

LABEL PEMBUNGKUSAN MAKANAN
DALAM INDUSTRI KECIL DAN SEDERHANA
DI NEGERI PERAK:

SUATU PERSPEKTIF KREATIVITI

**NUR HISHAM IBRAHIM (PhD),
RIZAL AZNI DAHAMAN**

FACULTY OF ART & DESIGN,
UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA,
SERI ISKANDAR CAMPUS,
SERI ISKANDAR, 32610,
PERAK, MALAYSIA

ABSTRAK

Kertas kajian ini merupakan kajian penulis terhadap tahap penghasilan label pembungkusan makanan dalam industri kecil dan sederhana (IKS) di negeri Perak, Malaysia. Pembungkusan makanan ringan adalah satu aspek yang penting dalam menjual dan memasarkan sesuatu produk. Kreativiti label pembungkusan yang menarik memujuk pengguna untuk membeli barangan tersebut.

Kajian yang dijalankan ini melalui observasi dan kualitatif, adalah untuk melihat sejauh mana penghasilan label pembungkusan sedia ada selain faktor kekangan yang mempengaruhi penghasilan label pembungkusan makanan.

Hasil penemuan kajian dapat membantu pengusaha makanan IKS serta pihak berwajib memainkan peranan masing-masing dalam mengenengahkan produk makanan tempatan ke pasaran yang lebih global dan berdaya saing.

PENGENALAN

Selain daripada faktor harga, promosi dan lokasi, label pembungkusan dan persembahan produk yang baik adalah penting dalam pemasaran. Tujuan utama penggunaan label pembungkusan yang menarik adalah bertujuan meningkatkan imej produk. Terutamanya dari segi rekabentuk pembungkusan dan pelabelan yang bersesuaian dengan kehendak pasaran. Sehingga kini, kebanyakan usahawan IKS di negeri Perak belum mampu untuk menyediakan pembungkusan dan pelabelan yang sesuai dengan kehendak perundangan dan pasaran samada tempatan dan global.

Menurut Laszlo Roth (1990) beliau menyatakan kepentingan pembungkusan bukan hanya untuk mengekalkan kualiti tetapi salah satu strategi pemasaran barangan. Pembungkusan dan label yang tidak menarik akan memberi impak yang negatif terhadap barangan yang dipasarkan. Ini adalah kerana produk tersebut direka bagi menarik pengguna untuk membeli barangan selain daripada mengekalkan kualiti dan kesegaran produk.

Label pembungkusan telah menjadi salah satu keperluan serta penting dalam persaingan bagi memasarkan produk. Penggunaan bahan yang sesuai serta pendekatan kreativiti yang menarik memberi kesan kepada penghasilan label pembungkusan.

KEPENTINGAN KAJIAN

Hasil daripada kajian, penulis telah mengenalpasti beberapa kepentingan yang boleh dinilai seperti berikut:

- Memberikan gambaran sejauh mana masalah yang dihadapi oleh pengusaha IKS dalam penghasilan label pembungkusan.
- Peranan pihak-pihak yang terbabit dalam membantu pengusaha IKS untuk membina kesedaran tentang kepentingan label pembungkusan produk.
- Dapat dilihat jurang perbezaan kreativiti label pembungkusan pengusaha IKS dan pengusaha yang lebih besar.
- Memberi cadangan kepada pengusaha IKS untuk memperbaiki kreativiti label pembungkusan bagi meningkatkan pasaran ke arah yang lebih global.

OBJEKTIF KAJIAN

Objektif utama kajian adalah untuk mengkaji faktor yang mempengaruhi penghasilan kreativiti label pembungkusan makanan industri kecil dan sederhana di negeri Perak. Secara tidak langsung dapat memberi gambaran akan masalah utama yang mempengaruhi kreativiti label pembungkusan pengusaha IKS tersebut.

Beberapa objektif utama telah digariskan dan ditetapkan bagi menjalankan penyelidikan berkenaan kajian ini, antaranya adalah seperti berikut:

- Mengkaji sejauh mana kualiti penghasilan kreativiti label pembungkusan makanan yang sedia ada oleh pengeluar IKS.
- Mengkaji faktor-faktor yang menghadkan pengeluar IKS untuk menghasilkan label pembungkusan makanan yang lebih menarik.
- Mengenalpasti jurang perbezaan penghasilan label pembungkusan oleh pengusaha IKS dengan pesaing.
- Membantu memberi cadangan-cadangan yang berkaitan dengan peranan kreativiti label pembungkusan makanan bagi meningkatkan jualan produk.

ISU-ISU LATAR

Mengikut dapatan pengkajian dari literature, terdapat beberapa isu yang dikenal pasti bagi menyokong penulis dalam kajian yang dijalankan. Antaranya ialah melalui sumber yang ditulis seperti berikut;

“Walaupun MECD mengambil peranan sebagai pemangkin terhadap pengwujudan perkongsian bijak di antara pihak pengeluar dengan pengedar namun masih terdapat segelintir pengusaha IKS yang masih kabur akan peranannya. Ini juga disebabkan faktor ketidak berkesan label pembungkusan yang sedia ada.”
(www.mecd.gov.my).

Berdasarkan artikel yang dipetik dari Utusan Malaysia (22 Disember 2006) dalam ruangan agro;

“Kesediaan produk IKS untuk memasuki dan bersaing di pasaran global masih terhad. Produk-produk mereka masih lagi berdepan isu tidak bersaing di pasaran, kualiti rendah dan tidak konsisten, keselamatan diragukan, pembungkusan dan label yang tidak menarik dan sesuai. Akibatnya, usahawan terpaksa bersaing sesama sendiri di pasaran domestik yang kecil dan semakin sesak. Ciri-ciri produk, jenama, pembungkusan, label dan perkhidmatan sokongan produk merupakan aspek yang perlu diberi perhatian bagi memastikan produk berjaya di pasaran dan memberi pulangan yang menguntungkan.”

Begitu juga artikel yang dipetik dari (www.idesa.net.my) seperti berikut;

“Dalam memasarkan produk bagi industri kecil dan sederhana perlu diwujudkan satu mekanisme pembungkusan yang berkualiti selain perancangan, penyelarasan dan pemantauan secara menyeluruh di peringkat yang lebih global.”

PENEMUAN

Berdasarkan isu latar yang dikenalpasti, secara keseluruhannya sebanyak 8 pengusaha produk makanan IKS yang sesuai di negeri Perak telah dipilih sebagai responden bagi tujuan menjalankan kajian.

Responden dipilih berdasarkan kriteria yang sesuai dengan tajuk kajian iaitu berdasarkan label pembungkusan yang tidak kreatif (visual 1, 2 & 3). Responden juga telah dihubungi terlebih dahulu bagi mendapat persetujuan untuk ditemubual bagi menjayakan kajian ini.



Visual 1

Produk makanan IKS #1
2016



Visual 2

Produk makanan IKS #2
2016



Visual 2

Produk makanan IKS #2
2016

Berikut adalah beberapa penemuan yang telah dikenalpasti hasil dapatan dari temubual yang telah dijalankan oleh penyelidik:

KEPENTINGAN LABEL PEMBUNGKUSAN

Kajian mendapati terdapat perbezaan yang amat ketara dari segi sejauh mana kepentingan dan peranan label pembungkusan terhadap pengeluar IKS di negeri Perak. Kebanyakan pengeluar peka atau sedar tentang peranan pembungkusan namun kurang sedar atau sensitif terhadap kepentingan label pembungkusan itu sendiri dalam mempengaruhi jualan produk IKS.

Perbezaan dapat dilihat dari segi pendapat yang amat bersetuju dan kurang bersetuju tentang pentingnya menghasilkan label pembungkusan yang menarik.

PASARAN YANG TERHAD

Kajian mendapati bahawa pasaran produk IKS terutamanya dari segi label pembungkusan yang tidak menarik amat terbatas. Pasaran mereka hanya tertumpu di kawasan luar bandar sahaja. Pasaran di kawasan bandar pula hanya dapat diterima di kedai-kedai runcit. Malah boleh dikatakan pengedaran hasil keluaran pengusaha IKS dilakukan oleh pengusaha IKS itu sendiri.

