REDESAIN KEMASAN KREZZ WAFA FRIED CHICKEN DALAM UPAYA PENINGKATAN DAYA TARIK DAN IDENTITAS PRODUK UMKM

Sarah Octavia Putri Subroto [1], Lisa Odillia [2] dan Masnuna [3]

[1] Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
sarah.subroto123@gmail.com
[2]Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
lisa_odillia.dkv@upnjatim.ac.id
[3]Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
masnuna.dkv@upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis perombakan pada kemasan produk Krezz Wafa Fried Chicken yang merupakan salah satu produk UMKM lokal makanan cepat saji ayam goreng sebagai langkah untuk memperkuat *brand identity* dan meningkatkan daya tarik visual. Masalah utama yang teridentifikasi adalah kelemahan dalam identitas visual merek, ketidakjelasan logo, dan desain kemasan yang belum sepenuhnya menarik dengan segmen remaja dan kurang praktis dan efisien secara ergonomi. Penelitian ini menerapkan *Research & Design* dengan metode penelitian analisis teori SWOT TOWS yang kemudian diikuti dengan proses *redesign* berdasarkan temuan yang didapat. Hasil akhir dari penelitian diharapkan mampu memperbaiki citra merek Krezz Wafa Fried Chicken, memperjelas identitas sebagai produk *fried chicken,* serta memberikan pengalaman visual dan ergonomi yang lebih menarik dan efektif bagi konsumen.

Kata Kunci : redesain, desain kemasan, UMKM, identitas merek

ABSTRACT

This study analyzes the redesign of the packaging for Krezz Wafa Fried Chicken, a local SME product in the fried chicken fast-food sector, as a step toward strengthening brand identity and enhancing visual appeal. The main issues identified were weaknesses in the brand's visual identity, an unclear logo, and a packaging design that was not fully appealing to the teenage demographic and lacked practicality and ergonomic efficiency. This study employs a Research & Design approach using the TOWS and SWOT theories, followed by a redesign process based on the findings. The final results of this study are expected to improve the brand image of Krezz Wafa Fried Chicken, clarify its identity as a fried chicken product, and provide a more appealing and effective visual and ergonomic experience for consumers.

Keywords : *redesign, packaging design, SME, brand identity*

PENDAHULUAN

Indonesia mengalami perkembangan yang beragam, salah satunya di sektor kewirausahaan. UMKM (Usaha, Mikro, Kecil, Menengah) merupakan salah satu bentuk usaha yang berperan penting dalam membuka lapangan pekerjaan baru dan merupakan pondasi utama dalam menjalankan roda perekonomian negara. UMKM dimulai dari warga lokal yang membuka usaha untuk membiayai hidupnya yang kemudian seiring berkembangnya suatu usaha juga dapat mempekerjakan warga lokal lain. UMKM menyediakan berbagai macam jenis usaha, seperti makanan atau minuman, kerajinan tangan, dan lain sebagainya. Pada sektor industri makanan, tidak umum dengan yang namanya makanan cepat saji. Hal ini mengikuti gaya hidup tingkah laku manusia zaman sekarang yaitu serba cepat. Sehingga, tidak sedikit usaha pada sektor makanan yang menyediakan produk makanan cepat saji. Hal tersebut juga diikuti oleh warga lokal yang membuka usaha UMKM makanan cepat saji. Salah satu produk yang umum ditemui di sekitar adalah ayam goreng cepat saji atau ayam geprek.

Krezz Wafa Fried Chicken merupakan salah satu produk UMKM lokal makanan cepat saji ayam geprek yang menawarkan berbagai menu sambal. Krezz Wafa Fried Chicken membuka gerai di Sidoarjo, Surabaya, Mojokerto, Malang, dan Pasuruan. Gerai toko Krezz Wafa Fried Chicken menggunakan konsep *fast serving* dan *grab and go*. Sehingga, produk perlu memiliki kemasan yang selain aman melindungi produk makanan, juga bantu membawa produk secara fleksibel. Berdasarkan (Kotler dan Keller, 2006), desain baik adalah produk yang indah atau nyaman dilihat, diakses; dibuka, dipasang, digunakan, diperbaiki, dan dibuang. Selain kemasan yang berfungsi sebagai penarik perhatian konsumen secara estetika, kemasan juga penting dipertimbangkan secara ergonomi agar kemasan berhasil melindungi produk dengan aman.

Grab and Go merupakan sebuah konsep pelayanan dalam food & beverage, yaitu produk yang dikemas oleh pelayan dapat langsung dibeli dan diambil pergi atau *takeaway* oleh pelanggan tanpa perlu mengonsumsi di tempat. Kemasan yang baik sebagai kemasan *takeaway* memiliki desain yang berfungsi sebagai pegangan tangan pada jaring-jaring kemasan, atau struktural perancangan desain memudahkan pelanggan memegang produk kemasan nyaman secara ergonomis (Smith, 1993) berdasarkan perancangan desain kemasan Hoshii Udon milik Farida (2023).

