

OPTIMALISASI REBRANDING DAN PACKAGING UMKM SUTERA 97 DESA SUMBER AGUNG, BENGKULU UTARA

¹Nella Tri Agustini, ²Vidya Sinta Billkis, ³Ardi Wasianto,
⁴Derby Deromero, ⁵Ahmad Dwi Setiawan, ⁶Ani Pasla Gani,
⁷Ghia Intan Sabrina, ⁸Sakinah

^{1,3,4,6,7,8} Universitas Bengkulu

²Universitas Lampung

⁵Institut Teknologi Sumatera

*E-mail : vidya.sinta21@students.unila.ac.id

Received August 2024, Accepted October 2024

ABSTRAK

Desa Sumber Agung, yang terletak di Kecamatan Arma Jaya, Kabupaten Bengkulu Utara, Provinsi Bengkulu merupakan wilayah dengan potensi sumber daya alam yang kaya, di mana mayoritas penduduknya adalah petani. UMKM Sutera 97 yang beroperasi di desa ini memanfaatkan kekayaan alam lokal untuk memproduksi berbagai produk makanan dan minuman, termasuk keripik dan minuman herbal. Saat ini, produk-produk UMKM Sutera 97 dipasarkan dengan kemasan *ziplock* bertuliskan stiker sederhana yang dinilai belum optimal dalam menarik minat konsumen dan membedakan produk dari pesaing. Optimalisasi desain kemasan diperlukan untuk meningkatkan daya tarik produk. Penelitian menunjukkan bahwa desain kemasan yang baik dapat memperbaiki citra produk dan meningkatkan nilai di mata konsumen. Desain visual kemasan yang menarik juga berperan penting dalam menciptakan persepsi positif terhadap kualitas produk dan mempengaruhi keputusan pembelian. Dengan mengadopsi desain kemasan yang lebih berkualitas dan khas, UMKM Sutera 97 berpotensi meningkatkan daya saing dan volume penjualannya di pasar lokal maupun nasional.

Kata Kunci: Kemasan, Produk, Optimal

ABSTRACT

SUMBER AGUNG VILLAGE, LOCATED IN ARMA JAYA SUBDISTRICT, NORTH BENGKULU REGENCY, BENGKULU PROVINCE, IS A REGION WITH RICH NATURAL RESOURCES, WHERE THE MAJORITY OF THE POPULATION ARE FARMERS. The Sutera 97 MSME, operating in this village, leverages local natural wealth to produce a variety of food and beverage products, including chips and herbal drinks. Currently, Sutera 97 MSME products are marketed in *ziplock* packaging with simple stickers, which are considered less than optimal in attracting consumer interest and differentiating the products from competitors. Optimizing packaging design is

necessary to enhance product appeal. Research indicates that good packaging design can improve product image and increase value in the eyes of consumers. Attractive visual packaging design also plays a crucial role in creating positive perceptions of product quality and influencing purchasing decisions. By adopting a higher-quality and more distinctive packaging design, Sutera 97 MSME has the potential to increase its competitiveness and sales volume in both local and national markets.

Keywords: *Packaging, Product, Optimize*

PENDAHULUAN

Desa Sumber Agung merupakan salah satu desa dari 12 (dua belas) desa yang ada di Kecamatan Arma Jaya, Kabupaten Bengkulu Utara, Provinsi Bengkulu. Mayoritas masyarakat desa ini adalah petani yang kaya akan sumber daya alam, dengan beragam jenis tanaman yang tumbuh di daerah tersebut. Potensi sumber daya alam inilah yang dimanfaatkan oleh UMKM Sutera 97 untuk menghasilkan produk. UMKM Sutera 97 adalah salah satu usaha mikro, kecil, dan menengah yang beroperasi di Desa Sumber Agung. UMKM ini bergerak di bidang industri makanan dan minuman, memanfaatkan kekayaan sumber daya alam lokal untuk memproduksi berbagai produk unggulan. Produk-produk yang dihasilkan meliputi aneka keripik, seperti keripik ubi, sale pisang, rengginang, dan presta singkong serta minuman herbal yang terbuat dari bahan-bahan alami seperti jahe, kunyit, temulawak, dan lain sebagainya.

Saat ini, produk UMKM Sutera 97 dipasarkan menggunakan kemasan *ziplock* dengan stiker bertuliskan Sutera 97. Meskipun telah menembus pasar lokal dan nasional, kemasan tersebut dinilai belum optimal dalam menarik minat konsumen dan membedakan produk dari pesaing. Dengan melakukan optimalisasi desain kemasan, seperti menggunakan bahan yang lebih berkualitas, desain yang lebih menarik, dan penerapan elemen visual yang khas, produk Sutera 97 dapat meningkatkan daya tariknya di mata konsumen. Sesuai dengan pendapat Widiati (2019), kemasan yang baik dapat memperbaiki citra produk dan menambah nilai produk tersebut.

Penelitian sebelumnya oleh (Sosianika et al., 2022) telah membuktikan bahwa peran desain visual kemasan berperan penting dalam menciptakan persepsi positif konsumen terhadap kualitas produk. Hal ini sejalan dengan temuan (Hasanah & Setiyo Pambudi, 2023) yang menyatakan bahwa semakin baik kemasan produk, termasuk bahan kemasan, daya tarik praktis, dan daya tarik visual, semakin besar pula pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, dengan mengoptimalkan desain kemasan, produk Sutera 97 tidak hanya dapat meningkatkan daya saing, tetapi juga berpotensi meningkatkan volume penjualan. Penelitian-penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa produk dengan desain kemasan yang menarik cenderung

lebih dipilih oleh konsumen dibandingkan dengan produk sejenis yang memiliki desain kemasan yang kurang menarik.

MATERI DAN METODE

Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 17 Juli 2024 di rumah produksi Sutera 97. Kegiatan ini dimulai dengan mengkomunikasikan permasalahan yang ada terkait kemasan produk sebagai bagian dari strategi *branding*. Metode yang digunakan dalam pendekatan ini mencakup *literature review* dan demonstrasi. Metode demonstrasi dilakukan dengan mempraktikkan secara langsung cara-cara untuk meningkatkan desain kemasan, menggunakan aplikasi Canva sebagai alat bantu. Sementara itu, *literature review* dilakukan dengan mengacu pada jurnal-jurnal yang relevan, yang diambil dari sumber-sumber yang diterbitkan antara tahun 2019 hingga 2023, termasuk yang ditemukan melalui Google.

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan secara langsung kepada pelaku UMKM Sutera 97 dan dimulai dengan diskusi tentang langkah-langkah dalam membuat desain kemasan, diikuti dengan optimalisasi desain kemasan dengan mempertimbangkan beberapa faktor penting. Selain itu, dijelaskan juga bagaimana desain visual kemasan sangat berperan penting dalam menciptakan persepsi positif konsumen terhadap kualitas produk, serta bagaimana hal tersebut berpotensi meningkatkan volume penjualan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peningkatan Kualitas Desain Kemasan

Peningkatan kualitas desain kemasan merupakan langkah strategis untuk meningkatkan daya tarik produk di pasar yang semakin kompetitif. Desain kemasan, termasuk penggunaan warna, logo, dan kemampuan untuk menyampaikan informasi dengan jelas, memiliki peran krusial dalam membentuk persepsi konsumen, mempengaruhi keputusan pembelian, dan membangun loyalitas terhadap merek (Mailani et al., 2023). Selain itu, pemilihan material berkualitas tinggi yang tahan lama dan ramah lingkungan juga sangat penting dalam meningkatkan persepsi positif konsumen terhadap produk.

Desain kemasan yang inovatif tidak hanya menarik perhatian tetapi juga dapat memberikan pengalaman positif bagi konsumen, yang pada gilirannya memperkuat posisi merek di pasar. Kemasan yang praktis dan mudah digunakan, serta mengandung elemen desain yang menarik, dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong mereka untuk kembali membeli produk tersebut. Oleh karena itu, investasi dalam desain kemasan yang berkualitas dan mempertimbangkan *feedback* konsumen dapat menjadi faktor kunci dalam memenangkan persaingan di pasar yang semakin kompetitif.

Potensi Pengembangan Lebih Lanjut Kemasan SUTERA 97

Salah satu UMKM yang berada di Desa Sumber Agung, Bengkulu Utara yaitu SUTERA 97 memiliki potensi yang besar dari segi kualitas sehingga dapat menjadi salah satu UMKM unggulan. Dalam hal ini pengembangan kemasan dapat menjadi salah satu cara untuk meningkatkan potensi dari UMKM SUTERA 97.

Kemasan memiliki peran penting dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), terutama dalam hal menciptakan identitas merek dan menarik perhatian pasar. Salah satu potensi pengembangan adalah dengan memanfaatkan teknologi desain yang lebih efisien dan biaya terjangkau. Platform desain digital dan *software* kemasan yang mudah diakses, dalam hal ini menggunakan aplikasi CANVA yang mana memungkinkan SUTERA 97 untuk menciptakan desain yang menarik dan profesional tanpa harus mengeluarkan biaya besar. Dengan mengadopsi teknologi ini, SUTERA 97 dapat meningkatkan daya tarik kemasan mereka dan bersaing lebih efektif di pasar.

Selain teknologi desain, potensi pengembangan lain terletak pada inovasi material kemasan. Penggunaan material yang ramah lingkungan dan berkelanjutan dapat memberikan nilai tambah yang signifikan, baik dalam hal citra merek maupun dalam memenuhi permintaan konsumen yang semakin sadar lingkungan. SUTERA 97 dapat mengeksplorasi bahan kemasan yang lebih inovatif, seperti bahan *biodegradable* atau kemasan yang dapat didaur ulang, untuk menarik konsumen yang peduli terhadap isu-isu lingkungan. Selain itu, material kemasan yang memiliki keunikan tersendiri, seperti tekstur atau warna yang khas, dapat membantu produk SUTERA 97 untuk lebih mudah dikenali dan diingat oleh konsumen.



Gambar 1. Kemasan Instan Jahe SUTERA 97 Sebelum di Desain Ulang



Gambar 2. Kemasan Instan Jahe SUTERA 97 Setelah di Desain Ulang

Pengembangan kemasan SUTERA 97 juga dapat difokuskan pada aspek fungsionalitas. Kemasan yang dirancang dengan baik tidak hanya memperhatikan penampilan visual tetapi juga kemudahan penggunaan dan penyimpanan. Dengan memperhatikan faktor-faktor seperti ukuran, bentuk, dan kemudahan membuka kemasan, SUTERA 97 dapat meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Kemasan yang memudahkan konsumen dalam menggunakan produk dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta mempengaruhi keputusan pembelian ulang,

Terakhir, kolaborasi dan kemitraan dengan desainer atau konsultan kemasan dapat menjadi langkah strategis dalam mengoptimalkan potensi pengembangan kemasan SUTERA 97. Melalui kemitraan ini, SUTERA 97 dapat mengakses keahlian dan wawasan profesional dalam merancang kemasan yang efektif dan sesuai dengan target pasar mereka. Konsultan kemasan dapat membantu SUTERA 97 dalam mengidentifikasi tren pasar terbaru, memahami preferensi konsumen, dan menciptakan kemasan yang tidak hanya menarik tetapi juga sesuai dengan strategi pemasaran keseluruhan. Dengan memanfaatkan berbagai peluang pengembangan ini, SUTERA 97 dapat meningkatkan daya saing mereka dan mencapai kesuksesan yang lebih besar di pasar.

Penguatan Identitas Merek dan Kemasan Sutera 97

Penguatan identitas merek merupakan langkah strategis yang krusial bagi keberhasilan produk di pasar yang semakin kompetitif. Sutera 97 sebagai produk makanan dan minuman yang berkualitas, perlu memperkuat identitas

mereknya agar dapat membedakan diri dari para pesaingnya. Identitas merek yang kuat tidak hanya mencakup logo atau slogan, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai yang dipegang oleh perusahaan, kualitas produk, dan bagaimana produk tersebut dirasakan oleh konsumen. Dengan memperkuat identitas merek, Sutera 97 dapat membangun loyalitas konsumen, meningkatkan kesadaran merek, dan pada akhirnya mendukung pertumbuhan penjualan.

