

UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK BORDIR MELALUI PERBAIKAN MODEL KEMASAN

Medya Ayunda Fitri¹, Rina Sri Wulandari² dan Yulia Tri Rahkadima¹

¹Teknik Kimia, Fakultas Teknik, Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo

²Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo
medya.a.fitri@gmail.com

ABSTRAK

Kerajinan bordir merupakan salah satu hasil produk unggulan daerah Tanggulangin Sidoarjo. Namun, saat ini Tanggulangin terkenal dengan kerajinan tas. Oleh karena itu, diperlukan bantuan dalam mendongkrak kerajinan bordir agar memiliki daya jual yang tinggi. Permasalahan dasar yang dialami yaitu dari aspek kemasan produk. Pengemasan produk yang dilakukan masih menggunakan kresek saja, sehingga kurang menarik minat pembeli. Selain itu, kemasan produk yang menarik juga akan memiliki nilai jual yang lebih tinggi daripada hanya sekedar di kemas menggunakan kresek. Hasil pelatihan yang telah dilakukan, kemasan yang digunakan untuk mengemas produk dibagi menurut jenis produk yang di jual. Kemasan mika digunakan untuk pengemasan produk berupa kebaya dan mukena, sedangkan untuk kerudung dikemas dengan plastik klip yang diberi label.

Kata Kunci: Bordir, Kemasan, Penjualan

1. PENDAHULUAN

Sidoarjo merupakan salah satu kabupaten di Indonesia yang memiliki potensi pengembangan usaha dalam bidang fashion, terutama bordir. Bordir banyak diminati oleh masyarakat lokal maupun luar karena keindahannya. Aplikasi bordir sudah berkembang dengan pesat, tidak hanya diaplikasikan pada baju saja, namun pada mukena pun kita dapat melihat bermacam-macam bentuk bordir.



Gambar 1. Aplikasi Bordir Alusan pada Mukena

Ketegagan merupakan salah satu desa di Sidoarjo yang memiliki banyak pengrajin bordir. Salah satu jenis bordir yang ada di desa ini adalah jenis bordir alusan. Bordir alusan memiliki karakteristik bordiran yang halus, berbeda dengan pengerjaan mesin bordir. Permintaan bordir alusan paling banyak pada mukena dan kebaya. Hasil

bordir yang detail dan halus seperti yang terlihat pada Gambar 1, merupakan pilihan konsumen meskipun membutuhkan waktu yang lebih lama daripada menggunakan mesin bordir.

Aplikasi bordir yang digunakan pada kerudung (Gambar 2) lebih banyak menggunakan mesin bordir untuk pengerjaannya. Hal ini dikarenakan permintaan dari sekolah-sekolah di Sidoarjo dan luar Sidoarjo cukup banyak dan memberikan tenggat waktu yang cukup singkat. Sehingga pengerjaan bordir harus dilakukan dengan menggunakan mesin.



Gambar 2. Aplikasi Bordir untuk Kerudung

Aplikasi bordir bertujuan untuk mempercantik baju, mukena, bahkan kerudung, serta memberikan kesan lebih mewah. Namun, usaha bordir mengalami beberapa kendala dalam proses penjualannya. Salah satu kendala yang

dihadapai yaitu dalam proses pengemasan (*packaging*). Selama ini, pengemasan produk hanya sebatas dengan memberikan tas kresek sebagai pembungkus saja, tanpa ada pengemasan yang baik dan rapi.

Kemasan didefinisikan sebagai seluruh kegiatan merancang serta memproduksi wadah/bungkus/ kemasan produk (Cenadi (2000) dalam Setiowati (2011)). Kemasan juga dapat didefinisikan sebagai perpaduan antara pemasaran dan desain (Cenadi, 2000). Tujuan serta fungsi sebuah kemasan pada suatu produk yaitu memperindah produk dengan kemasan yang sesuai dengan jenis produk. Selain itu, pemberian kemasan juga untuk memberikan keamanan produk saat di pajang di toko serta pada saat pendistribusian produk (Wijayanti, 2012). Menurut Rahmawati (2013), fungsi kemasan adalah sebagai tempat untuk menyimpan produk, dan sebagai alat pemasaran.

