

BAGAIMANA PACKAGING MAMPU NAIKKAN JUALAN PRODUK ANDA

Disediakan oleh: Afiqa Anis Tarmizu

Pernahkah ketika anda berjalan di pasar raya atau melayari media sosial, kemudian mata anda tertumpu kepada satu produk hanya kerana bekas atau kotaknya yang terlihat eksklusif? Walaupun anda belum mengetahui bagaimana rasa atau kualitinya, hati kecil anda sudah berbisik, "Wah, eksklusifnya produk ni!"

Itulah yang dikenali sebagai *first impression* ataupun pandangan pertama. Bagi usahawan PMKS, pembungkusan (*packaging*) bukan lagi sekadar alat untuk melindungi produk daripada rosak atau tumpah. Hari ini, *packaging* merupakan aspek penting yang mempengaruhi reaksi pelanggan terhadap produk anda. Kajian pasaran menunjukkan bahawa sekitar 70% pengguna mengaku bahawa reka bentuk pembungkusan mempengaruhi keputusan pembelian mereka apabila melihat produk di rak kedai (The Paper Worker, 2021).

Dari Biasa Kepada 'Premium'



Antara sebab utama mengapa anda perlu menaik taraf pembungkusan adalah untuk menaikkan nilai persepsi (*perceived value*) produk anda.

Bayangkan produk sambal garing. Jika ia diisi di dalam plastik biasa yang diikat getah, harganya mungkin sekitar RM5. Namun, jika sambal yang sama diisi di dalam balang kaca yang kemas, ditutupi dengan pelekat (*sticker*) kalis air bermutu tinggi dan reka bentuk grafik yang minimalis tetapi moden, pelanggan tidak akan ragu-ragu untuk membayar lebih daripada RM5, kemungkinan RM15 hingga RM20.

Usahawan perlu tahu bahawa pelanggan bukan sahaja membayar untuk produk di dalamnya, tetapi mereka membayar untuk pengalaman dan rasa 'premium' yang dibawa oleh pembungkusan tersebut.

Impak 'Instagrammable'



Zaman sekarang, sebelum makan atau menggunakan sesuatu produk, apa yang kita buat dulu? Ya, ramai akan mengambil gambar dan memuat naik ke Instagram, TikTok atau status WhatsApp!

Apabila anda menghasilkan reka bentuk pembungkusan yang unik, estetik dan menonjol, anda sebenarnya sedang menggalakkan pelanggan untuk melakukan pemasaran percuma untuk anda. Fenomena *unboxing* (membuka kotak produk) kini menjadi trend besar. Kotak yang kemas, diselitkan kad ucapan terima kasih yang comel, atau dibalut dengan *paper wrap* khusus akan membuatkan pelanggan berasa dihargai.

Tanda dipaksa, mereka akan berkongsi gambar produk anda di media sosial mereka. Seterusnya, rakan-rakan mereka pula akan bertanya, "Eh, beli kat mana ni? Cantiknya kotak!"

Pilihan Mesra Alam



Satu lagi *trend* yang tidak boleh diabaikan oleh usahawan ialah kesedaran tentang alam sekitar. Pengguna hari ini terutamanya generasi millennial dan Z lebih cenderung untuk memilih jenama yang bertanggungjawab kepada alam sekitar (NielsenIQ, 2023).

Jadi, penggunaan pembungkusan yang mesra alam (*biodegradable*, kotak kitar semula, atau beg kain *reusable*) memberi nilai tambah yang sangat besar kepada perniagaan anda.

Anda boleh meletakkan label kecil seperti "100% Kitar Semula" atau "Sayangi Bumi". Ini bukan sahaja membantu alam sekitar, tetapi membina reputasi yang positif bahawa perniagaan komuniti anda adalah sebuah perniagaan yang progresif dan beretika.



TIPS MUDAH UNTUK MULA TUKAR PACKAGING ANDA HARI INI!

• **Kekalkan Konsep Minimalis:**
Jangan penuhkan hiasan pada kotak atau botol sehingga teks penting sukar dibaca. Reka bentuk yang ringkas, bersih dan menggunakan kombinasi warna yang tepat selalunya nampak lebih eksklusif di mata pelanggan.

• **Gunakan Aplikasi Percuma:**
Anda tidak perlukan bajet ribuan ringgit untuk mengupah pereka grafik profesional di peringkat awal ini. Sebaliknya, manfaatkan aplikasi dan platform percuma seperti Canva yang menyediakan beribu template kotak dan label produk yang moden dan boleh diubah suai mengikut identiti perniagaan anda.

• **Pastikan Praktikal:**
Sejujurnya, rupa pembungkusan yang estetik itu penting, tetapi praktikal tetap menjadi nombor satu. Pastikan bekas produk anda tidak mudah bocor, kotak mudah dibuka dan ditutup semula, serta saiznya mesra untuk urusan penghantaran (postage).

KESIMPULAN

Jangan biarkan produk anda yang berkualiti tinggi dan dihasilkan dengan penuh keringat dipandang rendah hanya kerana bungkusannya yang kurang menarik. Jadikan pembungkusan sebagai pelaburan strategik, bukan kos semata-mata. Apabila pembungkusan anda mula memikat mata, jualan anda akan mula meroket! Selamat mencuba!

1

2

3

SUMBER RUJUKAN

NielsenIQ. (2023). The sustainability imperative: How green packaging drives premium pricing and consumer loyalty. NIQ Global Sustainability Report. NielsenIQ. (2023). The sustainability imperative: How green packaging drives premium pricing and consumer loyalty. NIQ Global Sustainability Report

The Paper Worker. (2021). The impact of product packaging on consumer buying decisions [Industry Report]. The Paper Worker Marketing Insights. Diambil daripada <https://www.thepaperworker.com>

