

PERANCANGAN KATALOG PRODUK PADA PERUSAHAAN IDCOCO INDONESIA

Nasar Buntu Laulita¹

nasar.buntu@uib.ac.id^{1*}

Zulfiniar Nur Karimah²

1941069.zulfiniar@uib.edu²

Universitas Internasional Batam

ABSTRAK

Perusahaan IDcoco Indonesia dalam menjalankan usahanya dengan sasaran pasar yang sudah mencakup pasar internasional saat ini memiliki berbagai kompetitor karena sudah bermunculan berbagai perusahaan yang bergerak di bidang yang sama serta menjual produk yang serupa. Oleh sebab itu sangat penting untuk merancang media pemasaran salah satunya berupa katalog produk yang menarik, memiliki nilai lebih dan efektif bagi calon pelanggan agar memudahkannya dalam membuat keputusan pembelian produk IDcoco Indonesia. Metode kualitatif dan data primer hasil wawancara narasumber serta data sekunder penelitian terdahulu digunakan sebagai landasan informasi dalam katalog produk yang dirancang. Hasil dari perancangan katalog yang telah dilakukan akhirnya dapat memberikan informasi secara detail mengenai deskripsi produk, spesifikasi, kapasitas produksi dan prosedur pengiriman serta disajikan dengan visualisasi yang menarik menggunakan bahasa Inggris sebagai bahasa internasional sehingga informasi yang disajikan dapat memudahkan calon pelanggan baik dari dalam negeri maupun luar negeri untuk dalam membuat keputusan pembelian produk IDcoco Indonesia.

Kata kunci: Katalog produk, sabut kelapa, media tanam kelapa dan tepung kelapa.

ABSTRACT

The IDcoco Indonesia company, in running its business with a target market that already includes the international market, currently has various competitors because various companies have emerged that are engaged in the same field and sell similar products. Therefore it is very important to design marketing media, one of which is in the form of an attractive product catalog, which has more value and is effective for potential customers to make it easier for them to make purchasing decisions for IDcoco Indonesia products. Qualitative methods and primary data from interviews with informants and secondary data from previous studies are used as the basis for information in the designed product catalog. The results of the catalog design that has been carried out can finally provide detailed information regarding product descriptions, specifications, production capacity and shipping procedures and are presented with attractive visualizations using English as an international language so that the information presented can make it easier for potential customers both from within the country and abroad countries to make purchasing decisions for IDcoco Indonesia products.

Keywords: Product catalog, cocofiber, cocopeat and desiccated coconut.

1. PENDAHULUAN

IDcoco Indonesia adalah bagian dari PT Indah Kuray Jaya, perusahaan perdagangan internasional yang menjual atau menjadi eksportir produk turunan kelapa. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 20 Agustus 2019 oleh Anggi Ardian yang juga merupakan CEO dari perusahaan ini. Karyawan pada perusahaan ini berjumlah 12 orang, bekerjasama dengan para petani. Lokasi Head Office perusahaan terletak di Candung, Agam, Sumatera Barat. Lalu *warehouse* perusahaannya terletak di Jl. Raya By Pass No.5, Kelurahan Koto Selayan, Kec. Mandiangin Koto Selayan, Kota Bukittinggi, Sumatera Barat. Sedangkan Tim Marketing dari perusahaannya berdomisili di Kota Batam, Kepulauan Riau. Perusahaan ini juga bergerak sebagai distributor dan konsultan bagi produk bisnis lokal yang akan memasarkan produknya ke luar negeri.

Kegiatan operasional perusahaan secara rutin adalah mencari *customer* potensial di luar negeri maupun dalam negeri. Kemudian setelah mendapatkan *demand* dari *customer*, perusahaan akan berkoordinasi dengan pihak ketiga yakni para petani dan pihak logistik untuk mengurus proses produksi dan pengiriman. Kemudian produk yang dipesan akan dikirimkan kepada *customer*. Secara struktur organisasi,

perusahaan ini terdiri dari pemilik, departemen manajemen keuangan, manajemen pemasaran dan manajemen produksi yang juga berhubungan dengan pihak eksternal yakni TPL atau *third party logistic* dan pihak ketiga lain yang terlibat dalam proses produksi olahan kelapa.

Secara terperinci, tugas dari pemilik sekaligus CEO adalah memimpin manajemen dan mengelola perusahaan secara keseluruhan dengan mengarahkan, mengawasi dan mengontrol proses pekerjaan yang dilakukan oleh departemen- departemen yang ada di bawahnya. Sedangkan tugas dari departemen Manajemen Keuangan adalah mengelola keuangan perusahaan diantaranya melakukan penginputan atau pencatatan transaksi keuangan perusahaan, berhubungan dengan supplier dalam proses pembayaran, bertanggungjawab dalam hubungan eksternal maupun internal dalam kaitannya dengan transaksi keuangan perusahaan dan membuat laporan keuangan. Kemudian tugas dari departemen Manajemen Pemasaran yaitu melakukan koordinasi dengan customer dan menyusun dan mengimplementasikan strategi pemasaran agar dapat mencapai target penjualan. Selanjutnya ada Manajemen Produksi yang bertugas dalam proses perencanaan, koordinasi dan pengawasan dalam proses pengadaan produk. Manajer produksi berkoordinasi dengan pihak eksternal atau

pihak ketiga dalam proses pengadaan produk yakni para petani kelapa yang ada di daerah Bukittinggi, Sumatera Barat. Selain itu departemen produksi juga bekerja sama dengan pihak 3PL (*third party logistic*) dalam memproses pengiriman kepada para *customer* baik *customer* dalam negeri maupun luar negeri.