Ini menghadkan pengedaran mereka ke pasaran yang lebih luas. Syarikat pengedar yang lebih besar tidak berani untuk memasarkan produk IKS kerana kualiti label pembungkusan yang tidak kreatif. Secara tidak langsung jumlah keluaran produk dihasilkan dalam jumlah yang kecil. Akibat itu pengusaha IKS di negeri Perak tidak berani untuk melabur bagi mencetak pembungkusan yang baru dalam kuantiti yang banyak dan lebih kreatif.

Bagi menjimatkan kos, label pembungkusan hanya dibuat salinan dalam jumlah yang amat kecil dan diulang salinan sahaja.

KOS

Mengikut pengkajian beberapa faktor yang diutarakan oleh pihak responden adalah berkaitan dengan kos:

- Pinjaman - responden berpendapat mereka tidak mahu mengambil risiko dengan mengambil pinjaman yang tinggi kerana keuntungan yang diperolehi belum pasti pulangannya.
- Mencetak - kos mencetak pembungkusan amat tinggi bergantung kepada jenis produk, saiz dan bahan pembungkusan yang hendak digunakan.
- Khidmat Perunding - khidmat Perunding biasanya dikenakan bayaran mengikut rekaan yang dibuat dan bergantung kepada syarikat khidmat perunding tersebut.
- Peranan Pihak Kerajaan - walaupun responden tahu tentang kepentingan label tetapi tiada saluran dari pihak-pihak yang terbabit bagi memberi khidmat nasihat atau tunjuk ajar. Kebanyakannya responden pernah menghadiri kursus yang berkenaan tetapi tiada tindakan susulan dibuat oleh pihak terbabit.

CADANGAN

Berdasarkan daripada penemuan-penemuan yang dicatatkan sepanjang temubual dijalankan, penulis telah membentuk beberapa cadangan yang boleh membantu pengusaha IKS dan pihak-pihak yang terbabit bagi meningkatkan tahap kesedaran tentang kepentingan label pembungkusan makanan.

KURSUS BERKAITAN LABEL PEMBUNGKUSAN

Perlu diadakan kursus-kursus yang lebih relevan kepada pengusaha IKS khususnya kepada pengusaha makanan ringan di negeri Perak. Pihak yang menganjurkan kursus seharusnya memantau dan memastikan ianya berjalan dengan lancar dan label yang kreatif dapat dikeluarkan.

PERANAN PIHAK KEWANGAN

Disarankan supaya pengusaha IKS perlu diberi pinjaman yang lebih bersesuaian dengan sumber pembiayaan kerana ianya adalah perkara terpenting buat pengusaha IKS. Bagaimanapun sering kali kedengaran bahawa kebanyakan pengusaha IKS terutamanya bumiputera sentiasa dikaitkan dengan kekurangan aliran tunai.

Oleh itu kerajaan telah menubuhkan sebuah bank khusus iaitu SME Bank dalam usaha mempertingkatkan lagi sektor ini untuk perusahaan kecil dan sederhana dan pelbagai agensi dalam pelaksanaan memajukan IKS.

Pihak yang terbabit sepatutnya turun padang dan mengeratkan diri dengan pengusaha-pengusaha IKS serta membenarkan pengusaha berkenaan menerima maklumat yang sepatutnya dalam menjayakan sesebuah usaha. Selain daripada itu, sistem kewangan moden telah mendedahkan kita kepada banyak perkara yang sebelumnya sukar diatasi.

Contohnya, setiap pembiayaan perniagaan khususnya peminjam, memerlukan pinjaman yang dibayar secara ansuran bulanan tetap yang kadangkala boleh membebankan. Setelah pelaksanaan pelan dibuat, pengusaha dan pihak-pihak yang memberi pinjaman harus memantaunya. Kreativiti dan inovasi perancangan kewangan boleh membantu meletakkan industri IKS di Malaysia ke tahap yang lebih global.