Desain kemasan yang dimiliki oleh Krezz Wafa Fried Chicken telah berhasil melindungi produk makanan cepat saji dengan aman, namun mengingat usaha tersebut yang berkonsep *grab and go*, pentingnya suatu desain produk ulang kemasan Krezz Wafa Fried Chicken agar produk makanan dapat juga dibawa dengan aman dan fleksibel. Desain ulang kemasan produk berfungsi untuk memperkuat atribut produk kemasan yang masih belum sempurna menjadi lebih maksimal. Pada analisis proses redesain kemasan ini menggunakan teknik analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat)* untuk mengobservasi, menilai, dan menjadi pondasi utama proses redesain kemasan produk Krezz Wafa Fried Chicken dengan data observasi kemasan-kemasan produk ayam cepat saji di Indonesia. Selain itu, sebagai pendekatan desain dalam redesain kemasan UMKM produk Krezz Wafa Fried Chicken menggunakan pendekatan *Design Thinking.* Penjabaran penelitian dilakukan secara deskriptif.

METODEPENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian dan perancangan (Research & Design). Metode penelitian dan perancangan digunakan untuk memecahkan masalah yang menghasilkan pengetahuan baru dengan mengembangkan produk. (Kuantitatif, P.P., 2016). Metode penelitian ini berguna untuk inovasi perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, karena tidak hanya bergerak fokus pada penemuan teoritis deskriptif, namun juga memusat pada pengembangan solusi nyata melalui proses pengujian berulang. Metode penelitian dan perancangan (Research & Design) memiliki karakteristik yang menghasilkan produk nyata atau konkrit (Rahayu., 2025). Hal ini berguna untuk membantu proses pengumpulan dan analisis data dalam penentuan objek hingga proses perancangan redesain produk. Proses pengumpulan data menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini menggunakan teknik analisis SWOT sebagai bentuk proses analisa objek perancangan redesain kemasan.

PEMBAHASAN

Pengumpulan data

Data dikumpulkan menggunakan metode kualitatif untuk mendapatkan data yang lebih akurat. Pengumpulan data melalui tahapan observasi yaitu mengamati langsung bentuk fisik kemasan-kemasan makanan cepat saji sebagai referensi data perancangan dan mengamati bentuk fisik kemasan objek perancangan. Selain itu juga melakukan pengamatan langsung terhadap salah satu cabang toko fisik Krezz Wafa Fried Chicken di Jl Jeruk, Jatiagung, Wage, Kec. Taman, Kab. Sidoarjo.

Data sebagai objek perancangan didapat dengan membeli produk kemasan asli di cabang toko fisik yang kemudian kemasan sebagai objek perancangan dilakukan pembedahan identitas data yaitu meliputi nama produk, jenis produk, target pasar, segmen harga, tujuan analisis, beserta foto produk.

Krezz Wafa Fried Chicken adalah produk UMKM yang bergerak di bidang kuliner siap saji, khususnya ayam goreng. Produk ini ditargetkan untuk kalangan remaja hingga dewasa. Dari segi harga, Krezz Wafa Fried Chicken terletak di segmen menengah dengan rentang harga produk sekitar Rp 10.000 hingga Rp 15.000, sehingga relatif terjangkau bagi pelajar, mahasiswa, maupun pekerja muda. Dalam analisis perancangan ini, tujuan yang dilakukan adalah *redesign* (perancangan ulang), yaitu mengevaluasi dan mengembangkan kembali elemen visual serta identitas produk untuk menjadikannya lebih menarik, kompetitif, dan sejalan dengan kebutuhan pasar sasaran saat ini.



Gambar 1. Foto Produk dan Toko Krezz Wafa Fried Chicken Cabang Wage Sidoarjo
Sumber: Dokumen Penulis

Identitas produk yang terkumpul kemudian melalui proses analisis daya tarik visual, keterbacaan tipografi, citra elemen visual, hirarki informasi, kesesuaian brand, dan struktur & fungsi kemasan yang kemudian dinilai. Angka nilai tersebut sebagai bahan evaluasi untuk pengembangan kemasan Krezz Wafa Fried Chicken. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, kualitas kemasan dari Krezz Wafa Fried Chicken menunjukkan bahwa kemasan tersebut tergolong cukup baik. Kualitas kemasan ini unggul dalam penggunaan warna yang mencolok, informasi yang mudah dibaca, dan kesesuaian dengan demografi target yaitu remaja hingga dewasa. Namun, ada beberapa aspek yang masih perlu diperbaiki, terutama dalam hal keunikan visual, relevansi elemen gambar, serta penekanan pada keunggulan produk (USP). Secara keseluruhan, kemasan sudah efektif dalam menarik perhatian konsumen, tetapi perlu dilakukan desain ulang untuk memperkuat identitas merek dan meningkatkan daya saing dengan para pesaing.

