

Re-Desain Kemasan dan Pembuatan Konten Media Sosial UMKM Bumbu Rempah Sakato

Vickrie Ardy¹, Leni Sugiyanti²,
Ahmad Zaenun³, Avivah Ayub⁴

¹ Program Studi Desain Media, Politeknik Bina Madani

² Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional, Politeknik Bina Madani

Diterima : 12/09/2023

Revisi : 22/09/2023

Diterbitkan : 02/10/2023

Abstrak. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang bumbu rempah-rempah memiliki peran penting dalam memenuhi permintaan konsumen akan produk rempah-rempah berkualitas di era sekarang. Rempah-rempah telah menjadi bagian tak terpisahkan dari berbagai masakan tradisional maupun internasional, sehingga permintaan akan produk ini terus meningkat seiring dengan keberagaman kuliner yang semakin diminati oleh masyarakat. UMKM dalam industri rempah-rempah menghadapi tantangan dan peluang unik yang berkaitan dengan perubahan tren konsumen, permintaan akan produk organik dan berkelanjutan, serta peran teknologi dan digitalisasi dalam memperluas jangkauan pasar. Penggunaan media sosial, platform e-commerce, dan pemasaran digital menjadi semakin penting dalam mencapai audiens yang lebih luas dan memperkuat citra merek produk rempah-rempah

Kata kunci: Rempah-rempah, UMKM, Media Sosial

Abstract. *Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) engaged in the field of spices have an important role in meeting consumer demand for quality spice products in the current era. Spices have become an integral part of various traditional and international cuisines, so the demand for these products continues to increase along with culinary diversity that is increasingly in demand by the public. MSMEs in the spice industry face unique challenges and opportunities related to changing consumer trends, demand for organic and sustainable products, as well as the role of technology and digitalization in expanding market reach. The use of social media, e-commerce platforms and digital marketing is becoming increasingly important in reaching a wider audience and strengthening the brand image of spice products*

Keywords: Rempah-rempah, UMKM, Media Sosial

Correspondence author: Dendi Pratama, dendi@poltekbima.ac.id, Cikarang, and Indonesia



This work is licensed under a CC-BY-NC

Pendahuluan

Indonesia dikenal sebagai salah satu negara yang kaya akan rempah- rempahnya sehingga Indonesia di kenal sebagai *mother of spices*, berbagai makanan di Indonesia pun memiliki ciri khas rasanya yang beragam, tidak lepas dari semua jenis rempah-rempah yang digunakan seperti salah satunya di Sumatera Barat yang terkenal oleh-olahan dagingnya dengan campuran berbagai jenis rempah seperti Ketumbar, Jintan, Adas, Kayu Manis, Cabe Jawa, Kapulaga, Alba, Biji Pala, Cengkeh, PK (bunga lawang) Merica, Kayu Masohi, Kunyit, Bawang Putih, Lengkuas, Serai, Santan dan bahan- bahan lainnya yang dimasak, menjadikannya olahan daging yang sangat terkenal di Indonesia maupun dunia yaitu rendang.

Dari sekian banyak rempah-rempah yang digunakan dalam setiap masakan, di sinilah peran aktif dari pelaku usaha untuk menciptakan berbagai inovasi dan ide-ide untuk membuat bumbu kemasan yang praktis digunakan, tanpa harus susah payah meracik bumbu sehingga dapat menghemat waktu dan tenaga, maka dari itu dengan adanya alternatif bumbu instan tersebut, masyarakat akan dipermudah dalam mengolah berbagai masakan.

Pada tahun 2010 Ibu Devi Alvera mencoba merintis pembuatan produk bumbu kemasan dengan nama dagang SAKATO sehingga menjadikan beliau sebagai salah satu pelaku UMKM aktif hingga sekarang. SAKATO menjadi salah satu produsen bumbu cepat saji khas Sumatera Barat yaitu berupa bumbu instan olahan daging khususnya Rendang, Gulai, dan Kare dengan menggunakan campuran rempah-rempah kering yang di haluskan. Awal mulanya bumbu SAKATO ini pendistribusiannya melalui rumah ke rumah, pasar terdekat, namun seiring berjalannya waktu penjualan produk tersebut merambah hingga ke berbagai daerah dan kota-kota di JABODETABEK, Bali, Surabaya dan Yogyakarta.

