

UPAYA MENINGKATKAN KUALITAS PEMASARAN DARI SEGI KEMASAN PADA UMKM SAMBEL SEREH MAK BANIH DI DESA PURWAMEKAR, KARAWANG

Sinta Anjelia , Afif Hakim

Program Studi Teknik Industri, Falkutas Teknik

Email : ti18.sintaanjelia@mhs.ubpkarawang.ac.id

afif.hakim@ubpkarawang.ac.id

Abstrak

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan bentuk implementasi kegiatan pengabdian pada masyarakat dalam rangka dapat memberikan manfaat untuk masyarakat sekitar. Universitas Buana Perjuangan Karawang (UBP) yang memberlakukan KKN secara hybrid (online-offline) yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan melalui strategi pemasaran digital pada UMKM. Salah satunya yaitu Sambel sereh Mak Banih yang terbuat dari olahan sereh, bawang merah, kunyit, kacang tanah, cabai, garam, terasi, dan lempuyang. namun dengan adanya kendala pada kemasan yang masih tradisional dan juga kemasan yang kurang menarik, produk ini kurang dapat bersaing dengan produk serupa dari kompetitor. Melalui perancangan ini, ingin membuat kemasan Sambel Sereh Mak Banih ini dapat memenuhi fungsi-fungsi dalam pengemasan dan juga meningkatkan brand image. Dan diharapkan produk ini mampu bersaing dengan kompetitor dan juga menarik lagi calon konsumen dari berbagai kalangan

Kata kunci: Perancangan, Kemasan, Sambal Sereh

Abstract

The Real Work Lecture Program (KKN) is a form of implementing community service activities in order to provide benefits to the surrounding community. Universitas Buana Perjuangan Karawang (UBP) which applies hybrid KKN (online-offline) which aims to increase sales through digital marketing strategies for MSMEs. One of them is the Mak Banih Lemongrass Sambel which is made from processed lemongrass, shallots, turmeric, peanuts, chili, salt, shrimp paste, and lempuyang. however, with the constraints of traditional packaging and unattractive packaging, this product is less able to compete with similar products from competitors. Through this design, we want to make the Sambel Sereh Mak Banih packaging able to fulfill the functions in packaging and also improve the brand image. And it is hoped that this product will be able to compete with competitors and also attract potential consumers from various circles

Keywords: Packaging, Design, Sambal Sereh

Pendahuluan

Desa Purwamekar merupakan salah satu desa yang berada di kecamatan Rawamerta kabupaten karawang. Desa Purwamekar mempunyai luas wilayah Luas wilayah 4.911.34 Ha (Darat 728,695 LaHan Sawah 4.182,645 Ha), Suhu udara rata-rata maksimal 30 derajat celcius dan minimal 27 derajat celcius. Dengan adanya luas lahan tanah kering ini beberapa warga memanfaatkan lahan tersebut sebagai tempat untuk mendirikan UMKM.

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan bentuk implementasi kegiatan pengabdian pada masyarakat dalam rangka dapat memberikan manfaat untuk masyarakat sekitar. Universitas Buana Perjuangan Karawang (UBP) yang memberlakukan KKN secara hybrid (online-offline). Pada program kegiatan meningkatkan penjualan melalui strategi pemasaran digital bertujuan untuk meningkatkan Brand Awareness pada UMKM dan menarik konsumen untuk melakukan pembelian.

Di desa purwamekar terdapat sebuah UMKM yakni sambel sereh mak banih didirikan pada tahun 1984 yang beralamatkan di dusun krajan kabupaten karawang. Sambal adalah salah satu dari berbagai jenis variasi sambal di Indonesia, sambal Sereh merupakan bumbu makanan yang bahan pembuatannya berupa sereh, bawang merah, kunyit, kacang tanah, cabai, garam, terasi, dan lempuyang. Sambel Sereh biasa digunakan untuk pendamping makanan yang dapat divariasikan dengan berbagai jenis lauk.

Sambel Sereh Mak Banih adalah suatu merek dari sebuah usaha rumahan yang memproduksi dan menjual sambal Sereh pada tahun 1984 oleh Mak Banih . Pada awalnya, Sambel Sereh ini hanya dipasarkan di sekitaran Desa Purwamekar.

Produk sambal Sereh Mak Banih memiliki banyak Khasiat . Hal ini dikarenakan sambal Sereh Mak Banih mempunyai banyak khasiat yaitu : menambah nafsu makan dari (Lempuyang) kandungan antimikroba yang ada pada (Sereh) sebagai antiseptic dan mengurangi kolesterol, mengurangi kembung dan membantu memperhalus kulit dari (Kunyit). Karena adanya resep tradisional dan teknik pengolahan yang maka sambal pecel ini dapat bertahan selama 3 hari dalam kulkas karna tidak ditambahkan pengawet makanan, hal ini tentunya merupakan nilai tambah dari segi kesehatan, praktis dan tetap terjaga kualitas rasanya

Pada saat pemasaran, sambal Sereh Mak Banih ini hanya menggunakan kemasan Daun Pisang dengan teknik di lipat, melalui teknik ini kualitas sambal Serehtetap tidak bertahan lebih lama. Sambal Sereh Mak Banih telah memiliki rasa dan kualitas yang bagus, namun karena adanya kemasan yang kurang begitu baik mengurangi nilai produk. Oleh karena

itu akan dirancang kemasan yang memenuhi fungsi pengemasan, fungsi ekonomi, fungsi distribusi serta faktor ergonomi, estetika dan identitas.

Metode

Metode perancangan yang digunakan dalam perancangan desain kemasan produk sambal Sereh adalah metode perancangan primer dan sekunder, proses ini didapatkan dari cara:

a. Wawancara

Wawancara diperlukan untuk menggali informasi dari sejarah produk, ciri produk, dan fungsi produk. Wawancara dilakukan secara langsung dengan menemui narasumber sekaligus produsen sambal

b. Observasi

Observasi dilakukan secara langsung dengan mendatangi tempat produksi yang berada di Desa purwamekar, Kecamatan Rawamerta, Observasi juga dilakukan dengan melihat proses produksi, mengamati pengemasan, serta melihat target audience yaitu pembeli sambal Sereh.

c. Metode Analisis Data

Data yang telah didapatkan kemudian dianalisa menggunakan metode SWOT, hal ini dilakukan agar dapat memilah kekuatan, kelemahan, kesempatan dan ancaman, baik secara internal maupun eksternal (pesaing).

d. Konsep

Konsep perancangan difokuskan pada media kemasan. Media yang akan dipilih nantinya akan dirancang untuk memenuhi desain kemasan yang dibagi menjadi tiga jenis ukuran dan tiga jenis varian tingkat rasa pedas. Kemasan nantinya memiliki ketahanan serta menggunakan desain yang dapat menarik visual. Hal ini dikarenakan agar produk mempunyai inovasi kemasan secara fungsi dan estetika, serta dirancang sesuai dengan budget yang bisa dijangkau oleh produsen dan tidak terlalu berpengaruh pada harga penjualan tetapi menambah nilai identitas baru dari sambal Sereh Mak Banih.

Alat / Instrumen Pengumpulan Data Instrumen dan alat pengumpulan data yang digunakan adalah kertas, alat tulis, daftar pertanyaan, laptop, kamera digital, dan handphone/smartphone

Hasil Peneletian dan Pembahasan

Desain kemasan yang dirancang bertujuan untuk memperbaiki kemasan lama yang memiliki masalah pada ketahanan kemasan dan juga bertujuan merubah citra dan visual kemasan. Produk merupakan hasil tradisional yang sepenuhnya menggunakan bahan-bahan yang berasal dari alam. Perancangan desain kemasan sambal pecel Bumbu Ndeso dilakukan setelah meninjau desain kemasan yang dinilai kurang memenuhi fungsi-fungsi kemasan seperti fungsi pengemasan, fungsi ekonomi, fungsi estetika dan fungsi distribusi. Tak hanya itu, dalam kemasan produk juga kurang memiliki fungsi komunikasi dan informasi yang memadai, terlihat dari label pada kemasan yang sederhana dan kurang menarik. Berikut contoh kemasan yang selama ini digunakan oleh sambal Sereh Mak Banih :



