

## **ANALISIS SWOT *RE-DESIGN PACKAGING* DALAM STRATEGI PEMASARAN TELUR ASIN (STUDI KASUS PADA UMKM DESA BALONGGANDU)**

**Annisa Indah Pratiwi<sup>1</sup>, Muhamad Sayuti<sup>2</sup>, Afif Hakim<sup>3</sup>,  
N. Neni Triana<sup>4</sup>, Akda Zahrotul Wathoni<sup>5</sup>**

Prodi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Buana Perjuangan Karawang  
E-mail: [annisa.indah@ubpkarawang.ac.id](mailto:annisa.indah@ubpkarawang.ac.id)<sup>1</sup>

### **ABSTRAK**

Desain kemasan merupakan strategi pemasaran yang dapat digunakan sebagai alat identifikasi dalam pemasaran untuk mengkomunikasikan diferensiasi produk secara visual. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis SWOT pada packaging yang sudah dibuat serta dapat meningkatkan profit daripada UMKM itu sendiri. Pada penelitian ini peneliti menerapkan jenis packaging yang lebih modern dan lebih menarik dengan harga yang ekonomis. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan filsafat postpositivisme, di mana peneliti akan meneliti suatu kondisi objek yang alamiah dan peneliti menjadi instrumen kuncinya. Analisis SWOT menjadi teknik analisis data yang peneliti gunakan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman apa saja yang dihadapi oleh UMKM Telur Asin Super. Hasil daripada penelitian ini adalah analisis SWOT kemasan saling berkaitan dengan 4 elemen penting pada strategi pemasaran atau 4P dalam pemasarannya dengan cara perbaikan desain kemasan di UMKM Telur Asin Super. Analisis SWOT digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor pada desain kemasan yang sudah dibuat seperti kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi. Dengan analisis IFAS dan EFAS peneliti dapat menentukan strategi pasar terbaik untuk mengembangkan desain kemasan tersebut.

**Kata kunci:** Kemasan, Analisis SWOT, strategi pemasaran

### **ABSTRACT**

Packaging design is a marketing strategy that can be used as an identification tool in marketing to visually communicate product differentiation. This study aims to determine the SWOT analysis on the packaging that has been made and can increase profits from the UMKM themselves. In this study, researchers applied a more modern and more attractive type of packaging at an economical price. This study uses a qualitative descriptive research method. Qualitative research is a postpositivism philosophy, in which researchers will examine a condition of a natural object and the researcher becomes the key instrument. SWOT analysis is a data analysis technique that researchers use to find out the strengths, weaknesses, opportunities and threats faced by UMKM Telur Asin Super. The result of this Karawang, 28 Februari 2023

research is that the SWOT analysis of packaging is related to 4 important elements in the marketing strategy or the 4Ps in marketing by improving the packaging design at the UMKM Telur Asin Super. SWOT analysis is used in this study to determine the factors in the packaging design that have been made such as strengths, weaknesses, opportunities and threats faced. With the analysis of IFAS and EFAS researchers can determine the best market strategy to develop the packaging design.

**Keywords :** *Packaging, SWOT Analysis, Marketing Strategy*

## **PENDAHULUAN**

Sebagian besar UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di desa Balonggandu, kecamatan Jatisari, Jawa Barat memproduksi telur asin sebagai produk yang mereka pasarkan. Dalam melakukan pemasarannya para pelaku usaha telur asin ini masih banyak yang menggunakan metode tradisional. Dalam prinsipnya, dunia usaha baik itu usaha mikro maupun usaha makro tidak terlepas dari adanya pemasaran. Menurut Klimchuk dan Krasovec (2006) pemasaran merupakan perancangan dan eksekusi konsep dalam usaha untuk memenuhi tujuan individu maupun organisasi dalam target penjualan (DIKRIANSYAH, 2018). Mengingat semakin banyak produk sejenis yang beredar di pasaran, maka strategi pemasaran menjadi hal yang penting agar daya saing produk semakin tinggi. Strategi pemasaran memiliki empat elemen penting, dimana (4P) ini meliputi: produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*).

Ketidaktahuan para pelaku usaha tentang strategi pemasaran yang baik membuat usaha mereka kurang begitu dikenal dan kalah dengan kompetitor sejenis. Desain kemasan merupakan strategi pemasaran yang dapat digunakan sebagai alat identifikasi dalam pemasaran untuk mengkomunikasikan diferensiasi produk secara visual. Selain itu kemasan adalah salah satu kunci dalam menjaga kualitas produk, dimana produk nantinya akan terlihat lebih menarik dan tentu juga menjaga produk tetap higienis. Menurut Kottler dan Amstrong (2012) “*packaging involves designing and producing the container or wrapper for a product*” yang berarti, kemasan melibatkan kegiatan mendesain dan memproduksi, untuk melindungi produk (Nf Mufreni, 2016).

Freddy Rangkuti (2015) menyatakan analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan (Sundari

*et al.*, 2022). Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis SWOT pada *packaging* yang sudah dibuat serta dapat meningkatkan profit daripada UMKM itu sendiri. Pada penelitian ini peneliti menerapkan jenis *packaging* yang lebih modern dan lebih menarik dengan harga yang ekonomis.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan filsafat postpositivisme, di mana peneliti akan meneliti suatu kondisi objek yang alamiah dan peneliti menjadi instrumen kuncinya.

### Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan seperti pada tabel 1. dibawah ini

**Tabel 1** Waktu Penelitian

No	Waktu	Kegiatan
1	12 Juli 2022	Identifikasi masalah yang terjadi pada UMKM telur asin
2	14 Juli 2022	Menyiapkan desain labeling dan packaging untuk produk telur asin
3	15 Juli 2022	Survey pasar
4	17 Juli 2022	Pembelian packaging dan pencetakan label
5	19 Juli 2022	Packaging dan labeling diterapkan pada produk telur asin

Penelitian ini dilaksanakan di UMKM Telur Asin Super tepatnya di Dusun Kertamulya Rt/Rw 04/02, Desa Balonggandu, Kecamatan Jatisari, Kabupaten Karawang, Jawa Barat atau di UMKM Telur Asin Super milik ibu Ida Damiah.

### Target/Subjek Penelitian

Subjek yang akan peneliti gunakan dalam penelitian ini yaitu merupakan pemilik UMKM dan konsumen UMKM Telur Asin Super. Peneliti ingin mengetahui seberapa besar dampak dari sebelum dan sesudah adanya *packaging* pada produk telur asin tersebut. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan 3 cara, yaitu: observasi, wawancara, dan dokumentasi.

### Prosedur Penelitian

Karawang, 28 Februari 2023

Prosedur dalam penelitian ini meliputi:

1. Tahap pengumpulan data, pada bagian ini peneliti mengumpulkan data awal untuk selanjutnya diamati masalah yang terjadi di UMKM Telur Asin Super tersebut.
2. Tahap penelitian, pada bagian ini peneliti melakukan survei lapangan baik ke UMKM itu sendiri maupun ke para konsumen dengan menggunakan instrumen penelitian untuk mendapatkan solusi dari masalah yang ada.
3. Tahap pelaporan, dimana setelah semua data terkumpul kemudian data dianalisis, diolah, dan dibahas untuk mendapatkan sebuah kesimpulan.

### **Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data**

Sumber data yang peneliti gunakan pada penelitian ini yaitu merupakan data primer, dimana data primer ini diperoleh secara langsung melalui wawancara dan pencatatan lapangan kepada 10 orang narasumber. Sedangkan data sekunder diperoleh dari luar lokasi penelitian dan ada hubungannya dengan materi penelitian yang meliputi studi pustaka dan disiplin keilmuan yang mendukung serta mempunyai hubungan dengan kasus yang diamati.

Instrumen penelitian ini meliputi: lembar pengamatan, pedoman wawancara, dan kuesioner. Sedangkan teknik pengumpulan data pada penelitian ini meliputi:

1. Observasi, bertujuan untuk mengamati dan memperoleh data strategi pemasaran yang dilakukan UMKM Telur Asin Super secara langsung ke lokasi penelitian.
2. Wawancara, peneliti mendapatkan informasi secara lebih jelas dan akurat dimana wawancara ini dilakukan secara lisan antara peneliti dengan pemilik UMKM Telur Asin Super.
3. Dokumentasi, dimana peneliti menyebarkan kuesioner guna mendapatkan data dari para konsumen tentang bagaimana *packaging* sebelum adanya *re-design* dan setelah adanya *re-design*.

## **Teknik Analisis Data**

Analisis SWOT menjadi teknik analisis data yang peneliti gunakan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman apa saja yang dihadapi oleh UMKM Telur Asin Super. Menurut Rangkuti (2006) mengemukakan bahwa SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal *Strengths* dan *Weaknesses* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi dunia bisnis (Rahmayati, 2015). Oleh karena itu peneliti tertarik untuk menganalisis masalah yang ada dengan analisis SWOT khususnya pada *re-design packaging* produk UMKM Telur Asin Super.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Penelitian**

Sebelum menganalisis kekuatan dan kelemahan UMKM, peneliti melakukan analisis klasifikasi faktor internal dan eksternal.

1. Faktor Internal
  - a) Kekuatan (*Strengths*)
    - Harga tetap murah
    - Produk terlihat lebih menarik
    - Produk terjaga tetap higienis
  - b) Kelemahan (*Weaknesses*)
    - Pembelian bahan baku kemasan sulit
    - Tidak ada alat cetak untuk labeling
2. Faktor Eksternal
  - a) Peluang (*Opportunities*)
    - Permintaan pasar terus meningkat
    - Lebih unggul daripada pesaing
    - Produk lebih dikenal karena adanya labeling
  - b) Ancaman (*Threats*)
    - Pesaing yang mengikuti inovasi tersebut

Adapun cara-cara untuk menganalisis faktor internal (IFAS=*Internal Factor Analysis Summary*) dan (EFAS=*External Factor Analysis Summary*) adalah sebagai berikut:

Karawang, 28 Februari 2023

- 1) Kelompokkan masing-masing faktor baik internal maupun eksternal.
- 2) Pemberian bobot dilakukan dari 0,00 hingga 1,00 (dari tidak penting hingga sangat penting) untuk masing-masing faktor yang ada tergantung besarnya dampak dari faktor tersebut.
- 3) Pemberian rating skala dari 1-4 (dari paling berpengaruh hingga sedikit berpengaruh)
- 4) Setelah data didapatkan kemudian dilakukan perkalian antara bobot dengan rating sehingga diperoleh nilai untuk setiap faktor.

Berdasarkan faktor internal diatas dengan 2 faktor yaitu kekuatan dan kelemahan, maka matriks IFAS (*Internal factor Analysis Summary*) seperti pada Tabel 2 dibawah ini

**Tabel 2** Matriks IFAS

Faktor-faktor internal	Bobot	Rating	Skor
<b>Kekuatan :</b>			
1. Harga tetap murah.	0,30	3	0,90
2. Produk terlihat lebih menarik	0,35	4	1,40
3. Produk terjaga tetap higienis.	0,15	3	0,45
<b>Kelemahan :</b>			
1. Pembelian bahan baku kemasan sulit.	0,10	2	0,20
2. Tidak ada alat cetak untuk labeling.	0,10	1	0,10
<b>Jumlah</b>	<b>1,00</b>		<b>3,05</b>

Selanjutnya terdapat faktor eksternal dengan 2 faktor yang berbeda yaitu peluang dan ancaman EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) dapat dilihat pada Tabel 3 dibawah ini

**Tabel 3** Matriks EFAS

Faktor-faktor eksternal	Bobot	Rating	Skor
<b>Peluang :</b>			
1. Permintaan pasar terus meningkat.	0,25	2	0,50
2. Lebih unggul daripada pesaing.	0,25	3	0,75
3. Produk lebih dikenal karena adanya labeling.	0,35	2	0,7
<b>Ancaman :</b>			
1. Pesaing yang mengikuti inovasi tersebut.	0,15	2	0,30
<b>Jumlah</b>	<b>1,00</b>		<b>2,25</b>

Dari hasil analisis diatas didapatkan bahwa untuk jumlah untuk IFAS (*Internal factor Analysis Summary*) sebesar 3,05 dan untuk EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) sebesar 2,25. Setelah didapatkan hasil analisis daripada IFAS dan EFAS, selanjutnya yaitu dibuatkanlah matriks SWOT untuk mengetahui strategi yang tepat mengembangkan usahanya atau mengatasi permasalahan yang terjadi dapat dilihat pada Tabel 4

**Tabel 4** Matriks SWOT

Eksternal Internal	<b>Peluang (<i>Opurtunity</i>) :</b> 1. Permintaan pasar terus meningkat. 2. Lebih unggul daripada pesaing. 3. Produk lebih dikenal karena adanya labeling.	<b>Ancaman (<i>Threat</i>) :</b> 1. Pesaing yang mengikuti inovasi tersebut.
<b>Kekuatan (<i>Strenght</i>) :</b> 1. Harga tetap murah. 2. Produk terlihat lebih menarik. 3. Produk terjaga tetap higienis.	<b>Strategi SO :</b> 1. Pemanfaatan kemasan baru. 2. Labeling terus digunakan pada kemasan.	<b>Strategi ST :</b> 1. Menjadikan pesaing sebagai motivasi. 2. Adanya inovasi baru dari kemasan.
<b>Kelemahan (<i>Weakness</i>) :</b> 1. Pembelian bahan baku kemasan sulit. 2. Tidak ada alat cetak untuk labeling.	<b>Strategi WO :</b> 1. Menggunakan kemasan yang menarik namun ada di lingkungan sekitar UMKM.	<b>Strategi WT :</b> 1. Pemilik UMKM diajarkan cara mencetak dan mendesain labeling untuk membuat inovasi baru.

Pada tabel matriks SWOT terdapat faktor eksternal dan internal, selain itu juga terdapat 4 strategi seperti SO (mengggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang), ST (mengggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman), WO (meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang), WT (meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman).

Berikut merupakan *re-design packaging* yang mulanya menggunakan plastik, peneliti membuatnya menjadi lebih menarik dan lebih rapih dengan ditambahkan label pada kemasan, sebagai contoh labeling yang telah di *design* dapat dilihat pada Gambar 1 berikut.



**Gambar 1** Design Label Untuk Kemasan

Setelah label dibuat kemudian label di pasang pada kemasan mika seperti pada Gambar 2 berikut.



**Gambar 2** Final Design Packaging

### **Pembahasan**

Analisis SWOT digunakan pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman setelah adanya kemasan baru pada produk UMKM Telur Asin Super milik ibu Ida Damiah. Dengan menggunakan

analisis IFAS (*Internal factor Analysis Summary*) dan EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) peneliti kemudian membuat strategi seperti:

1. Strategi SO (*Strengths and Opportunities*), UMKM harus terus memanfaatkan kemasan baru yang sudah dibuat dan tidak menggunakan plastik lagi, labeling tetap digunakan agar konsumen mengenal produk Telur Asin Super.
2. Strategi ST (*Strengths and Treats*), meskipun sudah ada nya kemasan baru namun tidak menutup kemungkinan bahwa pesaing akan mengikuti inovasi tersebut, sehingga UMKM harus bisa menjadikan pesain itu sebagai motivasi dengan membuat *design* label terbaru lagi kedepannya.
3. Strategi WO (*Weakness and Opportunities*), UMKM menyisiati dengan membeli kemasan serupa namun dijual di sekitar lokasi UMKM agar mudah didapatkan.
4. Strategi WT (*Weakness and Treats*), UMKM mampu memahami cara pembuatan desain labeling agar terus membuat label dengan model-model terbaru.

Analisis SWOT pada penelitian ini berkaitan dengan 4 elemen penting strategi pemasaran atau yang biasa disingkat dengan 4P diantaranya: kemasan yang dapat melindungi kualitas *Product* (produk) tetap terjaga, *Price* (harga) kemasan tidak terlalu mahal sehingga UMKM tidak perlu menambahkan biaya yang cukup banyak, *Place* (tempat) UMKM yang berada di perkotaan membuat masyarakat lebih senang dengan kemasan yang baik, *Promotion* (promosi) memudahkan UMKM dalam hal mempromosikan produknya karena terdapat labeling yang membuat konsumen mudah mengenali produk Telur Asin Super.

## **KESIMPULAN DAN IMPLIKASI**

### **Kesimpulan**

Kemasan masa kini merupakan bagian integral dan penting dari sebuah merek karena turut menentukan persepsi visual pembeli terhadap produk yang dijual. Kemasan juga dapat meningkatkan profit daripada UMKM itu sendiri karena dengan desain kemasan dan label yang menarik dapat membuat konsumen tertarik

untuk membeli dan memudahkan konsumen dalam mengenali produk yang mereka beli.

Analisis SWOT digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor pada desain kemasan yang sudah dibuat seperti kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi. Dengan analisis IFAS dan EFAS peneliti dapat menentukan strategi pasar terbaik untuk mengembangkan desain kemasan tersebut.

Hasil daripada penelitian ini adalah analisis SWOT kemasan saling berkaitan dengan 4 elemen penting pada strategi pemasaran atau 4P dalam pemasarannya dengan cara perbaikan desain kemasan di UMKM Telur Asin Super.

### **Implikasi**

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti mendapatkan masih terdapat kendala yaitu UMKM masih belum mengetahui cara membuat desain packaging sendiri, oleh karena itu hal tersebut menjadi sebuah masukan agar kedepannya diadakan pelatihan terhadap UMKM agar dapat membuat labelingnya sendiri.

Diharapkan dengan adanya kemasan baru ini dapat meningkatkan minat konsumen dan menambah profit daripada UMKM Telur Asin Super tersebut.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Christine Suharto Cenadi (2000) 'Peranan Desain Kemasan Dalam Dunia Pemasaran', Nirmana, 2(2), pp. 92–103.

DIKRIANSYAH, F. (2018) 'No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title', Biomass Chem Eng, 3(2), p. <sup>٣٤٤٣٣٣</sup>.

Groot, K. de (2018) 'No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title', World Development, 1(1), pp. 1–15.

John, J. and Desipriani, D. (2021) 'Strategi Peningkatan Profit Pada Rumah Makan Patinku Melalui Re-Design Packaging', DeKaVe, 1(2), pp. 54–62.

Nf Mufreni, A. (2016) 'Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan Dan Bahan Karawang, 28 Februari 2023

- Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Teh Hijau Serbuk Tocha)', *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(2), pp. 48–54.
- Rahmayati (2015) 'Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Udang Beku PT. Mustika Mina Nusa Aurora Tarakan, Kalimantan Utara', *Jurnal Galung Tropika*, 4(1), pp. 60–67.
- Sholehuddin, T. A. (2018) 'Pengaruh Desain Kemasan Visual Terhadap Persepsi Kualitas Produk, Nilai Dan Preferensi Merek Pada Produk Es Krim Wall's', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 7(1), pp. 3–4.
- Sundari, S. et al. (2022) 'Analisis SWOT Dan Strategi Pemasaran Usaha Waralaba ( Studi Kasus Pada Cokelat Klasik Palangka Raya )', *Edunomics Journal*, 3(1), pp. 1–10.
- Syafa'at, A. and Wahid, A. (2020) 'Strategi Pemasaran Produk Sepatu Menggunakan Metode Analisis SWOT Dengan Matrik IFAS Dan EFAS Di PT. Bagoes Tjipta Karya', *Journal Knowledge Industrial Engineering (JKIE)*, 07(07), pp. 108–117.