

**DESAIN KEMASAN PRODUK USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM)
'POKAK' SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN DAYA TARIK MASYARAKAT
TERHADAP MINUMAN HERBAL DI MASA PANDEMI COVID-19**

Widyasari¹, Handy Octoriawan Sumitro²

^{1,2}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain,
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
widyasari.dkv@upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Salah satu kebiasaan baik yang dapat dilakukan oleh masyarakat Indonesia di masa pandemi untuk mencegah serangan virus Covid-19 adalah mengkonsumsi minuman herbal pokak yang dapat meningkatkan daya tahan tubuh. Minuman herbal pokak terbuat dari rempah-rempah asli Indonesia yang dapat memberikan manfaat untuk meningkatkan daya tahan tubuh, mengobati masuk angin, meredakan flu, batuk dan demam. Di sisi lain, tingkat ketertarikan masyarakat terhadap minuman herbal pokak sangat kurang, sehingga dampaknya memasarkan produk minuman herbal di zaman modern menjadi hal yang tidak mudah. Produsen harus memikirkan bagaimana minuman herbal yang terkesan kuno dan tidak cukup menarik bagi masyarakat dapat dipasarkan pada pasar yang lebih luas dan laku dibeli oleh masyarakat dari beragam kalangan. Dalam konteks ini, perhatian harus terus diberikan terhadap produk minuman herbal pokak, tidak hanya sebatas aspek kualitas produk, namun juga menyangkut aspek desain kemasan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif untuk menemukan konsep kreatif mendesain kemasan produk minuman herbal pokak yang diproduksi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan memperhatikan empat aspek kemasan, yakni aspek informasi, aspek visual, aspek material dan aspek ergonomi. Desain kemasan minuman herbal pokak yang menarik dan informatif diharapkan dapat menjadi daya tarik bagi konsumen serta dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan beragam.

Kata Kunci Covid-19, Desain Kemasan, Minuman Herbal, Pandemi, Pokak

ABSTRACT

One of the good habits that Indonesian people can do during the pandemic period to prevent the Covid-19 virus attack is to consume herbal drink that can increase endurance. Pokak herbal drink is made from native Indonesia spices that can provide benefits for increasing body resistance, treating cold, relieving flu, cough and fever. On the other hand, the level of people interest in herbal drinks is very less, so the impact of marketing herbal drink product in the modern era is not easy. Manufacturers have to think how herbal drink product the seem old-fashioned and not attractive enough to the people can be marketed to a wider market and can be bought by people from various circles. In this context, attention must continue to be given to pokak herbal drink, not only in term of product quality, but also in term of packaging design. This research using a descriptive research method with a qualitative approach to find creative concepts in designing packaging of pokak herbal drink that produced by Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) with paying attention to four aspects of packaging, that is informational aspects, visual aspects, material aspects and ergonomic aspects. The attractive and informative packaging design of pokak herbal drink is expected to be an attraction for consumers and can reach a wider and diverse market.

Keywords Covid-19, Herbal Drink, Packaging Design, Pandemic, Pokak

PENDAHULUAN

Di masa pandemi saat ini, banyak sekali kebiasaan baik yang dapat dilakukan oleh masyarakat Indonesia setiap harinya untuk mencegah serangan virus Covid-19, seperti menerapkan protokol kesehatan, menerapkan pola hidup bersih dan sehat, juga dengan mengkonsumsi makanan dan minuman sehat yang dapat meningkatkan daya tahan tubuh. Salah satu minuman sehat yang dapat dipilih dan dikonsumsi oleh masyarakat untuk meningkatkan daya tahan tubuh adalah minuman herbal pokak.

Minuman herbal pokok dinilai dapat meningkatkan daya tahan tubuh karena mengandung nutrisi yang dihasilkan dari tanaman herbal sebagai bahan dasar pembuatannya. Meskipun dari segi penyembuhannya, tanaman herbal umumnya lebih lambat dalam mengobati penyakit dibandingkan dengan menggunakan obat-obatan kimia, namun pengobatan secara tradisional menggunakan tanaman herbal jauh lebih aman bagi tubuh dengan sangat sedikit efek samping yang ditimbulkan, bebas racun, mudah diproduksi, menghilangkan akar penyakit, mudah diperoleh, murah dan mempunyai banyak khasiat (Hariana, 2008).