Permasalahan yang timbul seiring waktu berjalan terkendala pada desain kemasan yang mudah di plagiat serta pembaruan gaya dan bahasa yang digunakan, strategi pemasaran dan tidak adanya pembukuan atau catatan

keuangan dalam proses produksi selama ini. Dari permasalahan yang telah dipaparkan di atas, kami mencoba memberikan solusi kepada UD. SAKATO untuk meningkatkan kualitas dan perubahan identitas kemasan produk, melakukan promosi pemasaran melalui media sosial dan *E-Commerce* mengikuti perkembangan zaman, membuat pembukuan atau catatan keuangan terkait produksi, pembelian, penjualan adalah solusi yang kami ajukan sehingga dapat memudahkan dalam proses pengenalan, pemasaran

dan pencatatan internal Produksi bumbu SAKATO untuk memantau perkembangan usahanya.

Mitra *Project Based Learning* (PjBL) ini adalah UD. SAKATO (Bumbu Sakato) yang dikelola oleh Ibu Devi Alvera dan suaminya. Nama SAKATO sendiri berasal dari bahasa Minang yang mempunyai arti “Seiya Sekata.” UD. SAKATO berdiri pada tahun 2010 yang beralamat di Jl. Kp. Kobak, RT.02, RW.68, Mekarsari, Tambun Selatan, Kab. Bekasi (samping *underpass* Tambun). Bumbu SAKATO adalah jenis bumbu instan yang memiliki beberapa jenis varian produk, yaitu Bumbu Rendang, Bumbu Gulai Kare dan Bumbu Gulai Kambing. Produk Bumbu Sakato ini memiliki 3 jenis kemasan dan 3 jenis varian harga sebagai berikut:

Kemasan	Harga @bks	Harga @pack	Keterangan
50-gram	Rp. 2.200	Rp. 44.000	@ Pack isi 20
250-gram	Rp. 10.500	Rp. 42.000	@ Pack isi 4
1000-gram	Rp. 40.000	Rp. 40.000	@ Pack isi 1



Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang bumbu rempah-rempah memiliki peran yang penting dan menarik dalam industri makanan dan kuliner di era sekarang. Rempah-rempah telah menjadi bahan penting dalam berbagai masakan tradisional dan internasional, memberikan cita rasa dan aroma khas yang meningkatkan pengalaman kuliner konsumen.

Pendahuluan ini akan menyampaikan latar belakang dan relevansi UMKM bumbu rempah-rempah di era sekarang. Rempah-rempah memiliki nilai ekonomi dan kultural yang tinggi, dengan permintaan yang terus berkembang dari konsumen yang semakin menyukai masakan yang kaya rempah. Seiring dengan semakin berkembangnya industri kuliner dan pariwisata, UMKM bumbu rempah-rempah memiliki peluang untuk tumbuh dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Di dalam pendahuluan ini juga akan dibahas tentang peran teknologi dan digitalisasi dalam mendukung pertumbuhan UMKM bumbu rempah-rempah. Penggunaan media sosial, platform e-commerce, dan pemasaran digital memberikan kesempatan bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, mencapai audiens yang lebih luas, dan memperkenalkan produk mereka secara efektif.

Selain itu, pendahuluan ini akan menyoroti tantangan yang dihadapi oleh UMKM bumbu rempah-rempah di era sekarang. Persaingan bisnis yang ketat, kebutuhan akan kualitas produk yang konsisten, dan perubahan pola konsumsi merupakan beberapa tantangan yang harus dihadapi dengan strategi yang tepat.

Dalam rangka menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di era sekarang, UMKM bumbu rempah-rempah perlu mengadopsi inovasi dalam produksi, pemasaran, dan distribusi produk mereka. Keunggulan kompetitif harus dijaga dengan mengutamakan kualitas, keberlanjutan, dan pelayanan yang baik kepada pelanggan.

Diharapkan bahwa pendahuluan ini akan memberikan gambaran yang jelas tentang peran penting UMKM bumbu rempah-rempah di era sekarang. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang peluang, tantangan, dan strategi yang tepat, UMKM dapat mencapai kesuksesan dalam bisnis bumbu rempah-rempah dan memberikan kontribusi positif bagi industri kuliner serta ekonomi lokal di masa kini yang terus berubah dan berkembang.

Bumbu rempah-rempah telah menjadi bagian penting dari kehidupan manusia sejak zaman kuno, dan hingga kini, kehadiran dan perannya tidak dapat diabaikan dalam industri makanan dan kuliner di era modern. Dalam pendahuluan ini, akan dijelaskan tentang pentingnya bumbu rempah-rempah di era modern dan bagaimana rempah-rempah terus menjadi elemen esensial dalam menciptakan cita rasa dan aroma khas dalam berbagai hidangan di seluruh dunia.

Pendahuluan ini juga akan membahas tentang peran bumbu rempah-rempah dalam menginspirasi variasi dan kreasi kuliner. Rempah-rempah memperkaya ragam masakan, memberikan identitas unik pada setiap hidangan, dan menciptakan pengalaman kuliner yang memuaskan bagi para konsumen yang semakin menyukai keberagaman rasa dan kelezatan dalam makanan.

Selain itu, pendahuluan ini akan menggambarkan peran bumbu rempah-rempah dalam membuka peluang bisnis dan pasar. Permintaan akan rempah-rempah berkualitas tinggi semakin meningkat, sehingga memberikan potensi yang menjanjikan bagi para produsen dan pelaku usaha di industri rempah-rempah.

Dalam era modern yang semakin terhubung dan global, bumbu rempah-rempah juga berperan sebagai unsur penting dalam budaya dan identitas kuliner suatu daerah. Keberagaman rempah-rempah dari berbagai wilayah mencerminkan warisan kuliner yang kaya dan menjadi daya tarik bagi pelancong yang mencari pengalaman kuliner yang autentik.

Pendahuluan ini juga akan mengulas tantangan yang dihadapi dalam industri rempah-rempah di era modern, seperti perubahan iklim, pengelolaan sumber daya alam, dan tuntutan akan keberlanjutan dan keberagaman produk rempah-rempah.

Pendahuluan ini bertujuan untuk membahas pengaruh media sosial bagi UMKM bumbu rempah-rempah di era modern. Media sosial telah menciptakan peluang yang tak terbatas bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, membangun merek, dan berinteraksi secara langsung dengan konsumen. Melalui platform seperti Instagram, Facebook, YouTube, dan lainnya, UMKM dapat menyajikan konten visual menarik dan informatif tentang produk rempah-rempah mereka, yang secara efektif menarik perhatian konsumen dan menciptakan keterikatan emosional.

Pendahuluan ini juga akan membahas bagaimana media sosial memberdayakan UMKM bumbu rempah-rempah untuk berkomunikasi dengan konsumen secara lebih personal dan responsif. Melalui fitur-fitur seperti live chat, DM (Direct Message), dan komentar, UMKM dapat merespons pertanyaan, umpan balik, dan keluhan pelanggan dengan lebih cepat, sehingga meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Selain itu, pendahuluan ini akan menggambarkan bagaimana media sosial membantu UMKM dalam melakukan riset pasar dan memahami preferensi serta kebutuhan konsumen. Data dan analisis dari interaksi media sosial dapat menjadi sumber informasi berharga yang membantu UMKM dalam mengoptimalkan strategi pemasaran dan pengembangan produk rempah-rempah yang lebih tepat sasaran. Namun, dalam penggunaan media sosial, UMKM juga perlu mempertimbangkan tantangan seperti persaingan yang ketat dan risiko citra negatif akibat kritik atau kontroversi. Oleh karena itu, pendahuluan ini juga akan menyentuh mengenai pentingnya manajemen reputasi dan keberlanjutan dalam menghadapi risiko-risiko tersebut. Diharapkan bahwa pendahuluan ini memberikan gambaran yang jelas tentang pengaruh media sosial bagi UMKM bumbu rempah-rempah di era modern. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang potensi media sosial dan bagaimana mengelolanya dengan bijaksana, diharapkan UMKM dapat mengoptimalkan kehadiran online mereka, memperluas pangsa pasar, dan mencapai kesuksesan dalam bisnis bumbu rempah-rempah di tengah persaingan bisnis yang semakin dinamis dan digital.

Media sosial telah menjadi kekuatan transformasional yang mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia bisnis UMKM. Dalam era modern yang semakin terhubung dan digital, media sosial memberikan manfaat yang signifikan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang bumbu rempah-rempah. Pendahuluan ini bertujuan untuk mengulas manfaat-media sosial bagi UMKM bumbu rempah-rempah di era ini.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan Project Based Learning (PjBL) ini dibimbing oleh pembimbing akademik dan pembimbing lapang (Mitra). Peran pembimbing akademik adalah sebagai fasilitator dalam bidang akademik untuk memastikan kegiatan PjBL ini berjalan dengan baik sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan. Sedangkan pembimbing lapang (Mitra) sebagai fasilitator yang memberkan petunjuk serta informasi bagi Mahasiswa sesuai dengan topik yang dibahas selama kegiatan PjBL ini berlangsung. Metode pelaksanaan pada kegiatan PjBL ini meliputi sebagai berikut:

a. Wawancara dan Observasi

Metode wawancara dalam kegiatan PjBL ini dilakukan untuk mendapatkan informasi dengan cara bertanya secara langsung kepada responden atau Mitra selaku fasilitator untuk memberikan informasi sesuai topik yang dibahas. Sedangkan observasi adalah pengamatan secara langsung terhadap objek (produk) yang akan diamati untuk mengumpulkan data primer yang dibutuhkan oleh Mahasiswa.

b. Pencatatan Data

Data yang dibutuhkan dalam kegiatan PjBL ini dengan topik utama Bumbu Sakato meliputi proses produksi, pemasaran, desain kemasan, serta pembukuan yang dilakukan oleh Mitra yaitu sebagai data primer dan data sekunder. Data primer dan sekunder merupakan data yang dikumpulkan oleh Mahasiswa langsung dari sumber pertama yang selanjutnya digunakan untuk mendukung pembuatan laporan akhir kegiatan PjBL.

c. Dokumentasi

Metode pelaksanaan dokumentasi dilakukan dengan tujuan untuk melengkapi informasi-informasi yang diperoleh agar lebih lengkap serta menunjang kebenaran dan keterangan yang diberikan oleh Mitra.

terhadap objek (produk) yang akan diamati untuk mengumpulkan data primer yang dibutuhkan oleh Mahasiswa.

Hasil dan Pembahasan

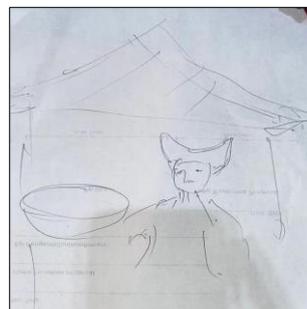
a. Kemasan Original Bumbu SAKATO

Desain Kemasan lama yang di gunakan oleh Mitra merupakan desain yang di pakai sejak awal produksi. Permasalahan yang kami temukan pada kemasan original tersebut memiliki beberapa kekurangan pada segi penulisan kata sesuai dengan KBBI.



