

REDESAIN KEMASAN PRODUK UKM JAMU CUKA REMPAH UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN

Handy Febri Satoto¹, Wiwin Widiasih²

^{1,2}Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

handyfebri@gmail.com

Abstrak

Pada masa pandemi Covid-19 ini UKM menjadi terdampak pada penurunan penjualan, termasuk yang dialami UKM Jamu Cuka Rempah yaitu penjualan menurun hingga 60%. UKM Jamu Cuka Rempah atau UD. Intansari Raya merupakan sebuah UKM di Wage Kecamatan Taman kabupaten Sidoarjo memproduksi jamu cuka rempah dan berdiri sejak tahun 2012 yang beranggotakan 7 pekerja. Produk yang dihasilkan dinilai unik karena berciri khas dan mampu mengangkat kearifan lokal Indonesia dalam hal jamu atau herbal. UKM ini telah memiliki IUMK dan NIB, selain itu juga berkomitmen dalam pengelolaan dan pemantauan dampak lingkungan yang terjadi akibat aktivitas usaha dan diawasi oleh instansi yang berwenang dengan dibuktikan memiliki SPPL. Permasalahan yang dihadapi yaitu kemasan produk yang ada saat ini masih sangat sederhana dan kurang mencerminkan keunggulan produk sehingga dapat berpotensi menurunkan nilai jual. Solusi yang ditawarkan pada kegiatan ini adalah redesain kemasan produk UKM Jamu Cuka Rempah yakni pada kemasan produk Exafa, Ms. Cuka, dan Mr. Rempah guna meningkatkan penjualan. Metode yang digunakan adalah identifikasi permasalahan yang mendesak untuk segera diatasi; metode partisipatif dalam redesain kemasan; monitoring dan evaluasi terhadap hasil PKM; monitoring program dengan Tim pelaksana sebagai fasilitator bila terjadi masalah dan identifikasi peningkatan hasil penjualan setelah dilakukan redesain kemasan. Hasil redesain kemasan didapatkan penjualan meningkat sekitar 40%.

Kata kunci: redesain kemasan, UKM jamu cuka rempah, peningkatan penjualan

Abstract

During the Covid-19 pandemic, SMEs were affected by a decline in sales, including what was experienced by the Herbal Vinegar and Spice SMEs, where sales decreased by 60%. SMEs Herbal Vinegar Spices or UD. Intansari Raya is an SME in Wage, Taman District, Sidoarjo Regency, producing herbs and spices and has been established since 2012 with 7 members. The resulting product is considered unique because it is unique and able to elevate Indonesian local wisdom in terms of herbs or herbs. These SMEs already have IUMK and NIB, besides that they are also committed to managing and monitoring environmental impacts that occur as a result of business activities and are supervised by the authorized agency proven to have SPPL. The problem faced is that the current product packaging is still very simple and does not reflect the superiority of the product so that it can potentially reduce the selling value. The solution offered in this activity is the redesign of the herbal medicine product packaging for the Spices, namely the Exafa product packaging, Ms. Vinegar, and Mr. Spices to increase sales. The method used is the identification of urgent problems to be addressed immediately; participatory methods in packaging redesign; monitoring and evaluation of PKM results; monitoring the program with the implementation team as a facilitator in case of problems and identifying the increase in sales results after the packaging redesign. The results of the packaging redesign showed that sales increased by around 40%.

Keywords: *packaging redesign, spice and vinegar herbal medicine SMEs, sales increase*

Pendahuluan

Pandemi Covid-19 tidak hanya dirasakan oleh seseorang melainkan masyarakat global. Dengan adanya Pandemi Covid-19 memiliki dampak terhadap segala lapisan masyarakat, khususnya

Usaha Kecil Menengah (UKM). Kabupaten Sidoarjo merupakan salah satu kabupaten di Jawa Timur yang memiliki potensi yang berasal dari pemanfaatan potensi sumber daya alam dan kekayaan budaya lokal. Untuk Industri Kecil dan Menengah Kabupaten Sidoarjo diantaranya industri border, topi, bandeng, jamu, dan masih banyak lagi.

Jamu adalah sebutan untuk obat tradisional dari Indonesia yang saat ini juga populer dengan sebutan herbal. Pengertian jamu dalam Permenkes No.003/Menkes/Per/1/2010 adalah bahan atau ramuan bahan yang berupa tumbuhan, bahan hewan, bahan mineral, sediaan sarian (galenik), atau campuran dari bahan tersebut yang secara turun temurun telah digunakan untuk pengobatan, dan dapat diterapkan sesuai dengan norma yang berlaku di masyarakat (Evrina, 2013). Jamu atau herbal memiliki berbagai macam khasiat atau manfaat yang dapat dirasakan oleh tubuh bagi penggunaannya. Jamu atau herbal juga dapat dijadikan kesehatan tubuh manusia atau penjagaan kekebalan tubuh (imun).

UKM Jamu Cuka Rempah atau UD. Intansari Raya merupakan sebuah UKM yang berlokasi di Perumahan Griyo Wage Asri 2, Blok AB No 9, Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo. UKM ini didirikan oleh Bapak Khairul Bahri Priyono kelahiran Serang tahun 1972. Bapak Khairul Bahri Priyono merupakan anak ke-8 dari sembilan bersaudara. Sebelum mendirikan usaha bumbu cuka rempah ini, beliau sempat berkarir di usaha Cuka Apel bersama teman-temannya di Batu pada tahun 2008-2012. Tahun 2012 hingga saat ini, beliau memutuskan untuk mendirikan usaha yaitu produksi sari apel fermentasi murni dan herbal. UD. Intansari Raya telah memiliki izin usaha berupa Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK) dengan Nomer Induk Berusaha (NIB) 0220103171644. UKM ini juga berkomitmen dalam pengelolaan dan pemantauan dampak lingkungan yang terjadi akibat aktivitas usaha dan bersedia diawasi oleh instansi yang berwenang dengan dibuktikan memiliki SPPL.

UKM ini merupakan UKM yang unik karena berciri khas dan mampu mengangkat kearifan lokal Indonesia dalam hal jamu atau herbal serta memiliki banyak manfaat. Cuka apel (Apple Cider Vinegar) adalah cairan fermentasi buah apel yang difermentasi oleh khamir dan bakteri asam asetat (Atro, Adelina, Periadnadi, & Nurmiati, 2015). Saat ini jumlah pekerja UD. Intansari Raya berjumlah tiga orang untuk bagian produksi, tiga orang di bagian pengemasan dan enam orang untuk bagian pemasaran sehingga total 12 pekerja. Saat ini, kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan dan semakin banyaknya masyarakat yang beralih dari mengkonsumsi obat kimia menjadi obat herbal, menjadikan produk cuka apel layak diproduksi (Atro, Adelina, Periadnadi, & Nurmiati, 2015). Sehingga Tahun 2019 oleh UD. Intansari Raya, produk disempurnakan menjadi bumbu cuka rempah dan telah mendapatkan PIRT dan NIP serta uji klinis oleh Dinas Kesehatan dan Pangan. Nomer P-IRT produk ini adalah 2113515021664-25. Produk yang dihasilkan memiliki beberapa varian antara lain Exafa, Ms. Cuka, Mr. Rempah, dan Mr. Ran.

Produk tersebut berbentuk spray sehingga mudah dalam penggunaan konsumen. Produk dapat digunakan ketika konsumen menikmati makanan yang akan disantapnya secara langsung atau juga disemprotkan ke dalam mulut. Produk yang dibuat tidak berbahaya, telah teruji klinis, dan memiliki banyak manfaat kesehatan. Untuk harga jual produk, produk Exafa merupakan produk yang dijual paling murah dibandingkan produk lainnya dan memiliki program bayar seikhlasnya. Bahkan produk Exafa diberikan secara cuma-cuma oleh pemilik sebagai promosi. Sedangkan untuk produk Ms. Cuka dibandrol dengan harga Rp. 125.000 per botol dan Mr. Rempah Rp. 175.000 per botol.

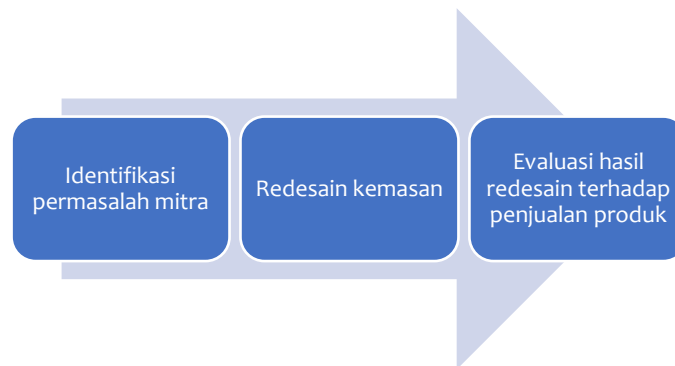
Proses produksi UKM Jamu Cuka Rempah ini tergolong cukup sederhana yaitu dimulai dari pengumpulan bahan baku utama seperti sari cuka apel fermentasi dan rempah-rempah. Senyawa fitokimia sebagai senyawa kimia yang terkandung dalam tanaman (rempah) mempunyai peranan yang sangat penting bagi kesehatan termasuk fungsinya dalam pencegahan terhadap penyakit degeneratif (Winarti, dkk. 2005).

Dalam survei pendahuluan, pihak UKM mengungkapkan kekurangan pada desain packaging produk. Sedangkan perlu sekali dalam memahami desain visual dalam komunikasi pemasaran. Oleh karena itu diperlukan strategi pemasaran dengan melakukan kajian terhadap desain visual packaging dan komunikasi pemasaran agar dapat meningkatkan nilai jual produk. Redesain yang dilakukan pada kemasan produk UKM Jamu Cuka Rempah yakni pada kemasan produk Exafa, Ms. Cuka, dan Mr. Rempah guna meningkatkan penjualan. Penelitian terkait pengaruh komunikasi visual terhadap pemasaran produk menghasilkan temuan bahwa tidak semua konsumen memahami pesan dari kemasan yang disampaikan produk (Natadjaja, 2002). Hal ini menjadikan kemasan visual yang menarik dapat bersaing jika dipasarkan pada target yang sesuai dan langsung memahami produk.

Metode

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi Mitra dan solusi yang ditawarkan, maka metode pelaksanaannya adalah sebagai berikut:

1. Melakukan identifikasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra UKM Jamu Cuka Rempah melalui metode survei awal, wawancara dengan mitra, dan observasi lapangan.
2. Berdasarkan hasil identifikasi permasalahan yang dihadapi, selanjutnya ditentukan beberapa masalah yang mendesak yang harus segera diatasi, yaitu: redesain kemasan produk UKM Jamu Cuka Rempah yakni pada kemasan produk Exafa, Ms. Cuka, dan Mr. Rempah guna meningkatkan penjualan di masa pandemi Covid19. Alur kegiatan pengabdian seperti pada bagan berikut



Gambar 1. Bagan alur pengabdian

Hasil dan Pembahasan

Strategi bersaing generik merupakan inti keunggulan bersaing dari strategi apapun, dan mencapai keunggulan bersaing mengharuskan perusahaan untuk menentukan pilihan jika suatu perusahaan ingin memiliki keunggulan bersaing tertentu, perusahaan harus memiliki jenis keunggulan bersaing yang akan dicapainya serta cakupan pasar tempat perusahaan akan mencapainya (Porter, 1993). Setiap perusahaan melibatkan sejumlah besar teknologi. Setiap hal yang dilakukan sebuah perusahaan sudah pasti melibatkan teknologi jenis tertentu, walaupun

jenis teknologi yang mendominasi produk atau proses produksi dalam perusahaan yang satu mungkin berbeda dari jenis teknologi yang mendominasi produk atau proses produksi dalam perusahaan lain. Setiap jenis teknologi yang dipakai perusahaan dapat memiliki dampak persaingan. Teknologi penting bagi persaingan jika berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing perusahaan atau terhadap struktur industri (Porter, 1993).

Rempah-rempah yang digunakan untuk proses produksi terdiri atas 27 jenis rempah-rempah diantaranya yaitu asam jawa, garam, kapulaga, cengkeh, lada hitam, kemiri, gula aren, lengkuas, kayu manis, kunyit, bunga lawang, daun jeruk, bawang bombay, jahe, serai, blimbing wuluh, pala, bawang putih, temulawak, jeruk nipis, kencur, bawang merah, merica, daun salam, dan ketumbar. Bahan-bahan tersebut setelah tersedia kemudian dicuci, setelah itu digiling atau dihaluskan secara manual dengan menggunakan alat blender. Setelah itu dilakukan tahap fermentasi.



Gambar 2 Proses Produksi, Alat, dan Bahan

Pada tahapan fermentasi, semua bahan dimasukkan ke dalam tong. Fermentasi yang dilakukan memiliki tiga tahapan. Dengan tahapan fermentasi ini membuat cuka buah dalam hal ini apel, dapat dimanfaatkan sebagai pengawet hal ini dimungkinkan karena kandungan asam asetat yang bersifat sebagai anti mikroorganisme. Selain itu, cuka buah juga dapat dimanfaatkan sebagai pangan fungsional. Hal ini dikarenakan pangan fungsional tidak hanya memiliki fungsi primer, yaitu mencukupi kebutuhan dasar manusia yaitu karbohidrat, protein, lemak, vitamin dan mineral. Fungsi sekunder sebagai pangan dapat diterima oleh indrawi manusia, memiliki penampakan dan cita rasa yang baik dan fungsi tersiernya sebagai pencegahan atau meminimalkan terjadinya suatu penyakit dengan kandungan senyawa yang ada di dalamnya (Atro, Adelina, Periadnadi, & Nurmiati, 2015). Selaras dengan hal tersebut, menurut Badan POM pangan fungsional adalah pangan yang secara alami maupun telah melalui proses mengandung satu atau lebih senyawa yang berdasarkan kajian-kajian ilmiah dianggap mempunyai fungsi-fungsi fisiologis tertentu yang bermanfaat bagi kesehatan (Winarti & Nurdjanah, 2005).

Produk yang dihasilkan memiliki beberapa varian antara lain Exafa, Ms. Cuka, Mr. Rempah, dan Mr. Ran. Perbedaan masing-masing produk ada pada kandungan atau komposisi bahan antara ramuan rempah dan sari apel fermentasi. Perbedaan kadar % bahan komposisi ramuan rempah dan sari apel fermentasi disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Komposisi Bahan Produk UD. Intansari Raya

No	Produk	Volume	% Bahan Rempah	% Sari Apel Fermentasi
1	Exafa	30 ml	20%	80%
2	Ms. Cuka	30 ml	40%	60%
3	Mr. Rempah	30 ml	50%	50%
4	Mr. Ran	30 ml	70%	30%

Langkah-langkah yang telah dilakukan oleh Tim Pelaksana untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi adalah sebagai berikut :

1. Koordinasi dengan mitra dan sosialisasi program.



Gambar 3 Koordinasi dengan mitra dan sosialisasi program

2. Identifikasi desain lama produk.



Gambar 4 Identifikasi desain lama produk

- Redesain kemasan produk UKM Jamu Cuka Rempah yakni pada kemasan produk Exafa, Ms. Cuka, dan Mr. Rempah.



Gambar 5 Redesain kemasan produk Exafa, Ms. Cuka, dan Mr. Rempah

- Evaluasi hasil redesain terhadap penjualan produk dengan memberi saran dan masukan serta mitra memberikan data hasil penjualan setelah dilakukan redesain kemasan



Gambar 6 Evaluasi Hasil Redesain terhadap Penjualan

Capaian dari tahap-tahap pengabdian masyarakat PKM ini dapat dirangkum dalam tabel berikut

Tabel 2 Tahap-tahap pengabdian masyarakat dan indikator capaian

No	Kegiatan	Peran Aktif dalam Kegiatan		Indikator Capaian
		Tim PKM	Mitra	
1	Koordinasi dan sosialisasi program	- Pembagian tugas - Sebagai pelaksanaa program	Fasilitator pelaksanaan program	Kesepakatan rencana kegiatan dan bentuk partisipasi mitra
2	Redesain kemasan produk UKM Jamu Cuka Rempah yakni pada kemasan produk Exafa, Ms. Cuka, dan Mr. Rempah	Redesain kemasan produk Exafa, Ms. Cuka, dan Mr. Rempah	Ikut terlibat dalam redesign kemasan produk Exafa, Ms. Cuka, dan Mr. Rempah	Tersedianya desain kemasan produk Exafa, Ms. Cuka, dan Mr. Rempah yang baru
3.	Evaluasi hasil redesign terhadap penjualan produk	- Memberi saran dan masukan - Sebagai pemberi solusi bila terjadi masalah	Memberikan data hasil penjualan setelah dilakukan redesign kemasan - Bertanya pada tim pelaksana bila terjadi masalah	Meningkatnya penjualan pruduk sekitar 40% setelah dilakukan redesign kemasan.

Langkah-langkah yang telah ditempuh diatas sepenuhnya telah diterapkan oleh pemilik UKM Jamu Rempah pada produksi yang baru. Setelah dilakukan identifikasi, pemilik mengakui bahwa kemasan kurang menarik sehingga pelaksan pengabdian memberikan masukan untuk redesign kemasan. Kemasan ini penting karena menjadi salah satu nilai jual yang dapat meningkatkan kesadaran merk.

Redesain kemasan dilakukan berkali kali melalui proses konsultasi dengan pemilik UKM. Pemilik UKM Cuka Rempah ikut memberi masukan terhadap desain yang ada. Setelah menyetujui hasil redesign, proses produksi kemasan dilakukan. Selain itu isi produk ditambah variannya lebih besar yakni 100ml agar calon pembeli bisa memilih. Respon atau hasil pasar telah berhasil diidentifikasi dengan peningkatan penjualan sekitar 40%, Dengan adanya redesign kemasan ini juga lebih meningkatkan nilai jual.

Kesimpulan

Pengabdian yang telah dilakukan membawa manfaat bagi UKM Jamu Rempah untuk lebih meningkatkan nilai produk. Redesain yang dilakukan pada produk unggulan yakni Exafa, Ms.Cuka, dan Mr.Rempah. Desain menjadi lebih menarik dan memiliki informasi komposisi yang lebih detail. Desain visual yang menarik diperlukan dalam komunikasi pemasaran agar lebih memiliki nilai jual produk.

Harga yang cukup bersaing sebanding dengan kemasan yang dibuat. Setiap UMKM memiliki keunggulan sendiri yang melibatkan teknologi. Saat ini UKM Cuka Rempah pada tahap

redesain kemasan sehingga pengetahuan calon konsumen mengenai produk ini menjadi meningkat.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih pada Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya karena telah mendanai program pengabdian masyarakat ini dalam bentuk hibah perguruan tinggi tahun 2021. Penulis juga mengucapkan terima kasih pada UKM Jamu Rempah sebagai mitra pengabdian.

Referensi

- Atro, Adelina, R., Periadnadi, & Nurmiati. (2015). Keberadaan Mikrofolara Alami dalam Fermentasi Cuka Apel Hijau (*Malus sylvestris* Mill) Kultivar Granny Smith. *Jurnal Biologi Universitas Andalas*, 158-161.
- Cenadi, & Suharto, C. (2000). Peranan Desain Kemasan dalam Dunia Pemasaran. *NIRMANA Vol 2 No 1*, 92-103.
- Evrina. (2013). Pengembangan Jamu sebagai Warisan Budaya. *Biofarmaka*.
- Junaidi. (2017). Pelatihan Manajemen Keuangan sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM dalam Menghadapi MEA di Kecamatan Tomoni Kabupaten Luwu Timur. *Resona Jurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat Vol. 1, No. 1*, 46-51.
- Natadjaja, L. (2002). Pengaruh Komunikasi Visual antar Budaya terhadap Pemasaran Produk pada Pasar Ekspor Ditinjau dari Warna dan Ilustrasi Desain Kemasan. *NIRMANA Vol 4 No 2*, 158-168.
- Porter. (1993). *Keunggulan Bersaing*. Jakarta: Erlangga.
- Risnarningsih. (2017). Pengelolaan Keuangan Usaha Mikro dengan Economic Entity Concept. *Jurnal Analisa Akuntansi dan Perpajakan, Volume 1, Nomor 1*, 41-50.
- Winarti, C., & Nurdjanah, N. (2005). Peluang Tanaman Rempah dan Obat Sebagai Sumber Pangan Fungsional. *Jurnal Litbang Pertanian*.