Beberapa jenis tanaman herbal yang dapat digunakan sebagai bahan dasar pembuatan minuman herbal pokok adalah rempah-rempah asli Indonesia seperti jahe, serai, kayu manis, daun pandan, kapulaga, cengkeh, bunga lawang dan merica. Nutrisi yang terkandung di dalam rempah-rempah tersebut mengandung zat senyawa seperti curcumin dan gingerol yang dapat meningkatkan daya tahan tubuh manusia, mengobati masuk angin, meredakan flu, batuk dan demam. Di sisi lain, meskipun minuman herbal pokok dapat memberikan manfaat untuk meningkatkan daya tahan tubuh manusia, ketertarikan masyarakat terhadap minuman herbal pokok sangatlah kurang. Gaya hidup manusia sering kali merubah kebiasaan dan tradisi dalam berperilaku (Priskila, 2015). Saat ini, marak sekali produk minuman kekinian yang banyak dijumpai di pasaran dan menjadi gaya hidup masyarakat dalam mengkonsumsi produk minuman kekinian tersebut. Produk minuman kekinian didukung dengan desain kemasan yang menarik sehingga lebih mudah dalam menjangkau pasar dan menambah ketertarikan masyarakat untuk membelinya.

Berdasarkan hasil wawancara penulis kepada salah seorang produsen minuman herbal sekaligus penggiat Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Kampung Herbal Genteng-Candirejo, Surabaya, Sa'ada, menuturkan bahwa memasarkan produk minuman herbal di zaman modern saat ini bukan lah hal yang mudah. Produsen harus memikirkan bagaimana produk minuman herbal yang terkesan kuno dan tidak cukup menarik bagi masyarakat dapat dipasarkan pada pasar yang lebih luas, seperti minimarket dan supermarket, serta laku dibeli oleh masyarakat dari beragam kalangan. Sehingga dalam konteks ini, perhatian harus terus diberikan terhadap produk minuman herbal pokok, tidak hanya sebatas aspek kualitas produk saja, namun juga menyangkut aspek desain kemasan. Kemasan produk UMKM minuman herbal pokok yang menarik dan informatif diharapkan dapat menjadi daya tarik dalam bersaing merebut konsumen di mana konsumen dihadapkan dengan banyaknya pilihan merek dan jenis minuman yang ada di pasaran. Selain itu kemasan produk UMKM minuman herbal pokok yang menarik dan informatif juga akan meningkatkan distribusi pemasaran produk dalam hal menjangkau pasar yang lebih luas dan beragam.

METODOLOGI

Metode penelitian yang digunakan dalam mendesain kemasan produk UMKM minuman herbal ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode deskriptif merupakan metode penelitian yang berusaha untuk mendeskripsikan suatu fenomena atau peristiwa sesuai dengan apa adanya dan dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai keadaan saat itu (Nyoman, 2012). Sedangkan analisis yang digunakan berupa analisis kualitatif yang bersifat fleksibel dan dapat berubah-ubah sesuai dengan kondisi lapangan. Analisis kualitatif menghasilkan data bukan dalam bentuk angka, namun berupa deskriptif kualitatif dalam bentuk bentuk teks, dokumen, gambar, atau lisan dari orang-orang, objek, dan perilaku yang diamati di lapangan (Sarwono, 2007:95).

Prosedur Penelitian

Langkah-langkah yang digunakan untuk menyusun penelitian adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan sebuah permasalahan atau fenomena;
2. Mengumpulkan data primer dan data sekunder;
3. Menganalisis data primer dan data sekunder dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif untuk menyusun konsep kreatif dalam mendesain kemasan produk UMKM minuman herbal Pokak.