Dari kemasan tersebut kami menemukan beberapa saran kepada Mitra untuk membuat perubahan pada kata “KWALITAS” yang seharusnya “KUALITAS”, menambahkan komposisi dan saran penyajian pada kemasan. Berdasarkan saran yang kami berikan akhirnya Mitra pun setuju untuk melakukan desain ulang pada kemasan original tersebut, Mitra sendiri memiliki rencana untuk melakukan desain ulang pada bagian logo Halal yang dimiliki serta menambah komposisi seperti yang kami sarankan sebelumnya. Pada sisi penggunaan bahan kemasapun kami memberikan saran dan masukan untuk bisa menggunakan jenis kemasan yang lebih aman dan menarik perhatian. Saran dari kami pun diterima dengan baik oleh Mitra dan penggunaan kemasan dengan jenis kertas craft yang akan di guakan pada perubahan kemasan.

Pada awal tercetusnya perancangan *project* desain kemasan baru dari kami, setelah di lakukannya diskusi dengan Mitra, dan didapati bahwa Mitra juga memiliki rencana untuk melakukan perubahan kemasan pada produk bumbu SAKATO tersebut. Dari Mitra pula memberikan sedikit gambaran sketsa perihal gambar desain yang akan di tampilkan pada kemasan tersebut.



Menurut Philip Kotler (Kotler, 2006:6) Pemasaran adalah suatu proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan penawaran, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain. Konten feed juga berperan dalam membangun kepercayaan dan otoritas. Dengan menyajikan konten yang informatif (Immanuel 2020)

Kami membuat beberapa media pemasaran digital (digital marketing) untuk bumbu sakato diantaranya yaitu sosial media dan *E-ommerce*. Berikut sarana digital marketing dan *E-Commerce* pada bumbu sakato:



Gambar 7 Instagram Bumbu Sakato



Gambar 8 TikTok Bumbu Sakato

SIMPULAN

Project Based Learning (PjBL) adalah sebuah model pembelajaran yang menjadikan mahasiswa atau peserta didik sebagai subjek atau pusat pembelajaran, menitikberatkan proses belajar yang memiliki hasil akhir berupa produk. Artinya, peserta didik diberi kebebasan untuk menentukan aktivitas belajarnya sendiri, mengerjakan proyek pembelajaran secara kolaboratif sampai diperoleh hasil berupa suatu produk. Dengan Pembelajaran model PjBL ini Mahasiswa atau peserta didik dapat lebih mandiri untuk melihat, megaktualisasikan, mengeksplorasi dan berinovasi dengan ilmu yang sudah didapatkan ketika proses belajar di kampus serta dapat berkolaborasi dan bersosialisasi dengan teman, lingkungan dan pihak Mitra itu sendiri.

Kesimpulan yang bisa penulis dapatkan dari hasil pembelajaran Project Based Learning (PjBL) dengan Mitra Bumbu Sakato adalah, UD Sakato adalah UMKM yang bergerak dalam bidang bumbu dapur instan yang kaya akan rempah-rempah pilihan yang menjadi salah satu daya tarik dari Bumbu Sakato ini seperti taglinenya “BUMBU INSTAN DENGAN REMPAH PILIHAN”. Pelaku UMKM

harus mempunyai pembukuan khusus atau catatan keuangan untuk mengetahui perkembangan usaha bisnisnya, meskipun pembukuan tersebut hanya dalam bentuk catatan sederhana, karena dengan adanya catatan atau pembukuan maka akan dapat diketahui berapa nilai keuntungan dan kerugian suatu usaha atau maju mundurnya suatu usaha tersebut. Dalam hal ini Bumbu sakato belum memilikinya di karenakan usahanya masih bersifat konvensional dan pencatatannya hanya sebatas nota pembelian bahan baku dan nota penjualan produk. Bumbu Sakato ini masih membutuhkan perhatian khusus, khususnya dalam hal pemasaran produk supaya produk bumbu sakato lebih dikenal oleh masyarakat umum.

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.

DAFTAR PUSTAKA

Vergheese, 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.

Vergheese, K. (2012).

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

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