MEWUJUDKAN HUB PEMASARAN

Perlu diwujudkan HUB untuk memasarkan serta memudahkan pihak IKS untuk menempatkan produk mereka di tempat-tempat yang lebih strategik. Pemantauan dibuat bagi memastikan perjalanan proses pemasaran berjalan dengan lancar dan sistematik.

KHIDMAT RUNDING PERIKLANAN

Pihak Kerajaan perlu membentuk atau mewujudkan agensi khidmat runding periklanan yang dapat membantu pengusaha IKS berkaitan reka bentuk pembungkusan dan periklanan dengan mengenakan kos yang minimum tetapi berkualiti dan berdaya saing setanding produk antarabangsa.

KERJASAMA IKS DENGAN PASARAYA DAN INSTITUSI

Mewujudkan kerjasama di antara pasaraya-pasaraya terkemuka di dalam negara bagi membantu memasarkan produk-produk IKS. Pasaraya harus memberi peluang dan ruang yang lebih luas kepada pengusaha IKS untuk mempamerkan dan menempatkan produk IKS di tempat yang strategik dan dapat menarik perhatian pengguna. Kerjasama yang lebih kukuh harus dijalinkan bagi meningkatkan produktiviti yang lebih efisien dan memberi manfaat kepada kedua belah pihak.

Selain itu mewujudkan kerjasama di antara institusi atau fakulti seni dalam membantu pengusaha dalam mereka bentuk label pembungkusan dan penjenamaan. Program usahasama ini boleh dijadikan sebagai tugas pelajar dalam memberi pendedahan projek sebenar sebagai pereka grafik dan persediaan selepas bergraduat.

KESIMPULAN

Berdasarkan kajian dan analisa, penemuan dan cadangan seperti di atas, penulis membuat kesimpulan bahawa label pembungkusan amat penting bagi memasarkan produk khususnya produk makanan IKS. Cara label itu sendiri dipersembahkan juga memainkan peranan yang besar bagi meningkatkan hasil pengeluaran produk.

Dapat dirumuskan bahawa sesetengah pengusaha IKS memberi pendapat yang positif dimana mereka sedar tentang kepentingan label pembungkusan makanan produk tersebut tetapi beberapa kekangan yang berkaitan timbul bagi menjanakan penghasilan mereka. Ini termasuklah masalah-masalah pemasaran, kos pinjaman serta khidmat runding.

Sehubungan dengan itu beberapa faktor cadangan telah dinyatakan bertujuan membantu mengatasi masalah terhadap penghasilan label pembungkusan yang kreatif dan berdaya saing. Dengan harapan dapatan dan cadangan ini dapat membantu pengusaha produk makanan IKS dalam meningkatkan hasil jualan dan seterusnya meningkatkan ekonomi negara.

R E F E R E N C E S

Calver, Giles (2004). What is Packaging Design, Rotovision.

Catherine Fishel, Stacey King Gordon (2007). The Little Book Of Big Packaging Ideas, Rockport.

David E. Carter, (2004). American Corporate Identity 2005, Harper Design International.

Gavin Ambrose and Paul Harris, (2003). This End Up: Original Approaches to Packaging Design.

Giles Calver, (2004). What Is Packaging Design? Essential Design Handbooks

G. McDonald, (6-7Mac 1990). National Seminar On Packaging For Export, Kuala Lumpur.

Jankowski, Jerry (1998). Shelf Space : Modern Packaging Design 1945 - 1965, Chronicle Books.

Leon G.Schiffman and Leslie Lazar Kanuk, (2000) Consumer Behavior, 7th edition.

Moha Asri Hj. Abdullah, (1997) Industri Kecil di Malaysia: Pembangunan dan Masa Depan.

Leonard, Edmund A. (1996). Packaging, Marcel Dekker.

Leslie Cabarga, (2004). Logo, Font & Lettering.

Opie, Robert (1989). Packaging Source Book.

Robin Landa, (2004). Advertising By Design - Creating visual communications with graphic impact, John Wiley & Sons, Inc.

S M Mohamed Idris, (1986). Malaysian Consumers and Development.

<http://www.ides.net.my>

<http://www.mecd.gov.my>