1. Perumusan Masalah

Peneliti mencari sebuah fenomena atau permasalahan yang sedang terjadi di masyarakat yang *urgent* untuk diselesaikan dan dapat menjadi sebuah landasan dalam penyusunan penelitian. Fenomena atau

permasalahan yang telah ditemukan kemudian diobservasi dan dibedah lebih mendalam untuk dicari kebenaran akan adanya fenomena atau permasalahan tersebut. Selanjutnya data yang telah diperoleh akan dianalisis lebih mendalam untuk disusun sebagai rumusan masalah, sehingga ditemukan sebuah solusi yang dapat digunakan. Solusi yang ditemukan sekaligus sebagai *output* dalam penelitian ini adalah mendesain kemasan produk UMKM minuman herbal pokok sebagai upaya untuk meningkatkan daya tarik masyarakat terhadap minuman herbal di masa pandemi Covid-19.

2. Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah berupa pengumpulan data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan (Hasan, 2002:82). Data primer merupakan data yang didapatkan secara langsung melalui sumbernya dengan menggunakan berbagai cara atau metode. Dalam penelitian ini data primer diperoleh melalui wawancara mendalam kepada produsen minuman herbal yang juga sekaligus sebagai pelaku UMKM Kampung Herbal Genteng-Candirejo, Surabaya. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada (Hasan, 2002:58). Data sekunder memuat berbagai informasi yang berkaitan dengan penelitian yakni desain kemasan dan produk minuman herbal yang diperoleh melalui buku dan jurnal yang diakses melalui internet maupun dalam bentuk fisik.

3. Teknik Analisis Data

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif untuk menggali informasi secara menyeluruh dan mendalam melalui data primer dan data sekunder yang dikumpulkan. Informasi yang digali mengenai empat aspek dalam mendesain kemasan, yakni: aspek informasi pada kemasan, aspek visual pada kemasan, aspek material kemasan, dan aspek ergonomi kemasan. Konsep kreatif dalam mendesain kemasan produk UMKM minuman herbal pokok dengan memperhatikan ke-empat aspek tersebut diharapkan dapat menghasilkan desain kemasan yang menarik dan informatif, dapat menjadi daya tarik pada masyarakat terhadap produk minuman herbal pokok, serta dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan beragam.

PEMBAHASAN

Secara umum kemasan merupakan bagian pembungkus (wadah) dari sebuah produk yang terdapat di dalamnya dan dirancang dengan menggunakan bahan atau material khusus. Kemasan merupakan wadah atau suatu upaya untuk menambah nilai dan fungsi dari sebuah produk (Sri Julianti, 2014:15). Sedangkan kemasan menurut sudut pandang desain adalah suatu karya bisnis dalam bidang kreatif yang melibatkan unsur-unsur di dalamnya antara lain struktur, bentuk, material, warna, tipografi, citra, dan elemen-elemen lain yang terkait dengan desain yang bertujuan untuk memberikan informasi produk agar dapat dipasarkan (Klimchuk, 2007:33).

Empat aspek yang perlu diperhatikan dalam mendesain kemasan adalah sebagai berikut:

1. Aspek Informasi Pada Kemasan;
2. Aspek Visual Pada Kemasan;
3. Aspek Material Kemasan;
4. Aspek Ergonomi Kemasan.

1. Aspek Informasi Pada Kemasan

Beberapa informasi yang tertera pada kemasan produk UMKM minuman herbal 'pokak' adalah nama produsen, alamat produsen, merek dagang, berat *netto* (berat bersih), nomor Perizinan Industri Rumah Tangga (P-IRT), penjelasan singkat produk, tanggal kadaluwarsa, komposisi produk. Implementasi aspek informasi pada kemasan UMKM minuman herbal 'pokak' seperti pada Gambar 1 di bawah.



