

PERBAIKAN PACKAGING TELUR ASIN SEBAGAI PENINGKATAN OMSET PENJUALAN (STUDI KASUS PADA UMKM DESA BALONGGANDU)

Annisa Indah Pratiwi¹, Afif Hakim², Muhamad Sayuti³, N. Neni Triana⁴, Akda Zahrotul
Wathoni⁵

Prodi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Buana Perjuangan Karawang

E-mail: annisa.indah@ubpkarawang.ac.id¹

Abstrak

Desa Balonggandu merupakan desa induk yang berada di Kecamatan Jatisari, Kabupaten Karawang, dari beberapa pecahan desa. Sebagian besar UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di desa Balonggandu, kecamatan Jatisari, Jawa Barat memproduksi telur asin sebagai produk yang mereka pasarkan salah satunya UMKM telur asin milik Ibu Ida. Dalam melakukan pemasarannya para pelaku usaha telur asin ini masih banyak yang menggunakan metode tradisional. seperti Telur Asin salah satunya UMKM Telur Asin milik bu Ida. 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. Namun sayangnya kemasan telur asin milik ibu ida masih menggunakan plastik biasa. Perbaikan kemasan yang dilakukan adalah membuat kemasan dari mika dan diberikan labeling. Perbaikan kemasan dan labeling tersebut diharapkan dapat menarik minat konsumen sehingga meningkatkan daya beli.

Kata kunci—UMKM, Telur Asin, Kemasan, Labeling.

Abstract

Balonggandu Village is the main village located in Jatisari District, Karawang Regency, from several village fragments. Most of the MSMEs (Micro, Small and Medium Enterprises) in Balonggandu village, Jatisari sub-district, West Java produce salted eggs as a product they market, one of which is Ms. Ida's salted egg MSME. In marketing, many salted egg business actors still use traditional methods. such as Salted Eggs, one of which is MSME Salted Eggs belonging to Mrs. Ida. Ignorance of business actors about a good marketing strategy makes their business less well known and loses to similar competitors. Packaging design is a marketing strategy that can be used as an identification tool in marketing to visually communicate product differentiation. In addition, packaging is one of the keys to maintaining product quality, where the product will look more attractive and of course also keep the product hygienic. But unfortunately the salted egg packaging belonging to Mrs. Ida still uses ordinary plastic. The packaging improvements made were to make packaging from mica and label them. The improvement in packaging and labeling is expected to attract consumers' interest so as to increase purchasing power.

Keywords—SMEs, Salted Eggs, Packaging, Labeling.

Karawang, 28 Februari 2023

PENDAHULUAN

Desa Balonggandu merupakan salah satu desa di Kecamatan Jatisari, Kabupaten Karawang, yang terdiri dari beberapa pecahan desa yaitu Desa Kalijati, dan Desa Situdam, Desa Balonggandu berdiri pada tahun 1870, Desa Balonggandu berada pada daerah dataran rendah di pantai utara pulau Jawa. Sebagian besar wilayah desa merupakan kawasan pengembangan perumahan, pertanian, dan kawasan industri. Mayoritas penduduk Balonggandu bekerja sebagai karyawan swasta, pedagang, petani, dan usaha rumahan.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau yang sering disingkat UMKM ialah salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara maupun daerah, begitu juga dengan negara Indonesia. Usaha Mikro, Kecil dan menengah merupakan kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan menengah serta perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat (Fatwitawati, 2018).

Bebek merupakan salah satu unggas penghasil telur dan daging. Telur bebek jarang dimakan langsung karena baunya lebih amis dibandingkan telur unggas lainnya. Menurut kebiasaan masyarakat telur bebek dibuat menjadi telur asin, telur asin tidak hanya bisa menghilangkan bau amis pada telur, tetapi juga membuat telur bebek lebih awet.

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 Armstrong (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).

ANALISIS SITUASI

Desa Balonggandu memiliki jumlah penduduk terbanyak diantara desa-desa tetangga yang masih sedikit penduduknya. Dan sebagian besar wilayahnya digunakan untuk perumahan penduduk, menjadikan desa balonggandu salah satu lokasi yang tepat dan strategis bagi para pelaku usaha UMKM. Selain itu juga dikarenakan lokasi yang padat penduduk yang menjadi

Karawang, 28 Februari 2023

nilai lebih bagi para UMKM untuk mengembangkan usahanya, ditambah lagi pada umumnya fokus usaha yang dijalankan UMKM di Desa Balonggandu yaitu usaha yang bergerak di bidang makanan ringan, minuman, dan makanan cepat saji. 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. Menurut beberapa pendapat dari konsumen, kemasan merupakan salah satu hal yang dapat menarik untuk memutuskan membeli suatu produk. Kemasan yang baik juga dapat meningkatkan nilai jual dari produk tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam perancangan proses dan produk, perlu adanya perhatian terhadap pelaku usaha/UMKM untuk memperkirakan seperti apa misi atau citra yang terbaik dan memproyeksikan sedemikian rupa untuk menarik konsumen, salah satunya dengan memperhatikan packing produk.

Tahap awal dalam melakukan desain dilakukan pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan 3 cara, yaitu: observasi, wawancara, dan dokumentasi. Setelah dilakukan identifikasi selanjutnya dilakukan tahap desain awal. Kemasan yang awalnya menggunakan plastik diganti menggunakan mika yang terkunci. Selain itu, diberikan labeling sebagai salah satu ikon khas UMKM Telur asin milik Ibu Ida. 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

Re-design kemasan yang telah dibuat selanjutnya di presentasikan di aula Kantor Desa Balonggandu. Pelaksanaan kegiatan ini pada tanggal 21 Juli 2022. Pada jam 09.00 sampai dengan 12.00. Acara pertama diawali dengan registrasi dan pembukaan. Selanjutnya, dilanjutkan dengan pemaparan hasil desain kemasan yang telah dibuat. Dari pemaparan yang telah dilakukan, pelaku UMKM utamanya UMKM telur asin menyambut baik usulan perbaikan desain kemasan tersebut.



Gambar 3 Sosialisasi Re-design Packaging

KESIMPULAN DAN SARAN

Perancangan Redesign logo telur asin merupakan suatu konsep karya desain yang bertujuan untuk membangun citra packing lama agar lebih baik, dengan cara membuat desain logo baru dari brand telur asin khas desa Balonggandu yang difokuskan pada perancangan logo brand. Karawang, 28 Februari 2023

Hal ini dikarenakan logo merupakan salah satu bagian yang penting pada suatu brand yang tidak bisa ditinggalkan dan dapat untuk mengembangkan bisnisnya. Maka dari itu, perancangan logo baru beserta pengaplikasiannya sangatlah bermanfaat bagi pelaku UMKM untuk memenangkan persaingan bisnis dengan kompetitor lainnya.

Saran

1. Dalam merancang sebuah logo produk jangan hanya berfikir bagaimana menterjemahkan suatu kedalam sebuah logo tetapi perancang juga harus berpikir bagaimana menyesuaikan filosofi, prinsip desain dan juga citra yg ingin disampaikan kepada konsumen/ masyarakat luas.
2. Perancangan ini hanyalah salah satu alternatif desain yang masih perlu dikembangkan lagi. Untuk penulis berikutnya diharapkan dengan adanya penelitian ini bisa dilakukan untuk tahapan selanjutnya yaitu perancangan promosi, sehingga dari tahapan redesign ini akan berguna untuk membentuk citra yang di inginkan tersampaikan kepada masyarakat umum.
3. Saran bagi pelaku UMKM Telur Asin khas Desa Balonggandu untuk mempelajari beberapa hal yang ada kaitannya dengan promosi / pemasaran agar dapat menarik konsumen untuk Kemajuan UMKM Telur Asin melalui media media yang sudah di siapkan. Sehingga diharapkan dapat bersaing dengan brand brand yang sudah ada di pasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Fatwitawati, R. (2018). Pengelolaan Keuangan Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kelurahan Airputih Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. Sembadha: Seminar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat, 225–229
- 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 Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Teh Hijau Serbuk Tocha)’, *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(2), pp. 48–54.