



DP505 – Desain Kemasan
Sinergitas Desain Produk
dan Kemasan Indonesia



Untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Kreatif

Jayakarta Hotel, 7 Desember 2012

INDONESIAN PACKAGING FEDERATION

Ariana Susanti



PACKAGING TODAY

Dalam era globalisasi saat ini, desain kemasan mempunyai peranan yang sangat penting karena akan selalu terkait dengan komoditi yang dikemas dan sekaligus merupakan nilai jual dan citra produk *Packaging is a silent salesman*



technology breakthrough...

Desain Kemasan

◆ Desain Produk / Bentuk



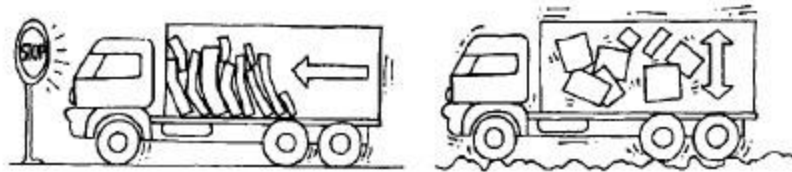
◆ Desain Grafis / Dekorasi



Desain kemasan adalah konsep bentuk, bahan, teknik, biaya, dan kegunaan serta target konsumen / pasar yang divisualisasikan dalam desain produk dan grafis

Kategori Kemasan

- ◆ Consumer Package
- ◆ Transport Package



Bahan Kemasan

- Kertas, Karton, Karton Bergelombang / Corrugated Carton Box
- Kemasan Plastik Rigid / Kaku
- Kemasan Plastik Fleksibel / Lentur
- Logam / Metal Can
- Gelas Kaca
- Karung (Tenun Plastik & Goni)
- Lain – lain (Kombinasi)



Regulasi Kemasan

- ▶ UU No. 7 Tahun 1996 tentang Pangan disebutkan perlunya pengaturan kemasan pangan terutama bahan yang dinyatakan terlarang dan/atau yang dapat melepaskan cemaran yang merugikan atau membahayakan kesehatan manusia.
- ▶ UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dinyatakan bahwa Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- ▶ PP No. 28 Tahun 2004 tentang Keamanan, Mutu dan Gizi Pangan diatur tentang bahan kemasan yang dilarang dan bahan yang diijinkan.
- ▶ Peraturan Kepala Badan POM RI No. HK 00.05.55.6497 tentang Bahan Kemasan Pangan, yang memuat bahan yang diizinkan dan yang dilarang untuk digunakan sebagai bahan kemasan pangan.
- ▶ PP No. 24 Tahun 2010 tentang pencantuman logo tara pangan dan kode daur ulang pada kemasan pangan dari plastik.
- ▶ PP No. 81 Tahun 2012 tentang Pengelolaan Sampah sebagai pelaksana UU Nomor 18 Tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah.



PET



HDPE



V



LDPE



PP



PS



OTHER



ORGANISASI PENGEMASAN DI INDONESIA

IPF	Federasi Pengemasan Indonesia Indonesian Packaging Federation
APGI	Asosiasi Produsen Gelas / Kaca Indonesia Indonesian Glass Manufacturers Association
APHINDO	Asosiasi Industri Plastik Hilir Indonesia Association of Indonesian Downstream Plastic Industries
APKI	Asosiasi Pulp & Kertas Indonesia Association of Indonesian Pulp & Paper Industries
APKKI	Asosiasi Produsen Kemas Kaleng Indonesia Association of Indonesian Can Packaging Manufacturers
GIATPI	Gabungan Industri Aneka Tenun Plastik Indonesia Indonesian Woven Polyolefin Manufacturers Association
INAPLAS	Asosiasi Industri Aromatik, Olefin & Plastik Indonesia Association of Indonesian Aromatic, Olefin & Plastic Industries
PICCI	Perhimpunan Industri Corrugated Cardboard Indonesia Indonesian Corrugated Cardboard Industries Association
ROTOKEMAS	Asosiasi Industri Kemas Fleksibel Indonesia / Rotokemas Association of Indonesian Flexible Packaging Industries

ORGANISASI PENGEMASAN DUNIA

WPO

Federasi Pengemasan se Dunia

World Packaging Federation

www.worldpackaging.org



Negara – negara anggota WPO:

Argentina, Australia, Austria,
Bangladesh, Bolivia, Brazil,
China, Colombia, Czech Republic,
Denmark, Finland, Germany, Ghana,
Greece, Hungary, India, Indonesia,
Israel, Italy, Japan, Kenya, Korea,
Latvia, Lebanon, Lithuania, Mexico,
Netherlands, Nigeria, Norway,
Philippines, Poland, Russia,
Singapore, South Africa, Spain,
Sri Lanka, Sweden, Switzerland,
Tanzania, Thailand, Tunisia, Turkey,
Ukraine, United Kingdom, USA.

Partisipasi Indonesia di ajang Internasional – Packaging Design Contest



When technical meet creativeAre you the ONE ?

PackindoStar (skala nasional) & **AsiaStar** (skala regional
& **WorldStar Awards** (skala dunia)

Judging Criteria & Multiplication Factors

Innovation
Functionality / Convenience
Graphic Appeal
Appropriateness / Efficiency
Environmental Performance
Overall Impression



HASIL YANG TELAH DICAPAI INDONESIA 2007-2012

Kategori: Consumer Pack, Transport Pack, Eco Pack & Student



Sejak tahun 2007, sebanyak 66 produk desain kemasan (53 industri, 13 student) dari Indonesia telah berhasil dihantarkan oleh IPF menjadi pemenang di tingkat Asia dan bahkan beberapa diantaranya sampai keperingkat dunia.



Pemenang kontes Packindo Star Awards ini akan mendapat pengakuan nasional dan menerima "Certificate of Recognition" dan berhak mengikuti AsiaStar Award Contest (www.asianpackaging.org) dan World Star Award Contest. (www.worldpackaging.org)

Indonesia

- 241 juta penduduk = negara ke 4 terbesar di dunia
- 17,840 pulau (negara maritim)
- 55% usia dibawah 25 tahun (dominasi anak muda)
- 87% moslem
- 1.068 suku bangsa & 665 bahasa daerah
- Flora fauna sebanyak 3.025 species
- Seni & budaya : 300 seni tari tradisional



Untitled-1 @ 66,7% (Layer 11, RGB/8) *

LATAR BELAKANG

- Belum adanya usaha untuk meningkatkan nilai tambah produk Indonesia agar mampu berdaya saing di pasar domestik maupun internasional.
- Industri kreatif dalam desain belum berperan sebagai sumber perekonomian yang dapat diandalkan karena kurangnya kebijakan-kebijakan yang menunjang sehingga belum tercipta sinergi yang positif dalam inovasi desain.
- Belum terdata secara optimal para desainer maupun organisasi profesi di bidang desain produk dan kemasan.
- Belum tercapainya efektifitas dan keterpaduan kegiatan antar lintas Kementrian yang terkait dalam pembinaan UKM sehingga terkesan tumpang tindih dan kurang adanya koordinasi.

PERMASALAHAN



- Daya saing bangsa yang melemah, diperlukan peningkatan Sinergi antara Pemerintah (lintas Kementrian), Perguruan Tinggi, Dunia Industri dan Wilayah dalam pengembangan SDM.
- Hasil-hasil penelitian dan pengembangan oleh Pemerintah belum tersosialisasikan dan teraplikasikan dengan baik ke dunia industri.
- Masih kurangnya penelitian yang berbasis inovasi yang dapat dikembangkan untuk menjadi industri ekonomi kreatif untuk menciptakan pasar baru.
- Belum adanya kemitraan yang terpadu dan belum tercapainya Link & Match antara Perguruan Tinggi, Dunia Industri dan Wilayah setempat untuk mendukung pengembangan ekonomi kreatif.

TUJUAN

- Meningkatkan forum komunikasi dan jejaring antar Kemenparekraf dengan para pelaku desain produk dan kemasan.
- Meningkatkan kerjasama dan sinergitas dalam rangka pengembangan desain produk dan kemasan.
- Membahas berbagai hal terkait peran organisasi desainer sebagai rekanan pemerintah untuk mengembangkan industri kreatif, dimana diperlukan kekompakan serta kesiapan para anggota agar kerjasama ini dapat mencapai hasil yang maksimal.

GOAL

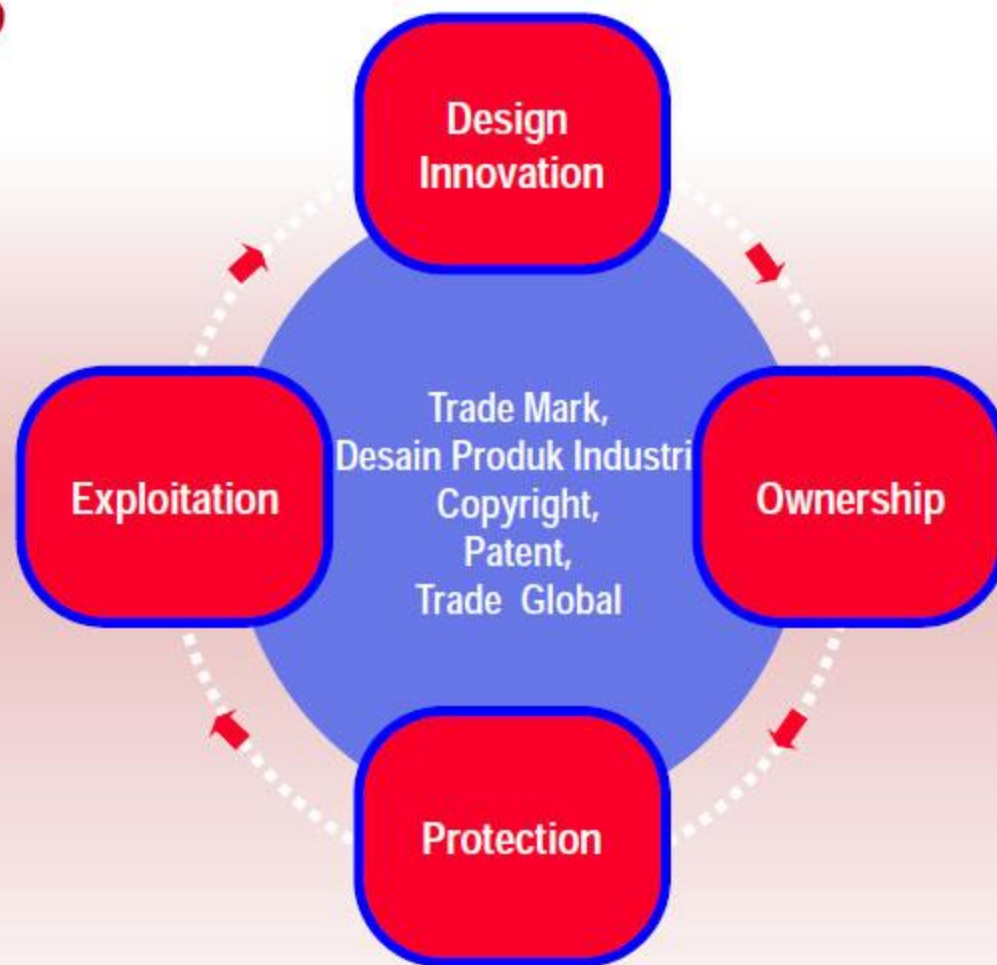
TERBENTUKNYA **FORUM DESAIN PRODUK DAN KEMASAN** SEBAGAI WADAH UNTUK MENYATUKAN VISI & MISI DALAM KREATIFITAS DAN INOVASI DESAIN PRODUK DAN KEMASAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN PERAN DESAINER UNTUK KEGIATAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT.

ADANYA **REKOMENDASI BAGI PEMERINTAH** SEBAGAI REKANAN ORGANISASI, BERUPA PROGRAM KERJASAMA YANG EFEKTIF DARI MASING-MASING ORGANISASI PROFESI AGAR DAPAT BERSINERGI DALAM MENSUKSESKAN BERBAGAI PROGRAM PEMERINTAH DALAM MENUMBUH KEMBANGKAN EKONOMI KREATIF.

ROAD MAP

Terciptanya Apresiasi
Good Design 2012-2020

Dengan adanya UU Desain
Industri tentang
pemahaman HKI
patut diapresiasi
namun masih diperlukan
esensi implementasi UU
HKI – khususnya UU Desain
Industri yang berlaku di
Indonesia.



ROAD MAP

Terciptanya Apresiasi
Good Design 2012-2020

1

- Forum Desainer sebagai organisasi profesi yang solid

2

- Integritas layanan Desain Produk & Kemasan

3

- Peningkatan kapasitas Desainer Produk & Kemasan

4

- Pengembangan UKM dan kewirausahaan

5

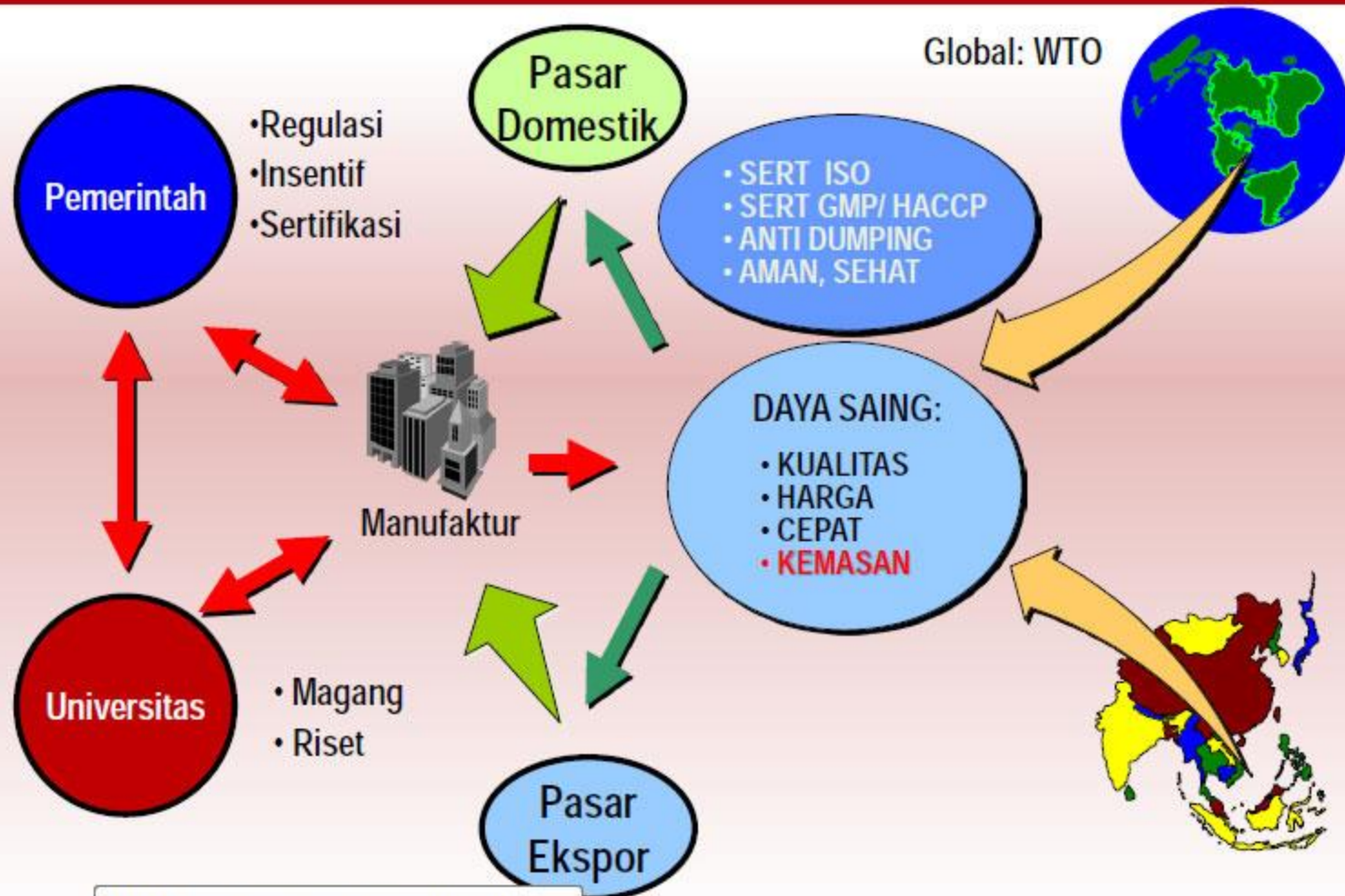
- Sinergi Desain Produk & Kemasan menuju pasar global

GLOBALISASI - KOMPETISI

- Persaingan menjadi ketat karena setiap pemain **berlomba memperebutkan bagian** pada pasar potensial yang sama.
- **Besaran bagian pasar** ditentukan oleh kesiapan para produsen dalam bersaing di pasar tersebut.
- **Perlu nilai tambah** agar produk dapat lebih memiliki daya tarik sebagai modal bersaing di pasar global.
- **Diperlukan Pengembangan Desain** agar Produk dapat lebih memiliki nilai tambah.



Daya Saing Global



*Sinergitas desain produk &
kemasan menuju
pasar global*



NEGARA PRODUSEN / NEGARA KONSUMEN?

Sekian
td 12-2021