Gambar 1. Implementasi aspek informasi pada kemasan produk UMKM minuman herbal Pokak
Sumber: Dokumentasi Pribadi

(a) Nama produsen merupakan informasi nama perusahaan atau produsen yang memproduksi minuman herbal pokak, yakni ECO 29 (UD. J alasafa) yang merupakan anggota dari UMKM Kampung Herbal, Genteng Candirejo, Surabaya. Melalui informasi nama produsen pada kemasan, diharapkan UMKM Kampung Herbal, Genteng-Candirejo, Surabaya semakin dikenal oleh masyarakat luas. Selain nama produsen, (b) alamat produsen juga dicantumkan pada kemasan sebagai informasi di mana lokasi produsen berada. Informasi selanjutnya adalah (c) merek dagang produk ‘POKAK’ sebagai informasi penamaan produk yang dijual. Merek dagang ‘POKAK’ diambil dari nama produk yang dijual. Informasi (d) penjelasan singkat produk dan (f) komposisi produk untuk memberikan informasi tentang bahan-bahan yang digunakan telah sesuai dengan penjelasan singkat produk dan aman untuk dikonsumsi. (g) Nomor Perizinan Industri Rumah Tangga (P-IRT) dicantumkan pada kemasan sebagai jaminan bagi konsumen mengenai produk.

2. Aspek Visual Pada Kemasan

a. Bentuk Kemasan

Kemasan produk UMKM minuman herbal pokak berupa botol dengan label kemasan berbentuk persegi panjang yang menyelimuti botol dan label kemasan berbentuk lidah pada tutup botol, seperti pada Gambar 2 di bawah. Pada kemasan produk UMKM minuman herbal pokak, selain memberikan label kemasan pada botol juga memberikan emboss identitas visual produsen pada permukaan botol. Hal ini bertujuan untuk memberikan keamanan lebih pada produk agar produk tidak diklaim oleh produsen lain. Sedangkan label kemasan berbentuk lidah pada tutup botol sebagai penanda bahwa produk dalam kondisi rapat dan belum dikonsumsi.



Gambar 2. Bentuk kemasan produk UMKM minuman herbal pokak
Sumber: Dokumentasi Pribadi

b. Identitas Visual Produsen

Identitas visual UMKM Kampung Herbal, Genteng Candirejo seperti pada Gambar 3, terdiri dari *picture mark* dan *letter mark*. Visualisasi *picture mark* merupakan bentuk penyederhanaan rumah dan

tanaman dengan filosofi yakni industri rumah tangga UMKM Kampung Herbal, Genteng Candirejo memproduksi minuman dari olahan tanaman herbal. Sedangkan warna yang digunakan adalah warna hijau mewakili warna tanaman, warna biru melambangkan kesegaran dari produk minuman, dan warna oranye melambangkan semangat.



Gambar 3. Identitas Visual UMKM Kampung Herbal, Genteng Candirejo
Sumber: Dokumentasi Pribadi

c. Warna

Warna merupakan aspek yang penting dalam kemasan yang dapat memberikan pengaruh kepada konsumen. Konsumen dapat mengidentifikasi atau mengenal suatu produk melalui warna pada kemasan sebelum elemen-elemen visual lainnya. Kemasan produk UMKM minuman herbal pokok menggunakan warna biru melambangkan kepercayaan terhadap minuman herbal pokok yang dapat memberikan khasiat untuk menambah daya tahan tubuh. Sedangkan warna putih dan kuning digunakan pada tipografi kemasan untuk memberikan kekontrasan warna dengan latar belakang sehingga teks dapat terbaca. Warna kuning digunakan pada teks 'POKAK' agar lebih menonjol dan dapat terbaca terlebih dahulu dibandingkan informasi yang lainnya.

d. Tipografi

Pada kemasan, tipografi merupakan media utama untuk mengomunikasikan nama, fungsi dan fakta produk bagi konsumen luas. Tipografi pada kemasan produk UMKM minuman herbal pokok menggunakan huruf jenis *sans serif* (tanpa sirip) dengan karakteristik huruf yang tegak dan kaku. Pemilihan jenis huruf ini mempertimbangkan keterbacaan huruf dan karakteristik target konsumen. Selain itu, antar teks tidak saling tumpang tindih, sehingga teks dapat terbaca dengan jelas. Sedangkan untuk ukuran huruf, nama produsen dan merek dagang produk memiliki ukuran yang lebih besar dibandingkan dengan teks lainnya, hal ini bertujuan agar dapat terbaca terlebih dahulu.

e. Ilustrasi

Secara umum ilustrasi adalah gambar atau foto dengan tujuan menjelaskan teks dan sekaligus menciptakan daya tarik. Kehadiran ilustrasi fotografi lebih mampu menghidupkan bahan baku alami dari isi produk sehingga dapat membangun citra produk di benak konsumen. Pada kemasan produk UMKM minuman herbal pokok menggunakan ilustrasi fotografi penyajian minuman pokok beserta bahan bakunya seperti pada Gambar 4. Melalui ilustrasi fotografi tersebut dapat terlihat bahwa produk minuman pokok merupakan minuman herbal asli yang terbuat dari bahan-bahan herbal. Selain itu kemasan juga didukung dengan ilustrasi stilasi bentuk penyederhanaan objek gambar bahan baku tersebut.



Gambar 4. Ilustrasi fotografi dan stilasi pada kemasan produk UMKM minuman herbal Pokak
Sumber: Dokumentasi Pribadi

f. *Layout*

Pada kemasan produk UMKM minuman herbal pokok mengimplementasikan *layout* (tata letak) dengan menggabungkan dan mengolah semua unsur grafis, meliputi identitas visual produsen, merek dagang, warna, tipografi, ilustrasi menjadi satu kesatuan dan ditempatkan pada halaman kemasan secara utuh dan terpadu.

3. Aspek Material Kemasan

Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam menentukan material kemasan, seperti sifat produk (padat, cair, serbuk) dan karakteristik produk (mudah hancur, mudah sobek, dan sebagainya). Produk UMKM minuman herbal pokok menggunakan kemasan berbentuk botol dari material plastik dengan sifat yang sangat fleksibel dan dinamis namun tetap kuat. Kemasan botol plastik memiliki kelebihan kedap udara, tidak mudah bocor, lebih aman dibawa (tidak mudah pecah) dan ringan. Pemilihan kemasan botol plastik dipastikan tidak mengandung bahan kimia yang berbahaya sehingga aman untuk produk minuman.

4. Aspek Ergonomi Kemasan

Ergonomi kemasan merupakan aspek penting yang perlu diperhatikan dalam kemasan. Ergonomi kemasan terkait dengan kenyamanan konsumen yang dapat memberikan dampak pada aspek loyalitas. Kemasan produk sedapat mungkin harus mudah digunakan oleh konsumen. Kemasan produk UMKM minuman herbal pokok menggunakan kemasan botol dengan ukuran yang tidak terlalu besar sehingga praktis ketika dibawa oleh konsumen dan sesuai dengan *positioning* produk sebagai produk sekali minum.

KESIMPULAN

Kemasan produk UMKM minuman herbal pokok dengan merek dagang 'POKAK' produksi ECO 29 (UD. Jalasafa) yang merupakan anggota dari UMKM Kampung Herbal, Genteng Candirejo, Surabaya, dirancang dengan memperhatikan dan menerapkan empat aspek desain kemasan yakni aspek informasi pada kemasan (nama produsen, alamat produsen, merek dagang, berat *netto*, nomor P-IRT, penjelasan singkat produk, tanggal kadaluwarsa, komposisi produk), aspek visual pada kemasan (bentuk kemasan, identitas visual produsen, warna, tipografi, ilustrasi, *layout*), aspek material kemasan, dan aspek ergonomi kemasan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiasih, Priskila. 2015. *Persepsi Terhadap Makanan Tradisional Jawa Timur: Studi Awal Terhadap Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Surabaya*. Jurnal Kinerja: Jurnal Bisnis dan Ekonomi. 19 (2): 114-127.
- Dantes, Nyoman. 2012. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Hariana, Arief. 2008. *Tumbuhan Obat dan Khasiatnya Seri 2*. Depok: Penebar Swadaya.
- Hasan, M. Iqbal. 2002. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Julianti, Sri. 2014. *The Art of Packaging*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Marianne Rosner Klimchuk, & Sandra A. Krasovec. 2007. *Desain Kemasan*. Jakarta: Erlangga.
- Sarwono, Jonathan & Lubis, Hary. 2007. *Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi.