

PENGEMBANGAN LABEL KEMASAN BOTOL PADA PRODUK BUBUK JAHE MERAH

**Mohammad Ilham Fardiansyah, Dessy Agustina Sari,
Muhamamd Arif Firdaus, Vina Syoffiyatul Ulfa**

Program Studi Teknik Kimia, Fakultas Teknik, Universitas Singaperbangsa Karawang
dessy.agustina8@staff.unsika.ac.id

Abstract

The bottle container is a practical step for SMEs to increase product shelf life. UPPKS Bakti Lestari in Karyabakti village, Batujaya sub-district, Karawang district, continues an independent economy through good red ginger (cultivating to selling powder products). The involvement of academic roles and industry provides handling of bottle label transformation. The aspect of the research is design and completeness of information from Jamer's products. Changing the label gives a bright colour and includes nutritional information, composition, net weight, efficacy, etc. The data can increase trust and interest in consumer buying interest. The paper-based stickers that have been applied can fix previous shortcomings, such as partial labels on sure sides of the bottle packaging. Increasing consumer demand to 1 ton per month will encourage plastic packaging labels to reduce production costs, time and accuracy of labelling than manual activities.

Keywords: crystallization, ginger, packaging, product design, UMKM.

Abstrak

Wadah botol merupakan langkah praktis bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan umur simpan produk. UPPKS Bakti Lestari atau dikenal juga dengan nama UMKM Jahe Merah di Karawang – Jawa Barat meneruskan ekonomi mandiri melalui jahe merah baik (budidaya hingga produk jual bubuk). Keterlibatan peran akademis, dan industri memberikan penanganan transformasi label kemasan botol. Aspek kajian berupa desain dan kelengkapan informasi dari produk Jamer. Hasil perubahan label tersebut memberikan warna cerah dan pencantuman informasi gizi, komposisi, berat bersih, khasiat dan lainnya. Data tersebut mampu meningkatkan kepercayaan dan ketertarikan minat beli konsumen. Stiker berbahan kertas yang telah diterapkan mampu membenahi kekurangan sebelumnya seperti label parsial di sisi tertentu kemasan botol. Peningkatan permintaan konsumen hingga 1 ton per bulan akan mendesak penggunaan label kemasan plastik untuk menekan biaya produksi, waktu dan keakuratan pemasangan label dibandingkan aktivitas secara manual.

Kata kunci: jahe, kemasan produk, kristalisasi, pengemasan, UMKM.

PENDAHULUAN

Industri retail kini telah berkembang menjadi kawasan pertumbuhan ekonomi. Keberhasilan bisnis ini tidak hanya fokus pada pengendalian produksi, akan tetapi juga pada manajemen pemasaran. Langkah menghadapi perkembangan saat ini melalui karya yang inovatif

dengan fokus ketertarikan dan *eye catching* di hadapan konsumen (Erlyana & Nadya, 2018). Pengemasan juga mempengaruhi pemasaran produk jual. Penampilannya akan menghadirkan hasrat dan keinginan untuk memiliki produk tersebut. Dampak ini menjadi perspektif yang menggiring konsumen untuk membelinya. Alasan umumnya adalah

sebagai pendorong untuk memenuhi hasrat kebutuhan atau tidak. Selanjutnya, dasar ini mengakibatkan pengaruh dalam pengambilan keputusan dengan indikasi secara alamiah atau emosional.

Sifat spontanitas atau tidak menjadi aspek psikologis yang dapat dilandasi persuasi dari aksi-reaksi pemasaran (Dhameria & SAB, 2014). Kemasan mampu menyiratkan kesan pertama produk jual dalam menafsirkan kualitas maupun nilai yang terkandung. Ragam kemasan dapat berupa pernak-pernik warna, bentuk, material hingga desain dan ukuran kemasan (Mawadah, 2014). Selain itu, variasi tersebut yang memukau akan memberikan respon balik bagi konsumen. Tanggapan positif pun berhasil untuk menarik daya pikat konsumen pada aspek kemasan produk jual (Hidayat, 2011).

Nilai estetika kemasan produk merupakan hal penting dalam suatu produk untuk menarik daya beli. Bahasan pengemasan produk ditinjau dari dua aspek yaitu estetika tampilan dan informasi yang tersedia di produk tersebut. Estetika tampilan adalah visualisasi pada kreativitas desain pada kemasan produk. Kebutuhan konsep desain menjadi landasan untuk menghubungkan antara konsumen terhadap kemasan atau sejenisnya terkait identitas yang *highlight* atas produk jual tersebut (Maulani et al., 2021).

Peneliti (Ahmad et al., 2012; Mazhar et al., 2015) merangkumkan bahwa suatu kemasan produk jual mampu fokus konsumen, menaikkan pamor atau citra, menginisiasi alam sadar pembeli untuk memiliki produk tersebut, dan menerakan nilai khas yang dimilikinya. Kemasan menjadi penyebab utama reaksi pembeli terhadap suatu keputusan. Warna dan

rasa merupakan menjadi item kekhasan suatu produk untuk meningkatkan minat beli oleh konsumen (R. A. Sari & Rachmawati, 2019).

Keputusan dalam membeli produk jual menjadi fokus perhatian atas kemasan (Erlyana, 2018). Selain itu informasi material yang digunakan tentang bahan juga menjadi poin penting untuk mengetahui kandungan produk jual. Konsumen dapat memanfaatkan Peraturan Direktur Jenderal Pengawasan Makanan dan Obat di Indonesia melalui nomor 00.05.1.55.1621 dalam memantau material pada kemasan makanan.

Latar belakang tersebut mengarahkan fokus pelaksanaan kegiatan adalah mengevaluasi dan memperbaharui kemasan produk jual bubuk jahe merah. Desa Karyabakti memiliki penggiat ekonomi mandiri melalui UMKM Jahe Merah, yang tepatnya di kecamatan Batujaya kabupaten Karawang. Sebelumnya, pelaku usaha telah menggiatkan pemanfaatan rempah jahe merah yang dimulai dari budidaya (D. A. Sari & Sukanta, 2020; Wagiono et al., 2020) hingga tercapai wujud bubuk (D. A. Sari et al., 2021). Keberlanjutan pendampingan sebagai desa binaan Teknik Kimia Unsika berupa pembenahan di kendala pemasaran dengan mengkombinasikan masyarakat, mahasiswa, dan PT Temaru Engineering Indonesia untuk mentransformasikan label kemasan botol dengan aspek estetika dan informasi produk.

METODE

Lokasi pengabdian berada di desa Karyabakti melalui UMKM Jahe Merah atau dikenal sebelumnya sebagai UPPKS Bakti Lestari, Batujaya – Karawang, bersama warga desa dengan

tahapan berupa:

1. Persiapan tim pelaksana beserta perlengkapan
2. Perancangan label kemasan baru dengan merujuk sebelumnya
3. Evaluasi hasil desain pada poin (2)
4. Penerapan label terbaru ke kemasan botol dan memasarkan melalui Shopee dan Tokopedia Himatemia Unsika

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Karyabakti memiliki usaha ekonomi mandiri dengan salah satu wadahnya adalah UPPKS Bakti Lestari yang menangani jahe merah baik budidaya maupun produk jual bubuk. Kemasan botol merupakan wadah bubuk jahe merah yang telah digunakan selama ini (tersaji di Gambar 1). Produk pada Gambar 1.a merupakan hasil produksi mandiri UPPKS Bakti Lestari yang mengolah jahe merah dan gula pasir menjadi bubuk jahe merah. Produk tersebut telah memasuki pasar dengan bantuan *person to person* dan *e-commerce*, bukan pertokoan makanan-minuman.



Gambar 1: Label Kemasan Jamer: (a) Awal; (b) Terbaru Untuk 150 dan 500 g

Produk bubuk jahe merah pada Gambar 1.a memiliki kekurangan dalam segi desain stiker kurang menarik dan tidak menyajikan informasi kandungan. Jika produk ditampilkan dan dikelompokkan dengan produk sejenis, konsumen akan memperhatikan aspek untuk dapat membedakan produk yang tersaji (Nugrahani, 2015). Tiga langkah perbaikan yang telah dilakukan untuk memperbaharui desain dan menambahkan rincian label kemasan jual.

Pertama adalah perubahan desain stiker yang ditujukan untuk meningkatkan kualitas tampilan untuk

menambah daya tarik konsumen (tersaji pada Gambar 1.b) Langkah ini menjadi hal terpenting bagi pemasaran produk karena kontribusi warna yang terang dan tajam menjadi keunggulan dalam penampilan yang *eye catching* (menarik penglihatan atau pandangan konsumen). Warna kemasan yang menggambarkan kalimat tersirat produk memiliki dampak yang signifikan yang bukan saja pola pikir atau pandangan, namun berdampak pada perilaku pasca pembelian dan pilihan alternatif. Dalam hal ini, pembeli memiliki kecenderungan warna yang disukai melalui preferensi variasi rasa (Hanifawati et al., 2017). Ke depannya,

mitra ini telah berhasil dalam memvariasikan jenis kemasan seperti standing pouch yang ramah lingkungan dan berbahan khusus yang aman bagi produk makanan (Ulfa et al., 2020).

Kedua adalah pencantuman kelengkapan informasi kandungan yang dimiliki oleh produk jual diberikan dengan mengantongi hasil uji di laboratorium. Selain komposisi dan nilai gizi, batas waktu penggunaan (umur simpan) dan berat bersih bubuk Jamer juga disampaikan (disajikan oleh Gambar 2).



Gambar 2: Tampilan Kemasan Jamer

Penerapan stiker label kemasan memiliki tantangan dengan bentuk botol baik di 150, 250, dan 500 g. Untuk ukuran pertama, pelaksana memanfaatkan botol dengan empat sisi yang ditunjukkan oleh Gambar 3. Ketika stiker melalui sisi satu ke sisi lainnya, belokan dari setiap empat sisi mengakibatkan stiker melekat kurang baik di badan botol. Hal ini dapat tersolusikan dengan penggunaan botol berbentuk tabung.



Gambar 3: Tantangan Kemasan yang Berbentuk Empat Sisi dan Tabung

Mitra desa Karyabakti tidak memberikan perhatian atas bentuk botol yang empat sisi atau tabung selama ini. Karena stiker label bukan label terusan, tetapi label per bagian (lihat Gambar 1). Tindakan ini cukup bertahan lama karena kuantitas permintaan pembeli masih terakomodir. Namun, pengalihan bentuk botol menjadi tabung (150 g) diterapkan. Himatemia Unsika melakukan permintaan produk Jamer sebesar 90 kg per bulan.

Untuk kemasan 500 g, sisi botol berjumlah enam (disajikan Gambar 1). Penempelan stiker tidak memiliki kendala karena perpindahan dari satu sisi ke lainnya bukanlah sebuah belokan. Kemasan ini memiliki pembatas yang memudahkan kerekatan stiker ke sisi selanjutnya. Mitra desa Karyabakti tidak mampu menemukan kemasan botol untuk berat 500 g di berbagai toko plastik baik kios *offline* maupun di *e-commerce*.

SIMPULAN

Kegiatan pengembangan label kemasan botol bagi produk bubuk jahe merah di UPPKS Bakti Lestari atau UMKM Jahe Merah di kabupaten Karawang telah selesai dilaksanakan. Perubahan dan kelengkapan konten label jual produk jahe merah (Jamer) diterapkan baik dari sisi kecerahan -

ketajaman warna label, informasi gizi, berat bersih, nomor izin edar produk, hingga usia batas pemakaian produk. Kemasan botol membutuhkan bantuan stiker dengan mengalihkan bentuk botol berupa tabung untuk 150 dan 250 g. Sedangkan, untuk 500 g yang memiliki enam sisi tidak memberikan kendala bagi mitra pelaksana. Transformasi stiker label kemasan kertas dapat menjadi peluang menjadi plastik untuk meningkatkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk Jamer dan mengartikan permintaan konsumen meningkat hingga 1 ton per bulan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penghargaan kepada pihak Kementerian Pendidikan Kebudayaan, Riset dan Teknologi yang telah memberikan pendanaan melalui program kegiatan Talenta Inovasi, Nomor: 4279/E4/AK.04/2021. Selain itu, perubahan desain produk jual serbuk jahe merah juga sangat terbantu oleh peran industri sekitar Karawang, TEiN atau dikenal sebagai PT Temaru Engineering Indonesia. Kemudian, pihak SKS Karawang atau Senopati Kuliner Staysen memberikan kontribusi dan dedikasinya atas aspek penampilan atau desain dan *on site* distribusi jual di Karawang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, N., Billo, M., & Lakhan, A. (2012). Effect of product packaging in consumer buying decision. *Journal of Business Strategies*, 16(2), 1–10.
- Dhameria, V., & SAB. (2014). Analisis pengaruh keunikan desain kemasan produk, konduktivitas store enviroment, kualitas display terhadap keputusan pembelian impulsif (studi pada Pasaraya Sri Ratu Pemuda Semarang). *Sains Pemasaran Indonesia*, XIII(1), 1–44.
- Erlyana, Y. (2018). Analisis peranan desain kemasan terhadap brand identity dari sebuah produk makanan lokal Indonesia dengan studi kasus: Produk oleh-oleh khas Betawi 'Mpo Romlah.' *National Conference of Creative Industry*, 1079–1097. <https://doi.org/10.30813/ncci.v0i0.1316>
- Erlyana, Y., & Nadya, N. (2018). Analisis desain kemasan mi instan edisi khusus indomie tempo doeloe. *Titik Imaji*, 1(1), 17–29.
- Hanifawati, T., Suryantini, A., & Mulyo, J. H. (2017). Pengaruh atribut kemasan makanan dan karakteristik konsumen terhadap pembelian. *Agriekonomika*, 6(1). <https://doi.org/10.21107/agriekonomika.v6i1.1895>
- Hidayat, M. (2011). Tinjauan kognisi desain produk kemasan sebagai unsur identitas budaya populer atas produk kemasan makanan industri kecil menengah (ikm). *Kawistara*, 1(3), 244–256.
- Maulani, A. N., Fetrianggi, R., & Prana, I. S. (2021). Analisis pengaruh desain kemasan dan brand image kopi good day pada minat beli konsumen. *Finder*, 1(1), 1–10.
- Mawadah, I. (2014). *Pengaruh kemasan terhadap minat beli konsumen (studi empiris pada produk mi sedap cup di kabupaten Ngawi)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Mazhar, M., Daud, S., Bhutto, S. A., & Mubin, M. (2015). Impact of product packaging on consumers buying behavior: Evidence from karachi. *Journal of Marketing*

- and Consumer Research*, 16, 35–42.
- Nugrahani, R. (2015). Peran desain grafis pada label dan kemasan produk makanan UMKM. *Imajinasi*, 9(2), 127–136.
- Sari, D. A., & Sukanta, S. (2020). Pendampingan peningkatan ekonomi warga kabupaten karawang melalui budidaya tanaman jahe merah. *Prosiding Seminar Nasional Rekarta 2020*, 91–97.
- Sari, D. A., Sukanta, S., Wagiono, W., & Irawan, A. (2021). Peningkatan produksi bubuk jahe merah melalui introduksi sistem penghalusan. *Jurnal Masyarrakat Mandiri*, 5(2), 615–623.
- Sari, R. A., & Rachmawati, Y. (2019). Analisis pengaruh parsial kemasan, warna, rasa dan pengetahuan gizi terhadap keputusan pembelian produk makanan pada siswa Sekolah Dasar (SD). *Teknovasi*, 6(2), 27–34.
- Ulfa, V. S., Kharisma, H. D., & Sari, D. A. (2020). Optimasi akademisi dan mata kuliah teknik kimia melalui peran praktisi industri. *Prosiding Seminar Nasional Universitas Islam Syekh Yusuf*, 1, 1379–1383. <https://doi.org/10.31219/osf.io/uf45p>
- Wagiono, W., Sari, D. A., Miledhiya, S. A., Fitria, I. A., Sidabutar, K. V., Kamiil, M. I., & Fadzrin, A. G. M. (2020). Pengaruh pemberian kombinasi pupuk organik dan anorganik terhadap keragaan pertumbuhan dan tanaman jahe merah (*Zinger officinale* Ruubrum) di kecamatan Majalaya kabupaten Karawang. *Jurnal Agrotek Indonesia*, 2(5), 41–46.