Beberapa bahan kemasan yang sering digunakan untuk membuat kemasan produk yaitu:

1. Kayu

Kemasan kayu digunakan untuk mengemas benda-benda berbobot besar dan mudah rusak. Kemasan ini memiliki keuntungan, diantaranya yaitu kaku, jika ditumpuk tidak mengalami kerusakan, dan cocok untuk pengemasan dengan alat angkut kapal. Bahan kemasan membutuhkan ruang penyimpanan yang besar dan tidak kedap air.

2. Logam

Logam memiliki kekuatan mekanis yang baik sehingga dapat dimanfaatkan untuk dijadikan bahan kemasan. Jenis logam yang digunakan untuk membuat kemasan adalah baja dan kaleng. Kemasan baja biasanya digunakan untuk mengemas produk cair, semi padat, dan tepung. Misalnya minyak saus, manisan buah kalengan, dan pelarut organik. Kemasan kaleng logam umumnya dibuat dari plat timah.

3. Gelas

Gelas merupakan salah satu bahan kemasan yang paling lama digunakan. Manfaat yang didapatkan ketika memilih gelas sebagai bahan kemasan yakni bersifat transparan, tahan terhadap suhu rendah dan tinggi, kedap terhadap bau, gas, dan uap air serta dapat dibentuk dengan berbagai macam desain, dan dapat diwarnai sesuai kebutuhan produk yang akan dikemas. Namun, gelas juga bersifat rapuh, sehingga mudah pecah bila terkena benturan. Kemasan gelas banyak digunakan dalam industri minuman, bahan kimia, bahan kosmetik, obat-obatan, dan makanan.

4. Kertas

Kemasan yang memanfaatkan kertas sebagai bahan bakunya yaitu sebagai pembungkus keju, produk farmasi, pengemasan perak, kantong belanja, dan amplop. Selain untuk mengemas, kertas juga digunakan untuk menulis. Terdapat tiga jenis kertas yang dapat digunakan untuk kemasan, yaitu kertas kraft, glasin, dan kedap lemak. Kertas kraft memiliki sifat kuat dan kertas. Penggunaan kertas kraft biasanya digunakan untuk karung. Kertas glasin memiliki permukaan yang mirip gelas dan transparan, namun berbau. Kegunaannya biasanya untuk mengemas produk pangan berlemak. Kertas kedap lemak sangat kedap terhadap air dan bersifat elastis.

5. Papan kertas

Tipe papan kertas yang sering digunakan oleh masyarakat yakni *container board*, *box board*, dan *pulp board*. Biasanya, kemasan papan kertas digunakan untuk mengemas produk yang akan dikirim menggunakan kapal.

6. Plastik

Plastik dibagi menjadi dua tipe, yaitu termoplastik dan termoset. Termoplastik merupakan jenis plastik yang dapat dilunakkan berkali-kali dengan menggunakan panas, sedangkan termoset merupakan jenis plastik yang tidak dapat dilunakkan oleh panas. Kemasan plastik sangat disenangi oleh konsumen karena sifatnya transparan sehingga memudahkan konsumen untuk melihat produk tanpa harus membuka kemasan tersebut. Harga yang relatif murah juga merupakan salah satu alasan dalam memilih plastik sebagai bahan untuk membuat kemasan.

7. Film

Kemasan film dimanfaatkan sebagai pembungkus obat, mentega, pupuk, kabel, dan tembakau. Beberapa contoh kemasan yang termasuk dalam golongan film yaitu *polystyrene*, *polyvinyl chlorida* (pvc), dan nilon.

8. Foil

Kemasan foil biasanya digunakan untuk kemasan makanan beku, roti, dan obat. Aluminium foil memiliki sifat kedap terhadap air, permukaan licin, dapat dibentuk sesuai dengan keinginan, tahan terhadap suhu tinggi, dan permukaan dapat memantulkan cahaya sehingga memiliki penampilan yang menarik.