Gambar 1. Kemasan Lama Sambal Sereh Mak Banih

Sumber : Data Penulis (2022)

Dari segi teknis desain masih mempertahankan unsur tradisional, seperti warna dan ilustrasi. Sedangkan untuk logo menggunakan logotype berupa nama dari produk yaitu Sambal Sereh Mak Banih , hal ini dilakukan agar tetap menjaga identitas produk dan juga sudah sesuai dengan spesifikasi produk yang menggunakan bahan-bahan dari alam.

1. Konsep Perancangan

Konsep awal dari perancangan desain kemasan ini adalah produk memiliki ciri khas tradisional dan alami, dengan adanya perubahan terhadap kemasan fisik dan juga *branding* terhadap produk merupakan awal positif untuk mengambil kesempatan atau *opportunity* dikalangan para pesaing, hal ini dikarenakan belum adanya inovasi yang dilakukan para pesaing terhadap kemasan yang digunakan pada produk mereka yaitu Sambal Sereh Mak Banih.

Gaya desain yang digunakan untuk desain perancangan ini adalah perpaduan antara tradisional dan modern, hal ini dilakukan untuk menggabungkan karakteristik produk yaitu tradisional yaitu dari warna dan juga ilustrasi *background* yang digunakan, serta unsur modern

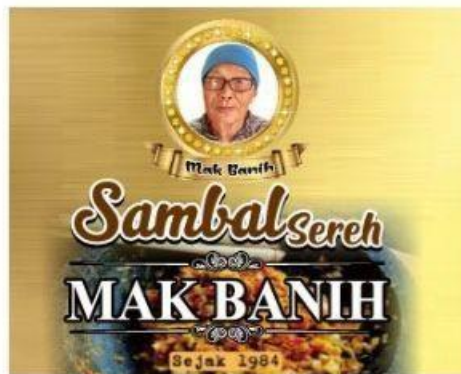
berupa jenis *typeface* yang digunakan, media informasi berupa *barcode scanner* maupun logo yang digunakan. Penggabungan ini diharapkan bisa menjadi jembatan untuk memberi jalan produk agar bisa diterima di masyarakat yang mulai memasuki era global tanpa meninggalkan unsur tradisional produk.

Sistem buka tutup yang ada pada kemasan sambal pecel Bumbu Ndeso dibuat secara sederhana, hal ini dilakukan agar memudahkan konsumen untuk membuka kemasan dan mengeluarkan produk yang ada tanpa ada kesulitan serta menutup kembali kemasan sehingga produk dapat bertahan lebih lama bila ada sisa dalam kemasan.

Warna yang digunakan pada perancangan ini adalah warna Kuning Tua untuk logo, penggunaan warna ini dikarenakan untuk memvisualisasikan produk yang memakai Kunyit dan Sereh sebagai bahan utama dalam pembuatan atau produksi sambal Sereh yang mempresentasikan warna Kuning. Sedangkan untuk warna background pada kemasan .

2. Proses Desain

Logo yang digunakan merupakan logo yang telah didesain sebelum memasuki tahap proses perancangan kemasan.



Gambar 2. Logo Sambal Sereh Mak Banih

Sumber : Data Penulis (2022)

Sedangkan kemasan yang digunakan sebagai media informasi kepada konsumen agar dapat mengetahui beberapa pesan yang diberikan atau diperlukan, seperti brand image, komposisi produk, tanggal kadaluarsa, cara penyajian, tempat atau asal produksi, serta juga sebagai media komunikasi antar produsen dan konsumen.



Gambar 3. Gambar kemasan Sambal Sereh Mak Banih

Sumber : Data Penulis (2022)

Kemudian untuk penggunaan kemasan wadah plastik LDPE dikarenakan bahan yang tahan terhadap kebocoran dan juga tahan dari beberapa kondisi yang dapat merusak produk seperti benturan, dan tahan air, serta juga penggunaan kembali untuk wadah tempat lain saat produk telah dikonsumsi habis bisa dijadikan untuk wadah lain dan bersifat *reusable* atau dapat digunakan kembali.



Gambar 4. kemasan wadah Botol Plastik Sambal Sereh Mak Banih

Sumber : Data Penulis (2022)



Gambar 4. Hasil Akhir Sambal Sereh Mak Banih

Sumber : Data Penulis (2022)

Sambal Sereh Mak Banih kini sudah memiliki branding dan logo sebagai suatu identitas produk, kemudian kemasan fisik produk lebih tahan terhadap berbagai kondisi saat distribusi produk sampai ke tangan konsumen, hal ini membuat konsumen lebih percaya akan isi dalam produk yang sepenuhnya higienis dan juga terjamin keamanannya.

Kesimpulan dan Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Dengan pembaharuan kemasan pada produk sambal Sereh Mak Banih, baik dari material kemasan maupun citra kemasan yang baru dapat meningkatkan daya tarik baik konsumen tetap maupun calon konsumen dari berbagai usia, dan juga dapat dikonsumsi dari berbagai kalangan.
2. Sambal Sereh Mak Banih kini sudah memiliki branding dan logo sebagai suatu identitas produk, kemudian kemasan fisik produk lebih tahan terhadap berbagai kondisi saat distribusi produk sampai ke tangan konsumen, hal ini membuat konsumen lebih percaya akan isi dalam produk yang sepenuhnya higienis dan juga terjamin keamanannya untuk dikonsumsi.
3. Sambal Sereh Mak Banih dengan berbagai perubahan pada kemasan dan juga identitas produk menjadikan produk siap terjun menjadi pesaing yang dapat bertumbuh dan berkembang menjadi lebih besar dari sebelumnya, serta produk juga mampu untuk bersaing dengan berbagai kompetitor produk serupa. Sambal Sereh Mak Banih merupakan produk tradisional yang dapat bersaing di era global.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis memberikan beberapa rekomendasi terhadap UMKM sambel sereh mak banih sebagai berikut:

1. Dengan adanya inovasi-inovasi yang dilakukan terhadap produk, sambal Sereh Mak Banih bisa memiliki berbagai perkembangan dengan adanya branding yang baru memerlukan berbagai kerjasama dari berbagai pihak agar produk ini bisa lebih dikenal dengan jangkauan masyarakat luas seperti bagian- bagian lain dalam sebuah promosi produk.
2. Kemudian pentingnya menjaga kualitas dan identitas produk merupakan hal penting yang tidak boleh diabaikan oleh produsen untuk menjaga kepercayaan konsumen akan produk yang selalu dibutuhkan, seperti pelayanan dan informasi produk untuk menunjang nilai tambah dari produk yang dijual.
3. Untuk perancangan berikutnya diperlukan keterikatan produk dan visual grafis yang mendukung satu dengan yang lain, hal ini dilakukan agar produk yang dihasilkan dengan kondisi yang ada bisa saling terintegrasi dan saling menopang satu dengan yang lain.
4. Observasi terhadap pasar juga perlu diperhatikan, hal ini untuk melihat kondisi pasar pada waktu tertentu, seperti memahami apa yang diinginkan konsumen baik secara visual maupun produk yang dihasilkan sehingga target market yang dituju tepat pada sasaran dan perusahaan tetap bertahan serta mengikuti trend yang ada pada masyarakat.

Daftar Pustaka

- Calver, Giles. (2004) What is Packaging Design?. Switzerland: Roto Vision SA.
- Fishel, Catharine. (2003) Design Secrets Packaging. USA: Rockport.
- Klimchuk, Marianne R., dan Sandra Krasovec. (2007) Desain Kemasan Perancangan Merek Produk yang Berhasil Mulai Dari Konsep sampai Penjualan. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. (2007) 4P dan Packaging. Marketing 10.7 : 36.
- Rangkuti, Freddy. (2006) Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus, Bisnis. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wirya, Iwan. (1999) Kemasan yang Menjual. Jakarta: PT.Gramedia.