik perhatian konsumen yang peduli akan isu social dan ekologis. Kepercayaan dan transparansi dipahami dari visualisasi label yang jelas, jujur, dan lengkap tentu dapat membangun kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk. Desain label dan kemasan yang efektif untuk beras organik harus mampu menggabungkan estetika yang menarik, informasi yang mendidik, material yang ramah lingkungan, dan fitur fungsionalitas yang memudahkan konsumen. Dengan demikian produk beras organik tidak hanya menarik perhatian tetapi juga dapat membangun loyalitas konsumen.



Gambar 1. Logo Beras Patani

- **Pengaruh Desain Label dan Kemasan terhadap Citra Produk Beras Organik Desa Cikurubuk di Mata Konsumen**

Desain label dan kemasan BERAS PATANI tentu dapat meningkatkan kepercayaan konsumen karena label yang jelas, informatif, dan sertifikasi organik juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk. Desain yang profesional ini sangat penting karena pelanggan sering mengaitkan kualitas yang lebih baik dengan kemasan yang menarik, terutama untuk produk organik yang biasanya dianggap lebih mahal.

Penggunaan kemasan ramah lingkungan atau bahan kemasan yang dapat didaur ulang membuat produk terlihat lebih baik sebagai produk yang peduli terhadap lingkungan dan keberlanjutan. Produk yang mencerminkan keaslian dan budaya lokal Desa Cikurubuk dapat dianggap lebih autentik dan bernilai budaya. Beras organik Desa Cikurubuk dapat menonjol di

pasar dengan label dan kemasan yang unik dan menarik. Diferensiasi ini sangat penting untuk membuat *brand* lebih kuat dan mudah diingat oleh pelanggan

Desain dengan kemasan yang estetis, minimalis, dan rapi tentu dapat menciptakan kesan premium sehingga dapat meningkatkan persepsi konsumen terhadap kualitas produk. Warna-warna yang digunakan dapat menimbulkan kesan alami dan sehat. Penggunaan bahan kemasan yang ramah lingkungan dapat memperkuat citra produk organik yang peduli terhadap lingkungan. Sertifikat organik pada kemasan dapat memberikan jaminan kualitas kepada konsumen, membantu memperkuat citra bahwa produk tersebut benar-benar organik dan bebas dari bahan kimia. Label yang mencantumkan asal usul produk dan metode penanaman yang ramah lingkungan dapat pula memperkuat kepercayaan konsumen terhadap produk organik.

Narasi yang singkat dan menarik tentang bagaimana produk ditanam, siapa yang memproduksinya, dan dampak yang ditimbulkan pada komunitas lokal dapat menciptakan hubungan emosional dengan konsumen yang peduli dan berkelanjutan. Visual pada kemasan seperti sawah, tanaman, atau elemen alam lainnya dapat membantu menciptakan citra produk secara alami terhubung dengan alam.

Diferensiasi dari produk konvensional tercipta melalui desain kemasan yang eksklusif yaitu kemasan beras organik yang terlihat lebih modern atau unik dibandingkan dengan beras konvensional tentu akan menarik perhatian konsumen. Pesan kesehatan melalui informasi yang menonjolkan manfaat kesehatan beras organik akan memberikan daya tarik tambahan dibandingkan dengan produk beras biasa.

Mendukung keberlanjutan merek dibangun melalui konsistensi *branding* yaitu dengan kemasan elemen desain yang dapat menciptakan pengenalan merek yang kuat dan dapat membantu membangun loyalitas konsumen. Kemasan yang dapat menyampaikan pesan transparansi, keberlanjutan, dan kualitas dapat memperkuat citra merek dalam waktu jangka panjang. Menciptakan daya tarik pasar modern dengan menekankan tren konsumen akan lebih cenderung memilih produk yang mendukung gaya hidup sehat dan berkelanjutan. Desain kemasan yang mencerminkan nilai-nilai ini akan menarik segmen pasar yang lebih luas.

Desain label dan kemasan dapat mempengaruhi citra produk beras organik dengan cara membentuk persepsi kualitas, mendukung klaim organik, menciptakan hubungan emosional, dan membangun kepercayaan konsumen. Dengan desain yang efektif, maka produk beras organik akan dapat memperkuat identitasnya sebagai pilihan sehat dan ramah lingkungan, sekaligus meningkatkan daya saing pasar.



Gambar 2. Desain Kemasan Kardus Beras Patani

- **Desain Label dan Kemasan Beras Organik Dapat Meningkatkan Minat Beli dan Daya Saing Produk di Pasar Lokal dan Regional**

Desain label dan kemasan beras organik yang tepat dapat meningkatkan minat beli dan daya saing produk di pasar lokal dan regional. Produk beras organik dari Desa Cikurubuk dapat dijual dengan desain kemasan yang lebih menarik dan kemasan yang lebih profesional, unik, dan sesuai dengan tren pasar akan lebih mudah menarik perhatian konsumen, terutama di pasar yang kompetitif. Untuk menjaga konsistensi dan identitas merek maka desain label dan kemasan beras organik akan membantu menciptakan kesan yang kuat terhadap pelanggan.



Gambar 3. Desain Kemasan Beras Organik

Kemasan yang estetis, modern, dan bersih menarik perhatian konsumen di toko ataupun di platform online tampil karena kombinasi warna yang alami yakni putih dan coklat dapat memberikan kesan sehat dan organik serta meningkatkan daya tarik produk. Kemasan dengan transparan dapat memungkinkan konsumen untuk melihat kualitas beras secara langsung, dan dapat memberikan rasa percaya serta meningkatkan minat beli konsumen. Label yang menonjolkan manfaat kesehatan juga dapat memberikan alasan yang kuat bagi konsumen untuk memilih produk ini. Sertifikat resmi pada label tentu juga dapat membangun kepercayaan dan memastikan kualitas produk, meningkatkan keyakinan konsumen terhadap pembelian.

Desain yang menceritakan asal usul produk ataupun dampaknya terhadap lingkungan dan komunitas petani dapat menciptakan hubungan emosional dengan konsumen, terutama yang peduli pada aspek keberlanjutan. Desain yang unik juga dapat membantu produk beras organik lebih menonjol dibandingkan dengan beras konvensional, sehingga konsumen akan lebih mudah untuk mengenali dan memilihnya. Menonjolkan aspek lokal seperti penggunaan bahan baku dari petani setempat dapat meningkatkan kebanggaan dan preferensi konsumen lokal. Penggunaan fitur ziplock atau klip untuk kemasan yang dapat ditutup kembali dapat meningkatkan kenyamanan konsumen dan memberikan nilai tambah dibandingkan dengan produk pesaing.

Di pasar regional yang lebih luas, konsumen cenderung dapat memilih produk yang menggunakan kemasan ramah lingkungan. Seiring dengan meningkatnya kesadaran akan gaya hidup sehat desain kemasan yang menonjolkan manfaat kesehatan produk beras organik

menjadi nilai tambah yang bersifat signifikan. Desain yang professional dan premium dapat memberikan daya tarik universal, memungkinkan produk beras organik dapat bersaing dengan merek regional lainnya. Dengan strategi desain yang tepat, maka produk beras organik tidak hanya mampu bertahan tetapi juga unggul di pasar lokal dan regional.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pengembangan label dan kemasan beras organik di Desa Cikurubuk. Sebanyak **lima orang mitra** berhasil memiliki desain label dan kemasan yang lebih menarik, informatif, dan sesuai dengan standar pasar. Selain itu yang terlibat telah mendapatkan pelatihan mengenai pentingnya branding dan desain kemasan dalam meningkatkan citra produk. telah diproduksi dan mulai digunakan dalam pemasaran beras organik. Evaluasi terhadap respons pasar menunjukkan bahwa **konsumen** memberikan tanggapan positif terhadap kemasan baru, yang dianggap lebih menarik dan profesional. Dengan adanya pengembangan ini, daya saing produk beras organik dari Desa Cikurubuk meningkat, membuka peluang pemasaran yang lebih luas baik di pasar lokal maupun modern.

KESIMPULAN

Sebagai bagian dari Kesimpulan pengembangan label dan kemasan beras organik di Desa Cikurubuk terbukti memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan citra produk beras organik yang dihasilkan oleh petani setempat. Dengan mengutamakan aspek desain yang menarik, informasi yang jelas dan edukatif, serta penggunaan bahan kemasan yang ramah lingkungan, produk beras organik dari Desa Cikurubuk memiliki potensi untuk menarik minat konsumen lebih luas dan memperkuat posisi produk tersebut di pasar. Selain itu, penerapan label dan kemasan yang sesuai standar juga dapat memberikan nilai tambah, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta mendukung keberlanjutan usaha pertanian organik di desa tersebut. Berdasarkan temuan dalam penelitian ini, beberapa saran yang dapat diberikan untuk pengembangan label dan kemasan beras organik di Desa Cikurubuk adalah sebagai berikut:

- **Peningkatan Edukasi dan Sosialisasi:**
Penting untuk terus memberikan edukasi kepada petani dan produsen mengenai pentingnya desain kemasan yang efektif dan informatif. Hal ini dapat dilakukan melalui pelatihan atau workshop yang melibatkan desainer kemasan dan ahli pemasaran.
- **Peningkatan Kualitas Kemasan :**
Untuk semakin meningkatkan daya tarik dan kesan positif pada produk, pengusaha beras organik di Desa Cikurubuk sebaiknya terus berinovasi dalam penggunaan bahan kemasan yang lebih ramah lingkungan serta memiliki daya tahan yang baik.
- **Pemasaran yang Lebih Luas :**
Agar citra produk semakin dikenal, perlu adanya strategi pemasaran yang lebih luas, baik secara online maupun offline, dengan memanfaatkan media sosial, situs web, maupun kerja sama dengan retailer atau supermarket organik.
- **Kolaborasi dengan Lembaga Pemerintah atau Swasta :**
Pemerintah setempat maupun lembaga swasta yang memiliki kepedulian terhadap pertanian organik dapat berperan aktif dalam memberikan dukungan teknis dan finansial dalam pengembangan label dan kemasan produk.

Pengembangan label dan kemasan beras organik di Desa Cikurubuk, dapat disimpulkan bahwa upaya ini memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan citra produk beras organik dari petani lokal. Dengan fokus pada desain menarik, informasi yang jelas, dan penggunaan bahan kemasan ramah lingkungan, produk tersebut memiliki potensi besar untuk menarik minat konsumen lebih luas dan memperkuat posisinya di pasar. Implementasi standar kemasan yang sesuai juga dapat memberikan nilai tambah, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta mendukung keberlanjutan pertanian organik di desa tersebut.

Dengan adanya langkah-langkah tersebut, diharapkan beras organik dari Desa Cikurubuk dapat semakin dikenal, diterima, dan diminati oleh pasar, yang pada gilirannya akan meningkatkan kesejahteraan petani dan mendukung keberlanjutan pertanian organik di wilayah tersebut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian masyarakat mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Widyatama yang telah membantu dan memfasilitasi tim pengabdian masyarakat dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat. Terima kasih juga tim pengabdian masyarakat ucapkan kepada mitra pengabdian masyarakat yang sudah membantu terlaksananya pengabdian masyarakat.

REFERENSI

- Anwar, R. W., Bahari, D. I., Hasbiadi, H., Rahim, A., & Adelina, F. (2023). Strategi Pengemasan Berbasis Smart Packaging (Vacuum Sealer) Sebagai Upaya Menciptakan Brand Beras Organik di Kabupaten Kolaka. *Agribios : Jurnal Ilmiah*, 21(2), 301–308. Retrieved from <https://www.unars.ac.id/ojs/index.php/agribios/article/view/3828/2774>
- Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya Kemasan terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Sosio E-Kons*, 10(1), 20. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i1.2223>
- Arifin, Z., Pratiwi, N. A., & Brata, B. D. (2021). Persepsi Konsumen Terhadap Makanan Organik Dan Pembentukan Strategi Business Canvas Pada Start Up Organic Market Di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(4), 1461–1476. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n4.p1461-1476>
- Citra, D., Terhadap, M., & Pembelian, K. (2024). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Kualitas Yang Dipersepsikan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Cair Di Kota Ambon. *JURNAL ADMINISTRASI TERAPAN*, 3(1), 315–322.
- Fauziridwan. (2024). Branding Strategy di Era Digital.
- Ginting, C., & Hartati, F. A. (2023). Analisis Minat Beli Konsumen Berdasarkan Kemasan Produk Makanan dan Minuman. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 28195–28203.
- Ginting, F. R. (2022). Pengaruh Kemasan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening (Studi kasus pada toko WN kosmetik Medan). *Universitas Medan Area*, 1–43.
- Hasanah, Y., Hanum, H., & ... (2020). Upaya Meningkatkan Produksi Beras Organik sebagai Produk Pangan Sehat Unggulan di Deli Serdang. *Talenta Conference ...*, 3(2). <https://doi.org/10.32734/anr.v3i2.964>
- Preliana Dewi, P. C. E., Relawati, R., & Mufriantje, F. (2023). Willingness To Pay Beras Merah Organik “Beraskita” Di Perum Bulog Sub Divre Madiun. *SEPA: Jurnal Sosial*

- Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis, 20(1), 45.
<https://doi.org/10.20961/sepa.v20i1.54775>
- Rahman, A. F., & Anggalih, N. N. (2023). Inovasi Desain Kemasan Berkelanjutan Untuk Produk Ecoprint. *Desgrafia*, 1(1), 157–170. Retrieved from <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/desgrafia/article/view/54860><https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/desgrafia/article/download/54860/43621>
- Riska Putri Siregar, et al. (2025). ANALISIS PESAN DESAIN PADA KEMASAN PRODUK MAKANAN, 4(1), 1–23.
- Sabolo, T., Limi, M. A., Ode, L., & Dedu, A. (2024). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Pembelian Beras Organik Di Hypermart, 4, 3061–3075.
- Sekarlaranti, A., & Junaedi, S. (2016). Persepsi Konsumen Terhadap Warna, Tipografi, Bentuk Grafis Dan Gambar Pada Kemasan Produk Dengan Pendekatan Multidimensional Scaling. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan| Journal of Theory and Applied Management*, 6(1), 9–24. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v6i1.2656>
- Syavardie, Y., Imran, I., & Badri, J. (2019). Analisis Faktor – Faktor Konsumsi Beras Organik Dan Non Organik Di Padang Panjang Sumatera Barat. *EKONOMIKA SYARIAH : Journal of Economic Studies*, 3(1), 32. <https://doi.org/10.30983/es.v3i1.767>
- Widiati, A. (2020). Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkh) Di “Mas Pack” Terminal Kemasan Pontianak. *JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)*, 8(2), 67–76. <https://doi.org/10.26418/jaakfe.v8i2.40670>