Produk turunan kelapa yang diolah dan diperdagangkan oleh IDcoco diantaranya antara lain *cocofiber* (sabut kelapa), *cocopeat* (media tanam berasal dari sabut kelapa yang dihaluskan) dan *desiccated coconut* (tepung kelapa). Spesifikasi *cocofiber* yang disediakan oleh IDcoco Indonesia memiliki *moisturize rate* sebesar 14-20%, berwarna coklat keemasan, panjang dengan ukuran 5-25 cm dan *impurity rate* maksimal 3%. *Cocofiber* dikemas dalam bentuk bal dengan ukuran 80-110 kg per bal dengan MOQ (*Minimum Order Quantity*) sebesar 40HC (*container box 40 feet high cube*).

Kemudian untuk *cocopeat* terdapat dua jenis yang saat ini disediakan oleh IDcoco Indonesia, yaitu *high EC cocopeat bulk* dan *low EC cocopeat bulk*. EC yang dimaksud adalah *electrical conductivity*. EC mengukur jumlah komposisi nutrisi dan garam dan yang ada pada *cocopeat*. Bagi pelanggan, EC merupakan hal penting yang perlu diperhatikan dalam memilih *cocopeat*. *High EC cocopeat* pada umumnya digunakan untuk *animal*

bedding atau alas tidur hewan peternakan. Sedangkan *low EC cocopeat* pada umumnya digunakan sebagai media tanam. Dua jenis *cocopeat* tersebut tersedia dalam kemasan 25 kg dan dikirim dengan *dry container*.

Lalu untuk spesifikasi *desiccated coconut* yang disediakan oleh IDcoco Indonesia yaitu *low fat desiccated coconut*. Dengan *fat content* 50% ± 5%, *grade mill run*, komposisi *coconut kernel*, warna putih netral dan dengan *moisturize rate* maksimal 3%. Selain itu *desiccated coconut* dari IDcoco Indonesia juga memiliki sertifikasi BRC, ISO HACCP, MD Certificate, sertifikat Halal dan Kosher. IDcoco memiliki kapasitas untuk menyediakan *desiccated coconut* sampai 250 MT per bulan. *Desiccated coconut* harus disimpan dalam *cool and dry storage* dengan daya tahan produk sampai 12 bulan.

Perusahaan IDcoco Indonesia dalam menjalankan usahanya dengan sasaran pasar yang sudah mencakup pasar internasional saat ini memiliki berbagai kompetitor karena sudah bermunculan berbagai perusahaan yang bergerak di bidang yang sama serta menjual produk yang serupa. Proses pemasaran saat ini mengandalkan *email marketing* dengan cara mengirimkan penawaran melalui email dengan melampirkan brosur yang disebar kepada calon pelanggan potensial baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Dengan

proses pemasaran tersebut, saat ini brosur menjadi media yang digunakan calon pelanggan untuk secara sekilas mengenal perusahaan dan mengenal berbagai produk yang ditawarkan.

Namun setelah mendapatkan data brosur yang selama ini digunakan oleh perusahaan, ditemukan bahwa brosur yang digunakan untuk memasarkan produk baik di dalam dan luar negeri masih terdapat kekurangan diantaranya dari segi desain, tata letak, sistematika dan informasi yang disajikan, ditemukan penggunaan huruf maupun tanda baca yang digunakan pada beberapa bagian brosur yang belum sesuai aturan, bahasa yang digunakan masih menggunakan bahasa campuran (bahasa Inggris dan bahasa Indonesia) dengan susunan kalimat yang belum sesuai dengan kaidah penulisan yang baik dan benar, terdapat kesalahan penulisan dan kesalahan *grammar* atau tata bahasa pada bahasa Inggris yang digunakan.

Dengan kondisi-kondisi yang telah dijelaskan di atas, akan sangat penting bagi perusahaan untuk melakukan perbaikan pada media pemasaran yang selama ini digunakan. Upaya yang dapat dilakukan adalah dengan mengubah media pemasaran menjadi dalam bentuk katalog produk. Sekilas terdapat persamaan antara brosur dan katalog produk, namun sebenarnya keduanya memiliki perbedaan dari segi bentuk maupun konten.

Dengan katalog produk, perusahaan bisa memaparkan secara sangat detail dan sistematis tentang produk yang dijual. Media pemasaran katalog produk akan sangat berfokus pada gambaran produk, spesifikasi produk, kegunaan atau manfaat produk, kapasitas produksi produk dan proses pengiriman produk, sehingga informasi akan sangat difokuskan untuk mempermudah calon *customer* untuk mengambil keputusan pembelian. Selain itu katalog produk yang dibuat juga harus menggunakan bahasa Inggris dengan *grammar* atau tata bahasa yang baik. Hal itu dikarenakan bahasa Inggris menjadi bahasa internasional serta universal, bisa digunakan untuk pemasaran dalam negeri maupun luar negeri.

Katalog produk yang digunakan sebagai media pemasaran ketika disebarakan melalui *email* seperti biasanya dilakukan bisa menjadi representasi perusahaan di mata *customer*. Sehingga hal-hal minor seperti kerapian desain, sistematika informasi yang disajikan, tata bahasa yang digunakan, serta kelengkapan informasi yang diberikan harus sangat diperhatikan karena selain akan mempengaruhi keputusan pelanggan dalam mengambil keputusan pembelian juga dapat mempengaruhi citra atau kesan yang diberikan perusahaan pada calon pelanggan yang membaca katalog produk tersebut.

Persaingan perusahaan juga perlu

diperhatikan, dikarenakan dengan cakupan pasar internasional, tentunya semakin banyak kompetitor yang menjual produk yang serupa. Kompetitor lain juga berpotensi memiliki media pemasaran yang sama sepertihalnya katalog produk. Oleh sebab itu sangat penting untuk merancang katalog produk yang menarik dan memiliki nilai lebih agar dapat bersaing dengan kompetitor dan efektif bagi calon pelanggan agar memudahkannya dalam membuat keputusan pembelian produk IDcoco Indonesia.

Tujuan dari proyek ini adalah tersedianya media pemasaran berupa katalog produk yang berisi gambaran produk, spesifikasi produk, kegunaan atau manfaat produk, kapasitas produksi produk dan proses pengiriman produk yang dapat digunakan dan diimplementasikan perusahaan dalam menawarkan produk IDcoco Indonesia kepada calon pelanggan baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Sehingga perusahaan mendapat upaya *improvement* dari sisi media pemasaran. Katalog produk akan dirancang dengan memperhatikan aspek estetika, informasi yang disajikan menggunakan bahasa Inggris yang memiliki tata bahasa dan kaidah penulisan yang baik dan benar agar selain dapat mempermudah keputusan pembelian juga dapat memberikan kesan dan citra yang baik bagi perusahaan karena sebuah katalog

yang disebarakan bisa merepresentasikan nilai perusahaan di mata calon pelanggan.

Proyek ini bermanfaat bagi perusahaan agar perusahaan dapat memiliki media pemasaran berupa katalog produk yang efektif digunakan serta dapat memberi kemudahan kepada calon *customer* untuk mengambil keputusan pembelian. Sedangkan bagi penulis, proyek ini bermanfaat sebagai sarana dalam memperdalam dan mengimplementasikan ilmu yang selama ini didapatkan dari perkuliahan dengan cara mengabdikan dan berkontribusi untuk membantu mengembangkan usaha bisnis masyarakat.

2. LANDASAN TEORI

Menurut Rustiarini et al., (2021) katalog produk adalah suatu media promosi yang menyajikan informasi produk secara detail kepada calon pelanggan untuk memudahkannya dalam mengambil keputusan pembelian. Informasi yang disajikan diantara lain yaitu deskripsi produk, spesifikasi, kapasitas produksi serta alur dan prosedur pengiriman. Saat ini katalog produk banyak digunakan sebagai media pemasaran agar pelanggan memperoleh akses informasi untuk mengidentifikasi setiap produk yang ditawarkan (Susana, 2020).

Menurut Efrita et al., (2020) kelapa memiliki banyak manfaat, dari mulai akar hingga buahnya dapat dimanfaatkan untuk berbagai khasiat dan kegunaan.

Menurut Kaur et al., (2019) kelapa juga merupakan satu dari sepuluh pohon yang paling berguna di dunia, serta banyak disebut sebagai pohon kehidupan atau pohon kelimpahan karena begitu banyak manfaatnya dari mulai manfaatnya untuk nutrisi, kemudian untuk obat-obatan, kosmetik. Saat ini produk kelapa yang sangat banyak diperjualbelikan oleh para eksportir adalah *cocofiber*, *cocopeat* dan *desiccated coconut*.

Cocofiber atau sabut kelapa adalah serat yang terletak pada bagian luar buah kelapa yakni diantara kulit terluar dan batok kelapa. Sabut kelapa berbentuk seperti rambut berwarna coklat keemasan (Utomo et al., 2018). Menurut Azzaki et al., (2020), meskipun untuk sebagian kalangan sabut kelapa dianggap sebagai limbah namun sebenarnya sabut kelapa bisa dimanfaatkan sebagai bahan baku pembuatan pekas rumah tangga, furnitur, bahan bakar, kerajinan tangan, aksesoris, bahan pembuatan kasur, media tanam, pupuk organik, papan partikel, media filtrasi, bahan pewarna tekstil (Adeel et al., 2020), bahan komposit *filler* dalam dunia kedokteran gigi (Cevanti et al., 2022), hingga campuran beton (Zalukhu & Hutauruk, 2017) sebagai komposit untuk peredam suara dan penyerap temperatur (Kemala et al., 2021). Produk *cocofiber* termasuk produk yang sangat banyak diekspor ke luar negeri dikarenakan banyaknya

permintaan dari luar negeri, terlebih dari negara-negara yang tidak bisa menumbuhkan kelapa di tanah negaranya (Mulyadi et al., 2019).

Menurut Krishnapillai et al., (2020) *cocopeat* merupakan sabut kelapa yang dihaluskan dan biasa digunakan untuk media tanam dan alas tidur hewan peternakan atau animal *bedding*. Menurut Ayu et al., (2018) pada proses pembuatannya sabut kelapa dicuci terlebih dahulu, kemudian dikeringkan, diayak, lalu dibuat bebas dari kontaminasi unsur lain seperti pasir, sisa-sisa tumbuhan dan hewan-hewan kecil lalu dihaluskan. *Cocopeat* memiliki sifat porositas yang dapat diisi udara serta kapasitas yang tinggi dalam kemampuannya menahan air sehingga sangat ideal dan efektif untuk digunakan sebagai media tanam (Lestari et al., 2018). Menurut Intansari et al., (2020) *cocopeat* memiliki keunggulan dibandingkan media tanam berupa tanah. Kelebihan tersebut yaitu kemampuan dalam menahan dan menyimpan air 10 kali lebih baik dari media tanam tanah, sehingga akar tanaman bisa terhidrasi dengan baik dan tidak mudah kering. *Cocopeat* juga memiliki ketahanan terhadap hama karena beberapa jenis hama yang asalnya dari tanah pada umumnya tidak ada pada *cocopeat* sehingga memberi perlindungan lebih pada tanaman dari gangguan hama. Industri peternakan juga menggunakan

cocopeat sebagai *animal bedding*. Hal ini dikarenakan kualitas *cocopeat* yang memiliki kemampuan dalam menyerap kelembapan serta memiliki efek bantalan yang lembut. *Cocopeat* juga disterilkan dari jamur, patogen dan bau busuk sehingga ideal digunakan sebagai bahan lapisan lantai kandang hewan (Oketch et al., 2022).

Menurut John (2020) *desiccated coconut* atau tepung kelapa merupakan hasil olahan daging kelapa yang diparut atau dicacah untuk dihaluskan lalu secara higienis dikeringkan tanpa menambah bahan lain. Tepung kelapa memiliki nilai gizi yang tinggi dan banyak digunakan untuk pembuatan roti, manisan, biskuit atau hiasan *cake* serta berkhasiat untuk menurunkan risiko penyakit kardiovaskular, diabetes, pengeroposan tulang dan anemia. Tepung kelapa saat ini banyak digunakan sebagai pengganti kelapa parut dalam bahan pengolahan makanan (Gopalakrishnan, 2020).

3. METODOLOGI

Jenis dari penelitian ini yakni penelitian kualitatif, dengan melakukan analisis data dari hasil observasi dan wawancara yang kemudian dijadikan sebagai dasar untuk menemukan suatu permasalahan serta sebagai pertimbangan untuk merumuskan produk luaran atau *output* sebagai solusi dari permasalahan yang

ditemukan tersebut.

Pengumpulan data diawali dengan melakukan survey secara *online* melalui *website* resmi IDcoco. Kemudian menganalisis perusahaan melalui *website* dan mengidentifikasi untuk memahami model bisnis dan produk-produk yang ditawarkan. Dilanjutkan dengan menghubungi dan membuat janji dengan CEO dari perusahaan untuk bertemu secara langsung dan membahas kendala yang ada pada perusahaan yang merupakan usaha ekspor komoditas produk olahan kelapa yang baru merintis usahanya selama beberapa tahun.

Pertemuan dilakukan dengan melakukan wawancara, membahas latar belakang pendirian perusahaan, model bisnis perusahaan hingga metode pemasaran yang digunakan. Setelah melakukan wawancara dan menarik kesimpulan serta menemukan dan mendengarkan kendala yang harus dibenahi pada bagian pemasaran, dilanjutkan dengan melakukan analisis untuk menawarkan solusinya. Lalu diusulkanlah untuk membuat katalog produk sebagai solusi dikarenakan setelah melakukan wawancara diketahui bahwa saat ini perusahaan dalam melakukan pemasaran menggunakan *email* sebagai media pemasaran utama dengan mengirimkan brosur melalui *email* tersebut kepada calon pelanggan baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Namun setelah diobservasi, brosur yang

digunakan masih sangat sederhana, terdapat tata penulisan dan tata bahasa pada brosur yang masih harus dibenahi, serta terdapat informasi produk yang kurang dan sebaiknya dilengkapi mengingat pasar yang ditargetkan sudah mencakup pasar internasional sehingga hal seperti ini harus sangat diperhatikan. Oleh sebab itu, sangat penting untuk membuat katalog produk yang efektif untuk mengatasi masalah tersebut.

Luaran dari proyek merupakan katalog produk. Proses perancangannya diawali dengan melakukan wawancara untuk mendapatkan informasi mengenai profil perusahaan, spesifikasi setiap produk yang ditawarkan, kapasitas produksi hingga metode pengiriman. Kemudian dilanjutkan dengan menganalisis manfaat dari setiap produk dengan melakukan analisis data sekunder melalui jurnal-jurnal terdahulu agar informasi manfaat-manfaat produk olahan kelapa yang ditawarkan bisa dicantumkan pada katalog produk untuk memberi kesan nilai lebih produk pada calon pelanggan.

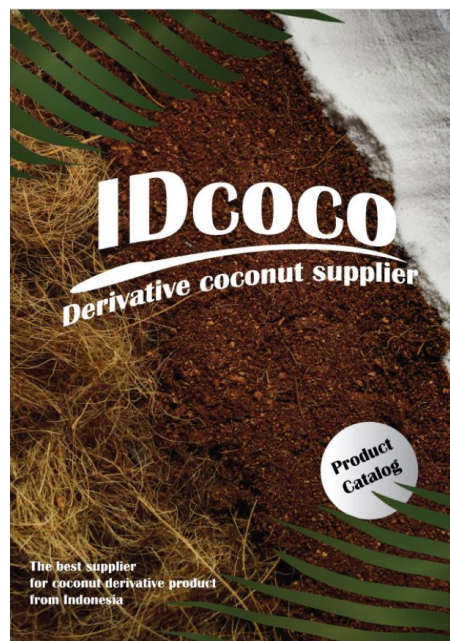
Setelah semua informasi yang dibutuhkan terkumpul, dilanjutkan dengan membuat rancangan sistematika penyajian informasi katalog produk, mengumpulkan gambar dan rancangan visualisasi yang diperlukan hingga proses desain katalog produk selesai dilakukan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil luaran kegiatan yang dibuat untuk perusahaan IDcoco Indonesia adalah Katalog Produk atau *Product Catalog* sebanyak lima halaman sebagai berikut,

a. Halaman Pertama (*Cover*) Katalog Produk

Halaman pertama merupakan halaman *cover* dari katalog produk yang dibuat sebagai luaran proyek. Pada *cover* terdapat visualisasi simbolis dari tiga produk utama IDcoco yaitu *cocofiber*, *cocopeat* dan *desiccated coconut*, dengan daun kelapa pada ujung *cover* sebagai simbolisasi representasi untuk menggambarkan secara tersirat tentang kelapa.



Gambar 1. Halaman cover katalog produk
Sumber: Penulis (2022)

Pada Gambar 1 tertulis IDcoco sebagai nama perusahaan dan kalimat “*Derivative Coconut Supplier*” sebagai penjabar untuk menyampaikan gambaran tentang peran perusahaan dalam menjual

produk olahan atau produk turunan kelapa. Serta kalimat persuasif pada pojok kiri bawah cover dengan kalimat “the best supplier for coconut derivative product from Indonesia” untuk memberikan citra perusahaan kepada pasar internasional sebagai *supplier* terbaik untuk produk tersebut dengan menyebutkan nama Indonesia sebagai negara asal.

b. Halaman Kedua Katalog Produk

Halaman kedua katalog produk pada Gambar 2 di bawah memvisualisasikan *cocofiber*, memberikan deskripsi produk, memberikan informasi *benefits* atau manfaat penggunaan produk agar dapat menarik minat calon pelanggan, kemudian memberikan spesifikasi produk dan informasi pengiman (*shipping*).



Gambar 2. Halaman kedua katalog produk
Sumber: Penulis (2022)

Informasi yang disajikan keseluruhan berbahasa Inggris sebagai bahasa internasional. Pada bagian deskripsi disebutkan mengenai *cocofiber* sebagai sabut atau serat fiber yang terletak di bagian luar buah kelapa, terletak diantara kulit terluar dan batok kelapa yang berbentuk seperti rambut coklat keemasan.

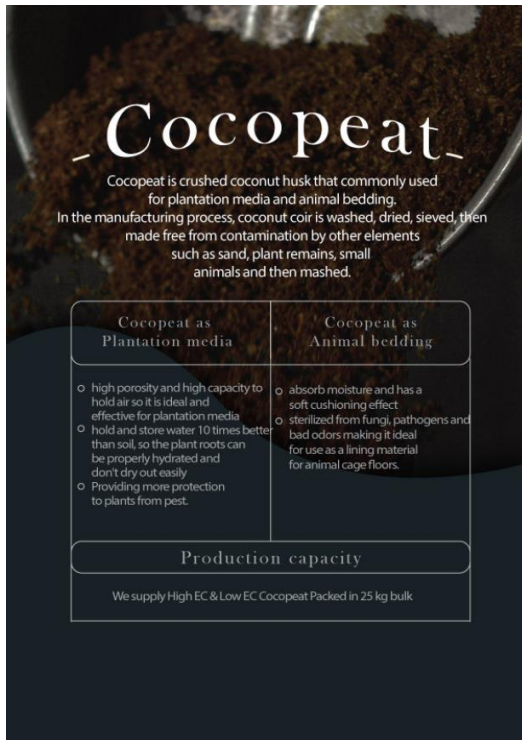
Kemudian disebutkan pada bagian kolom “*Benefits*” atau manfaat dari *cocofiber* tersebut diantaranya yaitu bisa dimanfaatkan sebagai material furnitur, kerajinan tangan, matras, media tanam, media penyaringan atau filtrasi, bahan tekstil, *filler* gigi di dunia kedokteran gigi, serta campuran beton untuk peredam suara dan temperatur.

Pada bagian kolom “*Specification*” disebutkan spesifikasi produk *cocofiber* yang dijual diantaranya memiliki berat 80 - 100 kg/ bal, dimensi ukuran 44x76x90 - 47x78x103 cm, *moisture rate* 14-20 %, impuritas 3%, Panjang 5-25 cm dengan warna kuning keemasan.

Pada bagian kolom “*Shipping*” disebutkan kapasitas produksinya mencapai 150 MT per bulan, serta proses pengiriman yang menggunakan *dry container* 40ft 40HC.

c. Halaman Ketiga Katalog Produk

Halaman ketiga katalog dilanjutkan dengan halaman sebagai berikut,



Gambar 3. Halaman ketiga katalog produk
Sumber: Penulis (2022)

Halaman ketiga katalog produk pada Gambar 3 di atas memvisualisasikan *cocopeat*, memberikan deskripsi produk, memberikan informasi nilai lebih *cocopeat* untuk dua penggunaan utama yakni media tanam atau *plantation media* dan *animal bedding* atau alas tidur hewan kandang hewan peternakan. Informasi tersebut bersumber dari hasil penelitian dan *botanical article*. Kemudian memberikan informasi *production capacity* untuk menjelaskan kapasitas produksi perusahaan dalam menyediakan produk tersebut.

Secara detail pada bagian deskripsi disebutkan bahwa *cocopeat* adalah sabut kelapa yang digiling serta biasa dipergunakan untuk *animal bedding* atau

alas tidur kandang hewan dan media tanam. Pada proses pembuatannya sabut kelapa dicuci, diayak, dikeringkan dan dibebaskan dari berbagai kontaminasi unsur lain seperti pasir, sisa tumbuhan dan hewan kecil lalu digiling.

Kemudian pada bagian kolom "*Cocopeat as plantation media*" atau *cocopeat* sebagai media tanam disebutkan berbagai manfaat yang dapat diperoleh jika menggunakan *cocopeat* sebagai media tanam, diantaranya disebutkan yaitu memiliki porositas tinggi serta kapasitas untuk menahan udara yang baik serta ideal dan efektif untuk media tanam, kemudian dapat menahan dan menyimpan air 10 kali lebih baik daripada tanah, hal itu membuat akar tanaman dapat terhidrasi dengan baik dan tidak mudah kering, serta dapat memberikan perlindungan lebih pada tanaman dari gangguan patogen seperti hama.

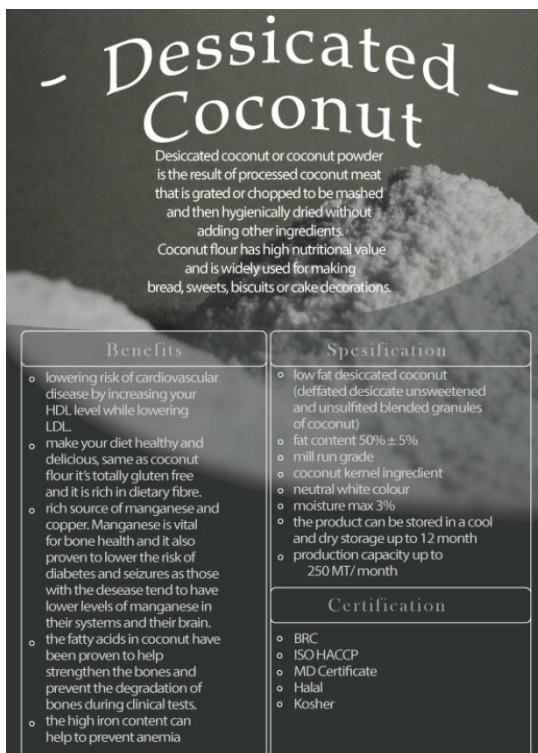
Lalu pada kolom "*cocopeat as animal bedding*" disebutkan berbagai manfaat yang dapat diperoleh jika menggunakan *cocopeat* sebagai alas tidur kandang hewan, diantaranya yaitu dapat menyerap kelembapan serta memiliki efek yang lembut dan empuk untuk hewan, serta steril dari jamur, kotoran dan patogen sehingga membuatnya ideal untuk digunakan sebagai alas tidur kandang hewan.

Pada kolom "*production capacity*" disebutkan bahwa kapasitas produksi

perusahaan dalam menyediakan *cocopeat high* dan *low EC* adalah sebanyak 25 kg dalam kemasan curah.

d. Halaman Keempat Katalog Produk

Halaman keempat katalog produk pada memvisualisasikan *desiccated coconut*, memberikan deskripsi produk, memberikan informasi *benefits* atau manfaat penggunaan produk, artikel kesehatan dan pertanian agar dapat menarik minat calon pelanggan, kemudian memberikan spesifikasi produk dan disertai kapasitas produksi serta daftar sertifikasi yang sudah dimiliki produk untuk meningkatkan kepercayaan calon pelanggan terhadap produk tersebut.



Gambar 4. Halaman keempat katalog produk
Sumber: Penulis (2022)

Pada bagian deskripsi disebutkan bahwa *desiccated coconut* atau tepung kelapa merupakan hasil olahan daging kelapa yang diparut dan dihapuskan kemudian dikeringkan secara higienis tanpa menambahkan bahan lain pada komposisinya. Memiliki nilai gizi yang tinggi serta banyak digunakan untuk pembuatan roti, hiasan kue, manisan dan biskuit.

Pada kolom "*benefits*" disebutkan bahwa produk *desiccated coconut* memiliki khasiat untuk meningkatkan kadar HDL dan menurunkan LDL untuk menurunkan risiko penyakit kardiovaskular, menjadikan diet yang sehat dan lezat yang kaya akan serat makanan dan bebas gluten, memiliki kandungan mangan dan tembaga yang kaya sangat penting untuk kesehatan tulang serta dapat menurunkan risiko diabetes, menguatkan tulang dan mencegah pengeroposan tulang dengan kandungan asam lemaknya serta membantu mencegah anemia karena kandungan zat besinya yang tinggi.

Pada bagian spesifikasi disebutkan bahwa *desiccated coconut* yang dijual memiliki spesifikasi rendah lemak dengan *fat content* 50%, memiliki *grade mill run*, berwarna putih netral, *moisture rate* maksimal 3%, serta petunjuk penyimpanan yang bisa disimpan di tempat yang dingin dan kering sampai 12 bulan serta kapasitas produksi

perusahaan yang mencapai 250 MT per bulan. Dilanjutkan dengan bagian kolom “*Certification*” dengan rincian sertifikasi yang sudah dimiliki oleh *desiccated coconut* perusahaan yakni BRC, ISO HACCP, MD Certificate, Halal dan Kosher.

e. Halaman terakhir (*back cover*) Katalog Produk

Halaman terakhir (*back cover*) katalog produk pada memberikan informasi usaha IDcoco sebagai *derivative coconut supplier from Indonesia* atau suplier produk turunan kelapa dari Indonesia, disertai dengan logo resmi perusahaan IDcoco, dilengkapi dengan informasi *port partner* untuk pengiriman produk baik untuk keperluan dalam negeri maupun untuk ekspor ke luar negeri. *Port* yang dimaksud diantaranya yaitu Belawan sebagai port utama yang terletak di Medan, Sumatera Utara. Kemudian *port* Tanjung Priok yang terletak di DKI Jakarta. Lalu Teluk Bayur yang terletak di Padang, Sumatera Barat hingga yang terakhir *port* Dumai yang terletak di Riau.

Pada bagian terbawah halaman, menampilkan *username* laman media sosial IDcoco untuk Facebook, Instagram, Website dan LinkedIn perusahaan dengan tetap menggambarkan visualisasi yang selaras dengan *cover* dan keseluruhan ide dan tema produk perusahaan sebagai

eksportir produk olahan kelapa.



Gambar 5. Halaman terakhir katalog produk
Sumber: Penulis (2022)

Dengan tersedianya media pemasaran berupa katalog produk yang berisi gambaran produk, spesifikasi produk, kegunaan atau manfaat produk, kapasitas produksi produk dan proses pengiriman produk yang dapat digunakan dan diimplementasikan perusahaan dalam menawarkan produk IDcoco Indonesia kepada calon pelanggan baik dari dalam negeri maupun luar negeri, maka perusahaan bisa melakukan upaya *improvement* dari sisi media pemasaran. Katalog produk yang dirancang dengan menarik dan visualisasi yang memperhatikan aspek estetika, informasi yang disajikan menggunakan bahasa

Inggris yang memiliki tata bahasa dan kaidah penulisan yang baik dan benar agar selain dapat mempermudah keputusan pembelian juga dapat memberikan kesan dan citra yang baik bagi perusahaan karena sebuah katalog yang disebarakan bisa merepresentasikan nilai perusahaan di mata calon pelanggan.

Proses implementasi luaran diawali dengan melakukan presentasi luaran proyek berupa katalog produk atau *product catalog* kepada CEO IDcoco Indonesia. Hal itu bertujuan untuk memaparkan isi informasi yang disampaikan dari setiap lembar atau halaman katalog guna memperoleh *approval* dari CEO tersebut agar luaran proyek yang telah disusun dapat diterima, disetujui kelayakannya untuk diaplikasikan, diimplementasikan atau digunakan oleh perusahaan sebagai media pemasaran.

Setelah dilakukan presentasi, mitra atau CEO IDcoco Indonesia memberikan *feedback* yang sangat positif dan setuju untuk menggunakan luaran proyek berupa katalog produk yang sudah dibuat untuk diaplikasikan dan digunakan sebagai media utama perusahaan dalam menawarkan atau memasarkan produknya. Teknisnya katalog produk tersebut akan disebarakan melalui *email* kepada calon pelanggan potensial baik dari dalam negeri maupun luar negeri.

5. KESIMPULAN

IDcoco Indonesia yang merupakan perusahaan *supplier* produk turunan kelapa selama beberapa tahun ini sudah menjalankan usahanya dengan menjual *cocofiber*, *cocopeat* dan *desiccated coconut* serta sudah memperluas pemasarannya baik ke dalam negeri maupun luar negeri. Pemasaran yang dilakukan secara teknis menggunakan media online seperti *email marketing* dengan mengirimkan brosur sederhana melalui *email* tersebut kepada para calon pelanggan potensial baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Namun setelah diobservasi, ternyata brosur yang selama ini digunakan masih memiliki kekurangan yakni dari segi kelengkapan informasi yang disajikan, bahasa yang digunakan serta tata letak dan aspek estetika yang masih harus dilakukan pengembangan. Oleh sebab itu penulis berinisiasi untuk membuat luaran proyek berupa katalog produk karena katalog produk akan lebih memberikan informasi produk secara lebih detail dibandingkan dengan brosur sederhana, serta membuat katalog tersebut dengan memperhatikan tata bahasa serta aspek visualisasi dan estetika yang baik agar bisa menarik perhatian pelanggan, memiliki nilai lebih, memberikan citra baik bagi perusahaan karena katalog produk yang dikirimkan melalui *email* kepada para calon pelanggan potensial baik dari dalam

negeri maupun luar negeri sehingga akan sangat merepresentasikan perusahaan di mata calon pelanggan tersebut. Dengan informasi sistematis dan mendetail pada katalog produk dari mulai deskripsi produk, spesifikasi, manfaat produk hingga kapasitas produksi dan proses pengiriman produk akan memudahkan pelanggan dalam membuat keputusan pembelian produk IDcoco Indonesia.

6. SARAN

Implementasi luaran proyek berupa katalog produk yang telah disetujui dan diterima mitra untuk diaplikasikan atau digunakan sebagai media pemasaran utama IDcoco Indonesia yang dikirimkan melalui *email* kepada calon pelanggan baik dari dalam negeri maupun luar negeri diharapkan dapat diperluas area penyebarannya. Area penyebaran yang dimaksud yakni area penyebaran katalog tersebut melalui *email* diharapkan target negara tujuannya bertambah, sehingga IDcoco Indonesia bisa memperluas target pasarnya ke lebih banyak negara serta memberikan potensi yang lebih besar bagi perusahaan untuk meningkatkan kapasitas produksi sehingga bisa menyediakan lebih banyak produknya baik untuk pelanggan dari dalam negeri maupun luar negeri dan memperoleh keuntungan yang lebih besar bagi kemajuan usahanya.

7. REFERENSI

- Abdullah Azzaki, D., Iqbal, M., Maulidia, V., Apriani, I., Dian Rahayu Jati, dan, Teknik Lingkungan, J., Teknik, F., & Tanjungpura Jl Hadari Nawawi, U. H. (2020). POTENSI PEMANFAATAN LIMBAH SERABUT KELAPA (COCOFIBER) MENJADI POT SERABUT KELAPA (COCOPOT) (The Potential Utilization of Coconut Fiber Waste into Vase of Coconut Fiber (Cocopot)). In *Jurnal Teknologi Lingkungan Lahan Basah* (Vol. 08, Issue 1).
- Adeel, S., Kiran, S., Habib, N., Hassan, A., Kamal, S., Qayyum, M. A., & Tariq, K. (2020). Sustainable ultrasonic dyeing of wool using coconut coir extract. *Textile Research Journal*, 90(7–8), 744–756. <https://doi.org/10.1177/0040517519878795>
- Ayu, D. P., Putri, E. R., Izza, R., & Nurkhamamah, Z. (2018). PENGOLAHAN LIMBAH SERABUT KELAPA MENJADI MEDIA TANAM COCOPEAT DAN COCOFIBER DI DUSUN PEPEN. 4(2), 93–100. <https://doi.org/10.17977/um032v4i2p93-100>
- Cevanti, T. A., Rois, M. F., Shiyama, N., Sari, P., Isnaini, S. I., Ramadhani, S., Sasono, A., Muhammad, G., Firdaus, B., Setyawan, H., Soetojo, A., & Widjiastuti, I. (2022). Synthesis of Cellulose Fiber <http://www.jidmr.com>

- Twis Agnita Cevanti and et al
Synthesis of Cellulose Fiber from
Coconut Coir as Potential
Application of Dental Flowable
Composite Filler. In *Journal of
International Dental and Medical
Research* (Vol. 15, Issue 2).
<http://www.jidmr.com>
- Efrita, E., Yawahar, J., & Feriady, A.
(2020). *PEMBUATAN COCOPEAT
SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN
NILAI TAMBAH SABUT KELAPA*.
www.jurnalumb.ac.id
- Elijah Ogola Oketch, A., bin Kim, Y., Yu,
M., Seon Hong, J., Randima
Nawarathne, S., & Min Heo, J.
(n.d.). *Running Title Bedding
materials and physiological
responses of ducks*.
<https://orcid.org/0000-0003-4364-460X>
- Gopalakrishnan, R. G. (2020). Yummy
Coconut Products Growing Demand
in US Markets. *Indian Coconut
Journal, July*, 1–5.
- Intansari, K., Patimah, T., Delvia Meisani,
N., Irawan, R., Atabany, A.,
Manajemen Sumberdaya Perairan,
D., Perikanan dan Ilmu Kelautan, F.,
& Pertanian Bogor, I. (2020).
*Penambahan Arang Sekam,
Kotoran Domba dan Cocopeat untuk
Media Tanam (Addition of Husk
Charcoal, Sheep Dung and
Cocopeat for Planting Media)* (Vol.
2). Edisi Khusus.
- John, S. (2020). Value addition in coconut:
Consumer profile, awareness and
consumption pattern of Desiccated
Coconut. *Journal of Tropical
Agriculture*, 1–7.
- Kaur, K., Chhikara, N., Sharma, P., Garg,
M. K., & Panghal, A. (2019). Coconut
meal: Nutraceutical importance and
food industry application. *Foods and
Raw Materials*, 7(2), 419–427.
<https://doi.org/10.21603/2308-4057-2019-2-419-427>
- Kemala, J., Selamat, T., Rusnardi, R., &
Rumilla, H. (2021). Percentage of
reducing heat of coco fiber material
as a potential isolation of building
walls. *Journal of Physics: Conference
Series*. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1811/1/012030>
- Krishnapillai, M., Young-Uhk, S., & Haase,
D. L. (n.d.). *Locally Produced
Cocopeat Growing Media for
Container Plant Production Climate
Adaptive Agriculture and Resilience
Project-Pacific American Climate
Fund View project Lands-Special
Issue: Forest Landscape Restoration
View project*.
<https://www.researchgate.net/publication/343514841>
- Lestari, J. S., Ramadhan, D., Riniarti, M.,
Santoso, T., Kehutanan, J.,
Pertanian, F., Lampung, U.,
Soemantri, J., No, B., & Lampung, B.
(2018). *Pemanfaatan Cocopeat
sebagai Media Tumbuh Sengon Laut*

- (*Paraserianthes falcataria*) dan *Merbau Darat (Intsia palembanica)*
The Utilization of Cocopeat as Growing Media for Paraserianthes falcataria and Intsia palembanica. 6(2), 22–31.
- Mulyadi, H., Nazamuddin, B. S., & Seftarita, C. (2019). What Determines Exports of Coconut Products? The Case of Indonesia. *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences*, 8(2). <https://doi.org/10.6007/ijarems/v8-i2/5874>
- Susana. (2020). Perancangan E-Katalog Produk Berbasis Android pada PT Samudera Jaya Benelli Menggunakan Metode User Centered Design(UCD). *Metik*, 4(2), 1–7.
- Susanto Zalukhu, P., & Meisandy Hutauruk, D. (n.d.). Pengaruh Penambahan Serat Sabut Kelapa (Cocofiber) terhadap Campuran Beton sebagai Peredam Suara Effect of Addition of Coco Fiber (Cocofiber) to Concrete Mixture as Sound Damper. *JCEBT*, 1(1), 2017. <http://ojs.uma.ac.id/index.php/jcebt>
- Utomo, K. P., Pramadita, S., & Ochih Saziati, D. (2018). Coco Fiber Sebagai Filter Limbah Cair Rumah Makan Cepat Saji. In *Jurnal Teknologi Lingkungan Lahan Basah* (Vol. 01, Issue 2).
- Wayan Rustiarini, N., Putu Nita Anggraini, N., & Ketut Sassu Budi Satwam, I. (2021). *PERANCANGAN KATALOG PRODUK UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM.* 5(5). <https://doi.org/10.31764/jmm.v5i5.5842>