Analisis Data Menggunakan Analisis SWOT

Data yang terkumpul kemudian dilakukan analisis menggunakan strategi SWOT. Dasar teknik analisa SWOT adalah mengidentifikasi dan menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman suatu perancangan. (Kumar & Praveena, 2023). Identifikasi menggunakan strategi SWOT dilakukan pada desain kemasan objek perancangan. Hasil yang didapat akan digunakan untuk membantu dalam perancangan ide redesain kemasan Krezz Wafa Fried Chicken.

Berdasarkan penilaian SWOT, Krezz Wafa Fried Chicken memiliki keunggulan dalam bahan material yang digunakan ramah lingkungan yang dapat mendukung kontribusi pada tren konsumen dengan gaya hidup sehat serta kemasan yang mendukung *habitual buying behaviour* konsumen (membeli suatu produk secara berulang tanpa berpikir panjang). Sementara itu kelemahan utama terletak pada kemasan yang rentan rusak dan tidak ergonomis, terutama untuk pengiriman barang. Kesempatan yang dapat

dimanfaatkan mencakup peningkatan tren konsumen yang peduli pada gaya hidup sehat dan penggunaan kemasan yang ramah lingkungan. Di sisi lain, ancaman yang dihadapi datang dari persaingan dengan produk serupa yang menawarkan harga lebih terjangkau dan inovasi kemasan yang lebih baik. Oleh karenanya, strategi *redesign* difokuskan pada pengembangan kemasan yang lebih ergonomis, menarik secara visual, ramah lingkungan, dan tetap sesuai dengan kategori harga produk.

Menyusun Strategi TOWS

Berdasarkan data penilaian SWOT yang didapat kemudian menyusun strategi TOWS dengan berbagai kombinasi rumusan, yaitu strategi SO (Strength-Opportunities), strategi WO (*Weakness - Opportunities*), strategi ST (*Strength - Threats*), strategi WT (*Weakness - Threats)*. Strategi pengembangan kemasan Krezz Wafa Fried Chicken difokuskan pada pemanfaatan kekuatan dan peluang melalui desain visual yang menarik, mudah diingat, serta penggunaan bahan meterial yang ramah lingkungan sesuai tren konsumen. Di samping itu, kelemahan yang ada seperti bahan yang rentan rusak dan kurang ergonomis, dapat ditangani dengan inovasi untuk menciptakan kemasan yang lebih praktis, terutama untuk keperluan pengiriman produk. Kemasan dengan daya tarik visual yang lebih menonjol dan ergonomi yang diperbaiki sambil juga tetap mempertahankan keunggulan harga yang ekonomis sebagai kekuatan besar dalam bersaing. Temuan dari analisis ini menjadi landasan dalam proses *redesign* kemasan Krezz Wafa Fried Chicken agar menjadi lebih kompetitif dan memenuhi permintaan pasar.

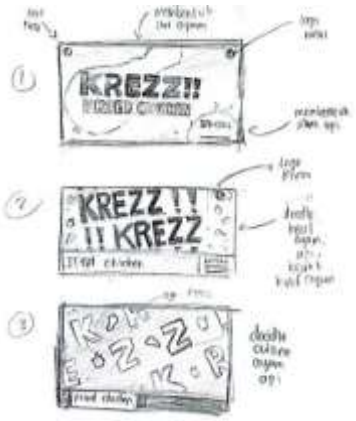
Tahapan perancangan Redesain Kemasan

Rumusan strategi yang terkumpul kemudian menjadi pondasi dasar dalam merancang konsep visual awal redesain kemasan Krezz Wafa Fried Chicken. Perancangan awal dikemas dalam bentuk tabel yang meliputi komponen isi nama produk, deskripsi singkat analisis logo lama, masalah utama yang ditemui, tujuan redesain, pendekatan desain, warna dan tipografi sebagai kunci konsep visual, material kemasan redesain, moodboard sebagai referensi perancangan redesain, serta sketsa kasar redesain kemasan Krezz Wafa Fried Chicken.



Gambar 2. Moodboard Kemasan Produk Sebagai Referensi
Sumber: Behance

Proses *redesign* kemasan difokuskan pada peningkatan daya tarik visual, penguatan identitas merek, dan pengembangan kemasan yang lebih simpel, fungsional, serta *eco-friendly.* Redesain kemasan ini tetap mempertahankan ciri visual utama dengan penggunaan warna merah, hitam, putih, dan kuning, serta tipografi yang tebal *(bold)* dan *outline,* tetapi dengan penampilan lebih modern, menarik, dan sesuai dengan karakter segmentasi pasar yang dituju. Sketsa kemudian dibuat terbagi menjadi tiga alternatif. Alternatif terpilih akan dilanjutkan ke proses digital hingga cetak.



Gambar 3. Alternatif Sketsa Redesain Kemasan
Sumber: Sketsa Penulis

Tahapan Proses Redesain dan Hasil Cetak

Pada tahap ini merupakan awal mula membuat desain digital kemasan. Berdasarkan perancangan konsep visual yang telah dikembang pada tahapan sebelumnya beserta melalui proses asistensi dan persetujuan pemilik produk, desain mulai dibuat menggunakan software Adobe Illustrator.



Gambar 4. Desain Jaring-Jaring Kemasan Redesain Produk Krezz Wafa Fried Chicken
Sumber: Desain Penulis

Hasil desain mempertimbangkan bentuk kemasan yang kuat dan aman dalam menyimpan isi makanan produk Krezz Wafa Fried Chicken, pegangan berbentuk jambul ayam yang memudahkan pembeli dalam membawa kemasan produk secara fleksibel, desain visual kemasan dengan warna dan tipografi

identitas produk Krezz Wafa Fried Chicken, serta gambar *doodle* sebagai *hook* desain yang menggambarkan gaya ayam kriuk Krezz Wafa Fried Chicken dan target pasar anak mudanya. Hasil desain kemudian dicetak menggunakan material kertas Ivory 300 gr dengan *finishing* laminasi *doff*. Bahan material kemasan yang dipilih menggunakan bahan yang ekonomis, terjangkau, menyesuaikan dengan harga dan target pasar anak muda, selain itu meskipun harga terjangkau, bahan material ini tetap memberikan kualitas kemasan yang baik dalam mendukung inovasi desain baru kemasan yang ditawarkan.



Gambar 5. Hasil Cetak Kemasan Redesain Krezz Wafa Fried Chicken
Sumber: Dokumen Penulis

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Krezz Wafa Fried Chicken memiliki sejumlah keunggulan, seperti kombinasi warna yang menarik, informasi yang mudah dibaca, serta pemilihan bahan material yang ramah lingkungan. Namun, masih terdapat beberapa kelemahan, termasuk identitas produk sebagai *fried chicken* yang elum diinformasikan dengan jelas, daya tarik visual yang kurang menarik perhatian remaja, keterbacaan logo yang kurang optimal, dan desain ergonomis kemasan yang perlu ditingkatkan.

Dengan mempertimbangkan temuan tersebut, dilakukan proses *redesign* kemasan yang berfokus pada penguatan identitas merek, peningkatan daya tarik visual, penyederhanaan desain agar lebih minimalis dan praktis, serta optimalisasi fungsi kemasan. Diharapkan bahwa hasil *redesign* kemasan ini dapat meningkatkan daya tarik produk, memperjelas citra merek sebagai produk *fried chicken,* dan memberikan pengalaman yang lebih baik bagi konsumen tanpa melupakan karakter visual yang telah dimiliki merek sebelumnya.

Untuk peneliti desain yang juga ingin merancang ulang kemasan, penting untuk melakukan riset yang menyeluruh mengenai audiens yang dituju, citra merek, serta kegunaan kemasan sebelum melakukan perombakan desain. Selain elemen visual, aspek ergonomi, bahan, dan kebutuhan konsumen juga harus diperhatikan agar menciptakan desain yang efisien dan sesuai tujuan.

REFERENSI

Hasanah, H. (2017) 'Teknik-teknik observasi (sebuah alternatif metode pengumpulan data kualitatif ilmu-ilmu sosial)', *At-Taqaddum*, 8(1), pp. 21–46. Available at: https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163

Kuantitatif, P.P. (2016) *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Kumar, S. and Praveena (2023) 'SWOT analysis', *International Journal of Advanced Research (IJAR)*, 11(9), pp. 744–748. Available at: https://doi.org/10.21474/IJAR01/17584

Kotler, P. and Keller, K.L. (2006) *Dirección de marketing*. Pearson Educación.

Nelfiyanti, N., Ernyasih, E., Nugrahaini, R.A., Setiawan, A. and Al-Hafidz, M.A. (2024) 'Strategi perancangan kemasan makanan untuk mendukung perilaku konsumen ramah lingkungan dengan menggunakan metode SWOT', *JISI: Jurnal Integrasi Sistem Industri*, 11(2), pp. 291–300.

Rahayu, A. (2025) 'Metode penelitian dan pengembangan (R&D): Pengertian, jenis dan tahapan', *DIAJAR: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 4(3), pp. 459–470. Available at: https://doi.org/10.54259/diajar.v4i3.5092