Bentuk kemasan digolongkan menjadi tiga yaitu kaku, semi kaku, dan fleksibel. Kemasan kaku merupakan kemasan yang keras, namun tidak tahan terhadap benturan. Bahan kemasan yang tergolong kemasan kaku yaitu kayu, gelas, dan

logam. Kemasan semi kaku merupakan kemasan yang dapat ringsek bila diberikan tekanan dan bentuk yang dimiliki tidak terpengaruh oleh bentuk produk kemasan. Contoh bahan yang termasuk kemasan semi kaku yaitu kertas karton. Bentuk kemasan fleksibel yaitu kemasan yang dapat diubah-ubah bentuknya sesuai dengan produk yang dikemas. Beberapa bentuk kemasan fleksibel yaitu karung plastik dan kantong kertas (Rahmawati, 2013).

Penelitian yang telah dilakukan sebelumnya tentang kemasan produk yaitu Cahyorini dkk (2011) yang menyatakan bahwa desain kemasan mempengaruhi adanya pembelian secara spontan pada produk. Abdalkrim dkk (2013) melakukan penelitian bahwa melindungi produk dan konsumen merupakan kunci dan peran penting/fungsi dari kemasan. Penelitian Shah (2013) menunjukkan bahwa material kemasan merupakan elemen penting yang mempengaruhi perilaku konsumen untuk melakukan pembelian produk. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Mustikiwa dkk (2013) yaitu tidak semua elemen desain kemasan memicu perilaku pembelian konsumen, namun elemen yang ada harus saling melengkapi sehingga dapat memunculkan niat konsumen untuk membeli produk. Benerjee dkk (2012) memperoleh hasil penelitian bahwa penglihatan adalah yang paling penting dalam mempengaruhi perilaku pembelian produk, dan semakin sering konsumen melakukan kontak terhadap produk, maka kemungkinan untuk membeli semakin besar. Oleh karena itu, pengabdian masyarakat yang dilakukan bertujuan untuk membantu mengatasi problem mitra yaitu dengan melakukan perbaikan tentang *packaging* produk.

2. METODE

Pelaksanaan kegiatan ini menggunakan kegiatan pelatihan. Pelatihan yang dilakukan membahas tentang pengaruh kemasan terhadap penjualan. Pada pelatihan tersebut, tim dan pemateri memberikan pemahaman kepada UKM peran dari kemasan. Peran kemasan antara lain:

- Sebagai alat identifikasi dalam pemasaran
- Untuk mencapai target pasar
- Fitur yang khas atau *differentiasi brand*
- Evolusi merk (perubahan) Identitas merk

3. PEMBAHASAN

Hasil bordir yang telah jadi tidak dikemas dengan baik. Pelanggan yang datang untuk mengambil hasil pesanan bordirnya hanya akan memperoleh bungkus kemasan berupa kresek berwarna hitam/putih (tergantung persediaan

kresek yang dimiliki). Kresek yang digunakan pun tidak memiliki keterangan apapun, sehingga penjualan berakhir di pelanggan yang datang kerumah saja. Berlatar belakang kondisi yang ada, maka tim memberikan solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut. Solusi yang diberikan diharapkan mampu memperluas jaringan penjualan dengan cara memberikan bentuk kemasan yang menarik serta pemberian keterangan tentang alamat produksi. Oleh karena itu, tim melakukan pelatihan tentang *packaging* (pengemasan produk). Pelatihan tersebut diikuti oleh mitra dan perajin bordir lainnya di daerah Ketegan.

