

Rebranding Kemenangan Andalan Kemasan

**Azhari Amri, S.Sn., M.Ds.¹, Suci Ayu Wulandari²,
Salsa Noviyanti³, Bagas Miftahul Falah⁴,**

¹ Program Studi Desain Media, Politeknik Bina Madani

Diterima : 21/05/2022

Revisi : 29/05/2022

Diterbitkan : 06/06/2022

Abstrak. Salah satu penyumbang sampah plastik adalah kemasan, termasuk pula kemasan makanan dan minuman yang kita konsumsi sehari-hari, dan dikarenakan masih adanya pengusaha makanan atau UMKM yang menggunakan kemasan yang berbahan dasar plastik baik dalam bentuk plastik mika ataupun *styrofoam* untuk membungkus produk maknanya. Kemenangan Andalan Kemasan sebagai produsen kemasan mendukung penggunaan kemasan makanan dengan menciptakan kemasan yang berbahan dasar kertas daur ulang yang mudah di urai dan ramah lingkungan. Kami sebagai mahasiswa ikut berpartisipasi untuk menjaga bumi agar tetap hijau dan dapat membantu meningkatkan pendapatan usaha Kemenangan Andalan Kemasan agar lebih dikenal oleh masyarakat luas sehingga dapat meningkatkan perekonomian para pekerja dengan cara membantu usaha Kemenangan Andalan Kemasan dibidang marketing, media sosial, e-commerce dan desain sehingga memudahkan para pengusaha UMKM dalam pemesanan produk kemasannya menggunakan produk dari Kemenangan Andalan Kemasan.

Kata kunci: Kertas, Kemasan, desain

Abstract. *One of the contributors to plastic waste is packaging, including food and beverage packaging that we consume daily, and because there are still food entrepreneurs or MSMEs using plastic-based packaging, both in the form of mica plastic or styrofoam to wrap their food products. Kemenangan Andalan Kemasan manufacturer supports the use of food packaging by creating packaging made from recycled paper that is easy to decompose and environmentally friendly. We, as students, participate to keep the earth green and can help increase business income of Kemenangan Andalan Kemasan so that it is better known by the wider community so that it can improve the economy of workers by helping the business of Kemenangan Andalan Kemasan in the fields of marketing, social media, e-commerce and design. making it easier for MSME entrepreneurs to order their packaged products using products from Kemenangan Andalan Kemasan.*

Keywords: Paper, Packaging, design

Correspondence author: Name, E-mail, City, and Country



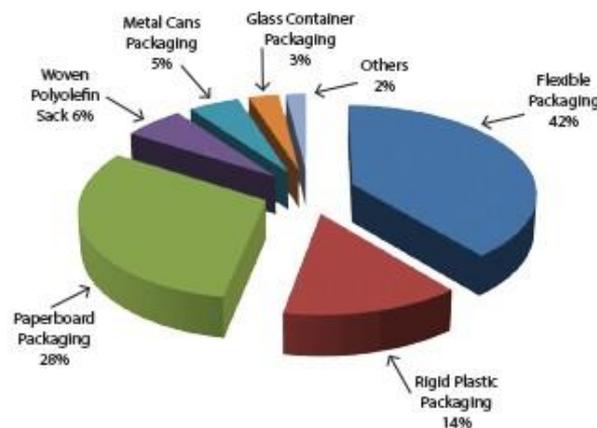
This work is licensed under a CC-BY-NC

Pendahuluan

A. Latar Belakang

Penggunaan plastik kerap menimbulkan masalah karena menjadi sampah yang sulit terurai dan cenderung tidak ramah lingkungan. Salah satu penyumbang sampah plastik adalah kemasan, termasuk pula kemasan makanan dan minuman yang kita konsumsi sehari-hari, dan dikarenakan masih adanya pengusaha makanan atau UMKM yang menggunakan kemasan yang berbahan dasar plastik baik dalam bentuk plastik mika ataupun styrofoam untuk membungkus produk makanannya.

Berdasarkan data *Indonesian Packaging Federation* (IPF) pada tahun 2019 jenis kemasan yang beredar berdasarkan materialnya sebesar 44% merupakan kemasan fleksibel, 14% kemasan *rigid plastic*, dan 28% kemasan *paperboard*.



Packaging Material Segment in Indonesia

Sumber : Indonesian Packaging Federation 2019
(<https://packindo.org/2019/04/05/about-indonesia/>)

Oleh karena itu pemerintah melalui kementerian perindustrian Republik Indonesia mendorong pelaku industri makanan dan minuman untuk mulai menggunakan kemasan yang ramah lingkungan. Kemenangan Andalan Kemasan sebagai produsen kemasan mendukung penggunaan kemasan makanan dengan menciptakan kemasan yang berbahan dasar kertas daur ulang yang mudah di urai dan ramah lingkungan. Selain itu Kemenangan Andalan Kemasan juga membantu meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar dengan memberdayakan ibu-ibu sekitar pabrik untuk membantu dalam proses pembuatan kemasan tersebut. Kami sebagai mahasiswa ikut

berpartisipasi untuk menjaga bumi agar tetap hijau dan dapat membantu meningkatkan pendapatan usaha Kemenangan Andalan Kemasan agar lebih dikenal oleh masyarakat luas sehingga dapat meningkatkan perekonomian para pekerja dengan cara membantu usaha Kemenangan Andalan Kemasan dibidang marketing, media sosial, *e-commerce* dan desain sehingga memudahkan para pengusaha UMKM dalam pemesanan produk kemasannya menggunakan produk dari Kemenangan Andalan Kemasan.

Kami melakukan *survey* kepada konsumen dan kepada pengusaha UMKM, dengan cara membuat google survey yang disebar melalui *whatsapp* dan datang langsung ke lokasi UMKM agar mereka dapat mengisi link survey ini. Dengan mendapatkan 51 *responden* konsumen dan 21 *responden* pengusaha UMKM. Jika dilihat dari segi bisnis, usaha penjualan kemasan ini sangat menjanjikan. Berdasarkan survey konsumen kemasan berbahan dasar kertas daur ulang ini lebih diminati oleh konsumen. Dari *survey* yang telah kami lakukan terhadap 51 konsumen dengan rentan usia 15-54 tahun, dengan jenis kelamin 18 orang laki-laki dan 33 orang perempuan, 88% konsumen lebih menyukai makannya dikemas di dalam kemasan kertas, dibanding dengan kemasan *styrofoam* dan plastik.

Dan berdasarkan hasil survey terkait dimana biasanya pengusaha UMKM membeli kemasan untuk pembungkus usahanya. 57% pengusaha UMKM membeli kemasan pembungkus produk makannya di toko sekitar tempat usahanya, belum beralih ke *e-commerce*, sehingga peluang untuk menawarkan produk kemasan dari Kemenangan Andalan Kemasan sangat tinggi.

B. Mitra

Kemenangan Andalan Kemasan adalah bidang usaha yang bergerak dibidang kemasan produk makanan yang telah tersertifikasi *food grade* seperti *lunch box*, *box brownies*, *box hampers*, *gable box*, *rice pack*. Tidak hanya kemasan produk makanan, adapun kantong kertas hingga *paperbag*.

1. Data Mitra

Nama Mitra : Kemenangan Andalan Kemasan

Nama Pemilik: Hendrik Zhu

Jenis Bisnis : UMKM

Jenis Produk : Kemasan Kertas

Alamat Mitra : Jl. Gelora Jl. Kp. Poncol No.1, Babelan Kota, Kec.
Babelan, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat 17610

Metode Pelaksanaan

Projek dimulai dari bulan November 2022 – Februari 2023. Secara aktifitas penyusunan rencana kerja dilakukan selama 3 bulan.

1. Perancangan Konsep Pemasaran

A. Strategi Pemasaran

1) Target Pasar

Target pasar produk Kemenangan Andalan Kemasan bisa digunakan oleh semua kalangan mulai dari kalangan menengah sampai ke kalangan atas. Berbagai kalangan memakai wadah atau kemasan baik itu untuk makanan, minuman, paperbox, paperbag bahkan kemasan dus khusus seasonal seperti kemasan hampers idul fitri, natal atau hari raya lainnya. Pihak Kemenangan Andalan Kemasan tidak berfokus pada usia tertentu namun secara target usia biasa dibeli oleh konsumen yang berusia 15-60 tahun dikarenakan produk dari Kemenangan Andalan Kemasan bisa digunakan oleh semua kalangan mulai dari anak anak, remaja, hingga orang tua.

B. Keunikan dan Layanan

Keunikan dari produk kami yaitu bahan dasar dari kemasannya berasal dari kertas daur ulang yang mempunyai berbagai macam model dan berbagai motif untuk segala macam jenis, baik itu untuk kemasan makanan maupun paperbag. Produk kami juga menyediakan layanan desain custom brand yang akan di desain oleh team mahasiswa.

C. Strategi Marketing

1) Pemasaran Produk

Mahasiswa membantu mengenalkan produk Kemenangan Andalan Kemasan pengusaha UMKM langsung (Direct Selling) dengan menawarkan produk kemasan dan membawa contoh kemasan. Agar pengusaha UMKM lebih tahu secara fisik keunggulan kemasan dari Kemenangan Andalan Kemasan.

2) Pemasaran Harga

Mahasiswa menaikkan harga di atas harga yang ditetapkan oleh Kemenangan Andalan Kemasan guna memberikan kualitas dan pelayanan yang lebih

maksimal terhadap konsumen dengan memberikan layanan free design bagi konsumen yang ingin membuat branding produknya di kemasan makanannya.

3) Pemasaran Digital

Agar produk Kemenangan Andalan Kemasan lebih dikenal oleh masyarakat luas, mahasiswa memanfaatkan kemajuan digital sebagai sarana pemasaran melalui media sosial dan e-commerce.

2. Perancangan Konsep Media Produksi

- A. Konseptuali : Membuat branding konsep untuk upgrade logo untuk lebih menonjolkan pada identitas visual, verbal dan emosional. Mengembangkan konsep yang makin kreatif untuk foto dan video agar lebih menarik.
- B. Perencanaan Produksi : Membuat konsep foto minimalis dan fresh serta video berkonsep hiburan dan interaktif untuk media iklan agar mendapatkan banyak interaksi dari audience.
- C. Narasi : Foto, video dan desain akan memperkenalkan varian menu minuman boba dan menjelaskan keunikan produk serta layanan yang diberikan.
- D. Elemen Visual : Foto, video dan desain akan menampilkan animasi produk, keunikan produk, promosi dan layanan yang diberikan.
- E. Timeline : Mengatur jadwal postingan secara rutin dalam setiap minggu.
- F. Editing dan Post-Produksi : Melakukan proses pengeditan sebelum memposting konten, memastikan konten memiliki tampilan yang menarik.

3. Perancangan Konsep Pembukuan

- A. Menentukan Harga Jual : Kami membuat rencana dalam menentukan harga jual yang akan digunakan di pasaran setelah menerima price list dari pihak Kemenangan Andalan Kemasan dan membuat laporan bulanan seperti penjualan dan beban operasional.
- B. Laporan Penjualan : Mahasiswa membuat laporan keuangan yang dibutuhkan selama program PJBL berlangsung.

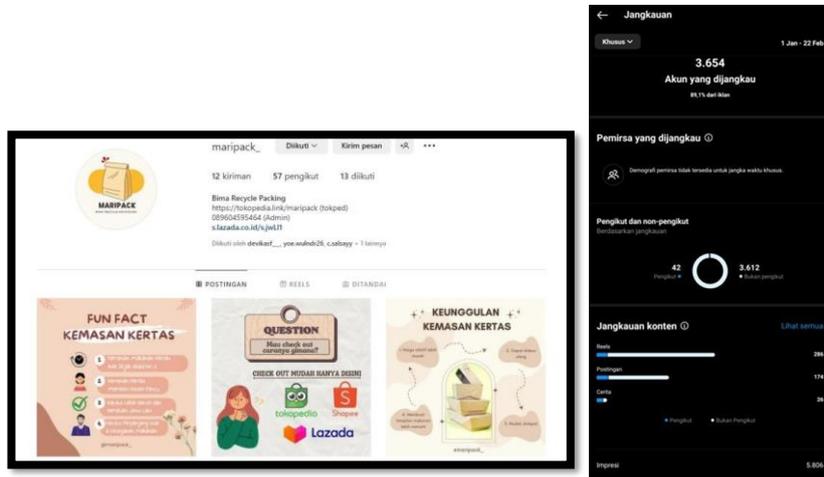
Hasil dan Pembahasan

A. Hasil Perancangan Pemasaran

1). Media Sosial

Akun dummy instagram @maripack_ dengan akun Instagram bisnis, setelah tampil dalam waktu 3x24jam dapat menjangkau 3.654 konsumen. Tujuan penggunaan instagram bisnis ini adalah agar konsumen aware terhadap instagram

yang di tampilkan maripack sehingga akan mengingat maripack saat mereka ada kebutuhan terkait kemasan produk makanan.



2). Melakukan Live Tiktok

Mahasiswa melakukan live di media sosial tiktok untuk mempromosikan produk kemasan maripack dan memperkenalkan produk khusus seasonal untuk keperluan idul fitri.



3). E-commerce

Membuat akun e-commerce, seperti Tokopedia, Lazada dan Shopee

B. Hasil Perancangan Media Produksi

1. Konten Instagram Feeds

Pada desain *feeds* dan menggunakan konsep minimalis, selama periode 30 hari terakhir, dimulai bulan Januari @maripack_ mampu menjangkau sebanyak 3.630 (Tiga Ribu Enam Ratus Tiga Puluh) akun. Dengan konten yang kreatif Akun @maripack_ Mampu berinteraksi Sebanyak 34 akun.18 dari pengikut 16 bukan pengikut Data perubahan insight Data di ambil pada periode 1 Januari – 22 Februari 2023 Akun yang dijangkau 3.630 Menjangkau akun non followers 3.589 Jangkauan terluas 3.423 Likes terbanyak 20 likes



2. Tagline

“Kemasan Untuk Masa Depan”. Kenapa kami menggunakan tagline tersebut karena Kemasan ramah lingkungan atau biasa disebut eco-friendly, merupakan kemasan yang dibuat menggunakan bahan-bahan yang mudah terurai tanah, bisa didaur ulang, dan tidak berbahaya bagi lingkungan serta manusia. Bahkan, kini kemasan ramah lingkungan tidak hanya digunakan untuk menjaga lingkungan, tapi juga sebagai trend baru di kalangan penjual. Pasalnya kini, kemasan ramah lingkungan atau segala hal yang bernuansa natural, sedang trend dan tampak terlihat menarik serta estetik.

3. Warna

- 1) Warna Cream biasanya diasosiasikan dengan penghormatan dan kerendahan hati, selain menawarkan kehangatan dan kenyamanan warna cream juga warna yang mendorong ide-ide baru. Warna cream berarti dapat diandalkan, konservatif, dan fleksibel.
- 2). Warna Jingga melambangkan rasa antusias, daya tarik kegembiraan, kreatifitas, kebulatan tekad, perhatian, sukses, dorongan dan perangsang.

3). Warna merah melambangkan kegembiraan dan energi.

SIMPULAN

Dari semua aspek team 2 menyimpulkan Kemenangan Andalan Kemasan ini sangat bermanfaat karena Memberikan pemahaman dan sudut pandang yang berbeda kepada mahasiswa, ketika mahasiswa akan mendirikan usaha tidak hanya mencari keuntungan, tetapi lihat sudut pandang lainnya, seperti apakah usaha yang kita akan jalankan berdampak positif bagi lingkungan sekitar sehingga atas dasar pemahaman tersebut dapat dijadikan pembelajaran oleh mahasiswa dalam berwirausaha.

Di era digital dan perkembangan media sosial yang sangat populer saat ini, media sosial dapat dijadikan media promosi dalam menjalankan bisnis usaha. Baik dalam pemasaran, pengembangan bisnis sehingga dapat dijadikan sebagai pembelajaran bagi mahasiswa dalam memanfaatkan media sosial yang ada saat ini seperti Tiktok live. Selain digital, mahasiswa/ mitra Kemenangan Andalan kemasan juga harus melihat UMKM yang masih merintis usahanya, sehingga tetap melakukan direct selling langsung ke konsumen, karena belum semua pengusaha UMKM melek digital.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang telah memberikan kesempatan serta bersedia usahanya untuk dikelola, dan kepada Politeknik Bina Madani terimakasih karena telah memberikan kesempatan kepada mahasiswanya untuk melakukan kegiatan ini, Ucapan terima kasih juga saya sampaikan kepada tim peneliti dan pihak lain yang terlibat dalam penulisan jurnal ini. Kerja sama dan kontribusi mereka telah memperkaya isi jurnal dan memberikan informasi yang lebih lengkap kepada pembaca. Setiap langkah dan kesimpulan yang dibuat sangat terbukti dan didukung dengan bukti yang kuat, yang menjadikan jurnal ini sebagai sumber referensi yang sangat berharga.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Verghese, K. (2012).

Packaging Sustainability: Tools, Systems, and Strategies for Innovative Package Design. CRC Press.

Rissanen, T., & McQuillan, H. (2018).

Zero Waste Fashion Design. Bloomsbury Visual Arts.

Jedlicka, W. (2017).

Packaging Sustainability: Tools, Systems, and Strategies for Innovative Package Design (2nd ed.). Wiley.

Elsworthy, A. (2018).

Sustainable Packaging Design: A Cultural Perspective. Routledge.

Pauwels, P., & Willems, K. (Eds.). (2017).

Design for Sustainable Change: How Design and Designers Can Drive the Sustainability Agenda. Bloomsbury Visual Arts.

Jaramillo, P., Griffin, W. M., & Matthews, H. S. (2007).

Comparative Life-Cycle Assessment of Packaging Choices for Shipment of Retail Soft Drinks. *Environmental Science & Technology*, 41(4), 1309-1318.

Charter, M. (2009).

Sustainable Solutions: Developing Products and Services for the Future. University of Warwick.

Bhamra, T., & Lofthouse, V. (2017).

Design for Sustainable Change: A Practical Guide to Sustainable Design. Routledge.

WEBSITE

<https://packindo.org/2019/04/05/about-indonesia/>