Selain identitas merek, kemasan juga memainkan peran penting dalam memperkuat merek Sutera 97. Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai alat komunikasi yang efektif. Desain kemasan yang menarik dan fungsional dapat menarik perhatian konsumen, menyampaikan pesan merek, dan menciptakan pengalaman positif saat membuka produk. Kemasan yang dirancang dengan baik juga dapat mencerminkan kualitas dan keunggulan produk, serta mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dengan demikian, memperkuat kemasan Sutera 97 adalah langkah penting dalam membangun identitas merek yang kuat dan menarik.

Untuk mencapai penguatan identitas merek dan kemasan, Sutera 97 perlu melakukan riset pasar yang mendalam untuk memahami preferensi konsumen dan tren terkini dalam industri makanan dan minuman. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, Sutera 97 dapat menciptakan identitas merek dan desain kemasan yang relevan dan menarik bagi target pasar. Selain itu, inovasi dalam bahan kemasan yang ramah lingkungan dan desain yang ergonomis dapat menjadi nilai tambah yang membedakan Sutera 97 dari produk lainnya. Langkah-langkah ini akan memastikan bahwa Sutera 97 tidak hanya diingat oleh konsumen, tetapi juga menjadi pilihan utama dalam kategori produk makanan dan minuman.

Dengan identitas merek dan kemasan yang diperkuat, Sutera 97 akan lebih mudah membangun hubungan emosional dengan konsumen, menciptakan kepercayaan, dan memperluas pangsa pasar. Upaya ini juga akan memberikan fondasi yang kuat bagi pengembangan produk di masa depan, memastikan bahwa Sutera 97 tetap relevan dan kompetitif dalam industri yang terus berkembang.

KESIMPULAN

Kegiatan penguatan identitas merek dan peningkatan kualitas desain kemasan Sutera 97 merupakan langkah strategis yang dilaksanakan melalui metode demonstrasi dan kajian literatur pada 17 Juli 2024. Penggunaan aplikasi Canva dan referensi dari jurnal-jurnal terkini menjadi dasar dalam merancang kemasan yang lebih menarik dan fungsional. Peningkatan desain kemasan terbukti berperan penting dalam membentuk persepsi positif konsumen, mempengaruhi keputusan pembelian, dan memperkuat loyalitas terhadap merek. Selain itu, pemilihan material yang ramah lingkungan dan kolaborasi dengan desainer profesional dapat meningkatkan daya saing Sutera 97 di pasar yang semakin kompetitif.

Kemasan yang inovatif dan praktis, serta optimalisasi teknologi desain, akan membantu Sutera 97 dalam menciptakan identitas merek yang kuat dan menarik perhatian konsumen, baik di pasar lokal maupun nasional. Penguatan ini tidak hanya mendukung pertumbuhan penjualan, tetapi juga memberikan fondasi yang kuat bagi pengembangan produk di masa depan. Dengan langkah-langkah ini, Sutera 97 dapat mempertahankan relevansi dan keunggulannya dalam industri makanan dan minuman yang terus berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ari Widiati. (2019). Peranan Kemasan (*Packaging*) dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di “Mas Pack” Terminal Kemasan Pontianak. *Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tanjungpura*, 8, 67–76.
- Hasanah, U., & Setiyo Pambudi, B. (2023). Pengaruh Kemasan dan Label terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi, Koperasi & Kewirausahaan*, 14(6).
- Mailani, A., Syarif, A. M., Azizah, A., Suci Delima, P., Putri, T., Riofita, H., Islam, U., Sultan, N., & Riau, S. K. (2023). Analisis Pengaruh *Packaging* Produk Terhadap Niat Beli Konsumen di Industri Kosmetik. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(2), 10–15.
- Sosianika, A., Gunawan, A. I., Najib, M. F., Amalia, F. A., Senalasari, W., & Kania, R. (2022). Peran Penting Kemasan dalam Meningkatkan Persepsi Kualitas Produk Makanan. *Bhakti Persada*, 8(2), 85–92.