Pelatihan yang dilakukan membahas tentang pengaruh kemasan terhadap penjualan. Pada pelatihan tersebut, tim dan pemateri memberikan pemahaman kepada UKM peran dari kemasan. Peran kemasan antara lain:

- Sebagai alat identifikasi dalam pemasaran
- Untuk mencapai target pasar
- Fitur yang khas atau *differentiasi brand*
- Evolusi merk (perubahan)
- Identitas merk

Faktor yang mempengaruhi desain kemasan yaitu perilaku konsumen, faktor ekonomi, teknologi, proses produksi, kompetisi, dan saluran distribusi. Keburukan yang mempengaruhi *packaging* yaitu:

- Desain tidak berfungsi dengan baik atau kemasan mudah sobek
- Desain mirip dengan kompetitor sehingga menimbulkan kebingungan
- Visual yang tidak sesuai
- Desain yang terlalu mendetail dan kompleks
- Struktur kemasan yang sulit digunakan.

Kemasan yang digunakan untuk produk kebaya dan mukena yaitu mika, seperti yang terlihat dalam Gambar 1. Penggunaan kemasan produk berbentuk kotak dengan bahan mika dimaksudkan untuk menjaga agar produk tetap terlindungi dan tidak membuat produk kusut. Selain itu, penggunaan mika terlihat transparan sehingga warna dan corak produk terlihat meski produk masih ada didalam *box*.





Gambar 3. Kemasan untuk Kebaya dan Mukena

Kemasan yang digunakan pada penjualan produk kerudung yaitu berupa plastik klip dengan *printout* label produk. Kemasan ini sangat praktis di desain untuk mengemas kerudung. Fungsi lainnya yaitu sebagai pembungkus sebagai hadiah kepada kolega atau keluarga.



Gambar 4. Kemasan untuk Kerudung

4. KESIMPULAN

Salah satu upaya dalam meningkatkan daya jual suatu produk yaitu dilihat dari segi kemasan produk. Pengemasan produk yang menarik membuat pembeli lebih tertarik untuk membeli produk. Kemasan produk untuk kebaya dan mukena berupa kotak mika, agar mempermudah konsumen dalam melihat warna dan corak yang

diinginkan. Sedangkan kerudung dikemas dalam plastik klip berwarna putih dengan keterangan nama produk dan toko yang dapat digunakan sebagai alternatif hadiah untuk kolega/keluarga.

REFERENSI

- Abdelkrim, G.M. & Al-Hrezat, R. S. 2013. *The Role of Packaging in Consumer's Preception of Product Quality at the Point of Purchase*. European Journal of Busines and Management. P-ISSN 2222-1905, E-ISSN 2222-2839 Vol. 5 No. 4.
- Banerjee, S., & Saha, S. 2012. *Impulse Buying Behavior in Retail Stores-Triggering The Sense*. Asia Pacific Journal of Marketing & Management Review. Vol. 1 No. 2.
- Cenadi, C. S. 2000. Peranan Desain Kemasan dalam Dunia Pemasaran. Jurnal Nirmana. Vo. 2, No. 1, pp: 92-103.
- Christy, P. 2015. Pengaruh Desain Kemasan (*Packaging*) pada *Impulsive Buying*. S1 thesis. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Cahyorini, A., & Rusfian, E. Z. 2011. *The Effect of Packaging Design on Impulsive Buying*. Journal of Administrative Science & Organization, January 2011, Vol. 16, No. 1, pp: 11-21.
- Mustikiwa, M., & Marumbwa, J. 2013. *The Impact of Aesthetics Package Design Elements on Consumer Purchase Decisions: a Case of Locally Produced Dairy Products in Southern Zimbabwe*. OSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM) e-ISSN: 2278-487X. Vol. 8, Issue 5, pp: 64-71.
- Rahmawati, F. 2013. Pengemasan dan Pelabelan. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Setiowati, L.A. 2011. Daya Tarik pada Desain Kemasan Mie Instan Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta). S1 thesis. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Shah, S., Ahmad, A., & Ahmad, N. 2013. *Role of Packaging on Consumer Buying Behavior*. University of Science & IT Peshawar Pakistan.
- Wijayanti, T. 2012. Marketing Plan dalam Bisnis. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo