

PENDAMPINGAN DESAIN KEMASAN PRODUK UMKM WEDANG UWUH DI DESA DUKUH, BANYUDONO BOYOLALI

Khamami¹⁾, Endro Wasito²⁾, Sri Anggraeni K³⁾, Sarono Widodo⁴⁾,
Eni Dwi Wardihani⁵⁾, Taufiq Yulianto⁶⁾, Muhlasah Novitasari Mara^{7)*},
Tahan Prahara⁸⁾, Muhammad Anif⁹⁾

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9} Jurusan Teknik Elektro, Politeknik Negeri Semarang,
Jl. Prof. H. Soedarto, S.H., Tembalang Semarang, 50275
*E-mail: muhlah@polines.ac.id

Abstract

The Micro, Small, and Medium-Sized Enterprises (MSME) in Dukuh Village, Banyudono, Boyolali Regency produce a superior product, specifically wedang uwuh. Wedang uwuh is a non-chemical herbal beverage that can promote health. Wedang uwuh, which is produced by MSME in Dukuh Village, has the potential to compete with similar products, given that MSME in Dukuh Village are extremely concerned with the quality of their production inputs. Even for drying, a drying machine is used to make the product more hygienic, as drying with a dryer reduces the exposure of raw materials to dust compared to the traditional drying process. Unfortunately, the packaging of wedang uwuh in Dukuh Village is still less appealing. Therefore, the Politeknik Negeri Semarang service team provides product packaging design assistance. Through this assistance, new logo and packaging designs are obtained that are more attractive than before.

Keywords: *Packaging Design, Logo, Digital Marketing, Wedang Uwuh, MSME*

Abstrak

UMKM Desa Dukuh, Banyudono Kabupaten Boyolali mempunyai produk unggulan yaitu wedang uwuh. Wedang uwuh adalah minuman herbal alami tanpa bahan kimia yang dapat mendukung kesehatan. Wedang uwuh produksi UMKM Desa Dukuh memiliki potensi untuk bersaing dengan produk serupa mengingat UMKM Desa Dukuh sangat menjaga kualitas bahan baku produksinya. Bahkan untuk pengeringan dilakukan dengan mesin pengering sehingga produk lebih higienis karena pengeringan dengan mesin pengering meminimalisir bahan baku terkena debu dibandingkan dengan proses penjemuran tradisional. Sayangnya, kemasan produk wedang uwuh UMKM Desa Dukuh masih kurang menarik. Oleh karenanya pada tim pengabdian Politeknik Negeri Semarang memberikan pendampingan desain kemasan produk. Melalui pendampingan ini diperoleh desain logo dan kemasan yang lebih menarik daripada sebelumnya.

Kata Kunci: *Desain Kemasan, Logo, Digital Marketing, Wedang Uwuh, UMKM*

PENDAHULUAN

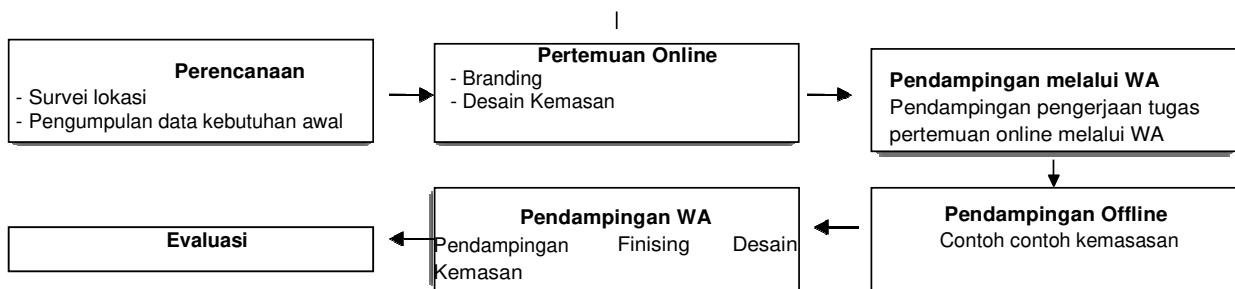
Wedang uwuh merupakan salah satu minuman tradisional yang kerap digunakan dalam pengobatan tradisional. Wedang uwuh ini dalam Bahasa Jawa memiliki arti yang unik, yakni wedang berarti “minuman” dan uwuh berarti “sampah”, penamaan ini karena penampilannya setelah diseduh atau direbus dengan air akan terlihat berantakan seperti sisaan atau sampah

rempah. Komposisi pembuatan wedang uwuh ini antara lain jahe, kayu secang, cengkeh, kayu manis, pala, serai, kapulaga, dan gula batu atau gula pasir. Potensi pasar wedang uwuh cukup menjanjikan mengingat peminat wedang uwuh tidak hanya di area Jawa saja. Melihat peluang yang ada, tidak heran bila UMKM Desa Dukuh Kecamatan Banyudono Boyolali menjadikan wedang uwuh sebagai salah satu produk andalan. Sayangnya kemasan produk masih sangat sederhana. Agar produk dapat bersaing dengan produk serupa di pasar digital, maka Tim Pengabdian Masyarakat Polines memberikan pendampingan desain kemasan produk.

Kemasan adalah wadah, bungkus atau bagian luar suatu produk yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, tipografi, citra, dan elemen-elemen desain dengan informasi produk. Kemasan dibuat supaya produk bisa ditransportasikan, didistribusikan, disimpan, dijual, dan dipakai dengan baik dan layak. Dengan mengemas, bisa dikatakan secara tidak langsung juga telah membangun identitas brand/ merek sehingga menghasilkan diferensiasi atau keunikan tersendiri. Kemasan produk yang bagus juga akan membuat branding produk tersebut meningkat. Brand merupakan salah satu kunci untuk pembelian karena tak sedikit orang yang loyal kepada brand.

METODE PELAKSANAAN

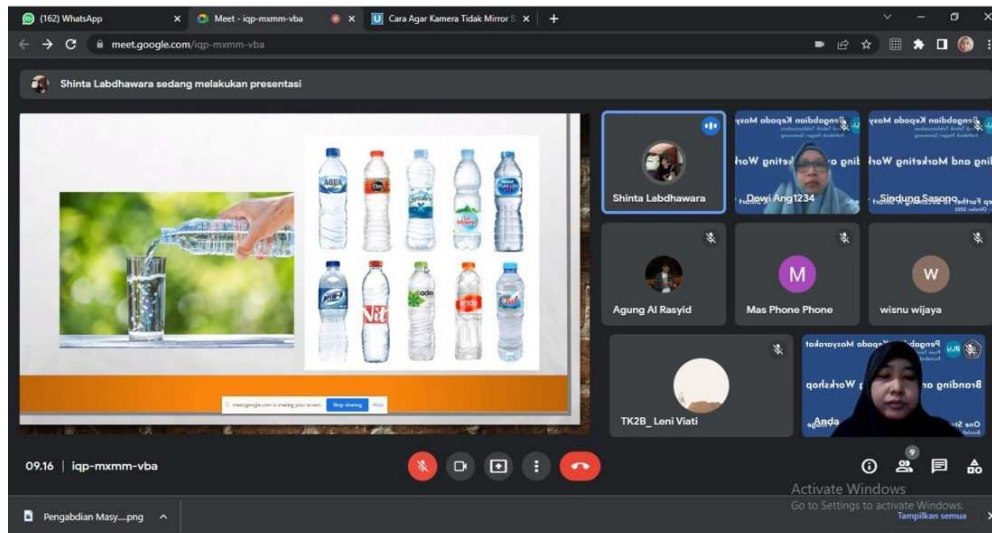
Pendampingan dilaksanakan secara intensif melalui media online dan offline. Pertemuan online dilakukan sebanyak dua kali yakni tanggal 2 Juli 2022 dan 16 Juli 2022. Pada setiap pertemuan online peserta diberikan tugas yang pengerjaannya didampingi oleh Tim Pengabdian melalui media WA. Pendampingan secara offline dilaksanakan pada tanggal 20 Agustus 2022 di Mekarsari, Boyolali. Pada kesempatan ini Tim Pengabdian beserta narasumber membawa beberapa contoh kemasan yang dapat dijadikan alternatif kemasan produk wedang uwuh. Secara sistematis metodologi kegiatan ini digambarkan pada Gambar 1 berikut



Gambar 1. Metode Penelitian

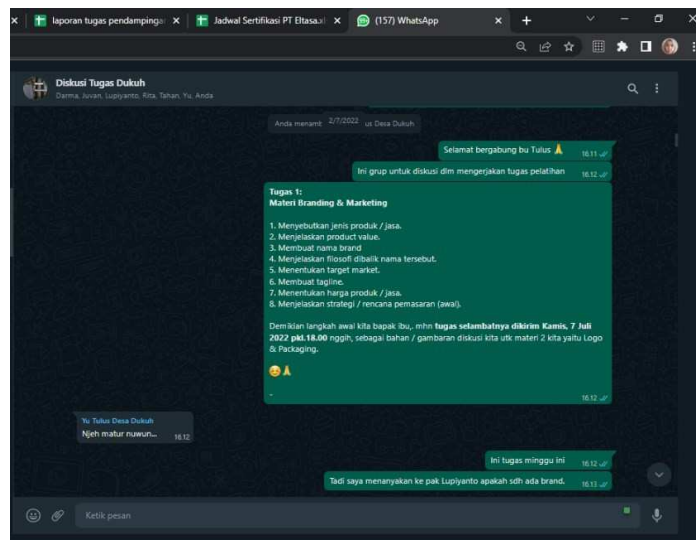
HASIL DAN PEMBAHASAN

Metode pendampingan desain kemasan adalah online dan offline. Metode online menggunakan media google meeting dan wa. Tatap muka melalui google meeting dilakukan sebanyak 2 kali yakni pada tanggal 2 Juli 2022 dan 16 Juli 2022 dengan narasumber Ibu Shinta Labdhawara. Materi tanggal 2 Juli 2022 adalah Branding dan pada tanggal 16 Juli materi yang diberikan adalah Kemasan Produk.



Gambar 2.. Pendampingan Melalui Google Meeting

Pada pertemuan pertama, peserta diberikan tugas untuk membuat deskripsi produk untuk keperluan branding dan pencantuman keterangan produk pada kemasan. Dalam Pengerjaan tugas, UMKM didampingi melalui WA oleh tim pengabdian.



Gambar 3. Pendampingan Melalui WA

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
1	Desa Dukung												
2													
3	1. Menyebutkan jenis produk / jasa.	produk minuman seduh wedang uwuh											
4	2. Menjelaskan product value.	— minuman kesehatan untuk menjaga daya tahan tubuh yang tidak ada efek sampingnya											
5		— produk lebih higienis											
6		— produk di proses dengan cara dioven											
7		— cita rasa yang berbeda karena memiliki 14 jenis bahan herbal alami											
8	3. Membuat nama brand	Handayaniingrat											
9	4. Menjelaskan filosofi dibalik nama tersebut.	— nama tokoh Pengging sepuh, Raden Handayaniingrat.											
10		— filosofi untuk menghormati tokoh Pengging											
11	5. Menentukan target market.	— semua jenis umur											
12		— bisa diminum saat cuaca panas atau dingin											
13		— bisa diminum dingin atau hangat											
14	6. Membuat tagline.	Sehat Kuat Warisan Leluhur											
15	7. Menentukan harga produk / jasa.	3rb/bungkus											
16	8. Menjelaskan strategi / rencana pemasaran (awal).	masih secara offline atau dengan dititipkan di warung/toko terdekat											
17													
18													
19													
20													
21													

Gambar 4.. Hasil Pengerjaan Tugas UMKM Wedang Uwuh Desa Dukung

Materi desain kemasasn diberikan pada pertemuan kedua tanggal 16 Juli 2022. Pada pertemuan kedua ini peserta diberikan tugas membuat logo dan mendesain kemasan. Pendampingan terus dilakukan melalui WA sehingga diperoleh output pembaharuan desain logo yang lebih simpel namun menarik yang dapat dilihat pada gambar berikut



a. Logo Sebelum Pendampingan

b. Logo Sesudah Pendampingan

Gambar 5. Desain Logo UMKM Wedang Uwuh Desa Dukung

Pendampingan kemasan secara offline dilaksanakan pada tanggal 20 Agustus 2022 bertempat di Mekarsari, Boyolali.



Gambar 6.. Pendampingan Offline Desain Kemasan di UMKM Wedang Uwuh Desa Dukuh

Pada pendampingan offline ini, peserta diberikan beberapa contoh kemasan yang dapat digunakan.



Gambar 7. Pemaparan Alternatif Desain Kemasan Wedang Uwuh

Berikut gambar contoh desain kemasan yang diberikan saat pendampinga offline



Gambar 8. Contoh Desain Kemasan

Hasil akhir kemasan produk wedang uwuh Desa Dukuh dapat dilihat pada Gambar 9 berikut



a. Kemasan Sebelum Pendampingan



b. Kemasan Sesudah Pendampingan

Gambar 9. Kemasan Wedang Uwuh Sebelum dan

KESIMPULAN

Dari kegiatan PKM yang telah dilaksanakan dapat disimpulkan bahwa kegiatan PKM yang dilaksanakan memberikan informasi dan pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi UMKM Wedang Uwuh Desa Dukuh. Kemasan produk menjadi lebih menarik dibandingkan sebelum pendampingan. Saran dari kegiatan ini adalah perlu dilakukan pendampingan terkait manajemen pemasaran seperti pemilihan kurir, lama proses produksi dan penanganan pesanan customer.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aditya Sulis Martopo, "Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan daya tarik iklan terhadap keputusan pembelian pada produk jamu tolak angin pt. sidomuncul." Skripsi : Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta . 2015
- [2] Afaq Ahmen Khan, Saneela Jadoon, Naqash Ahmad Khan Tareen. "Impact of advertising on brand awareness and commitment in female apparel industry." Jurnal : International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences. 2016
- [3] Ashari Satri Muharam. "Analisis pengaruh desain kemasan produk dan daya tarik iklan terhadap brand awareness dan dampaknya pada minat beli." Skripsi : Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang. 2011
- [4] Klimchuck, Marianne Rosner and Sandra A. Krasovec. Desain Kemasan Perancangan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai Penjualan . Jakarta : Erlangga. 2007
- [5] Kotler, Philip dan Keller. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga. Louw, A. & Kimber, M. 2007. The Power of Packaging, The Customer Equity Company. 2009
- [6] Rangkuti, Freddy. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: Gramedia. Sanusi, Anwar. 2011. Metodologi Penelitian Bisnis. Jakarta : Salemba Stanton, William.J. 2006. Prinsip Pemasaran. Jilid 1. Alih bahasa oleh yohanes Lamarto. Edisi ke 7. Jakarta : Erlangga . 2005
- [7] Siripuk Ritnamkam, Nopadon Sahachaisaeree.. "Package design determining young purchase buying decision: a cosmetic packaging case study on gender distinction." Jurnal : Procedia Social and Behavioral Science. 2010
- [8] Suhandang, Kustadi. Periklanan : Manajemen Kiat & Strategi. Bandung : Penerbit Nuansa . 2005
- [9] Tjiptono, Fandy. Strategi Pemasaran. Edisi ke 3. Yogyakarta. Andi Publikasi Ilmiah. 2008
- [10] Yurisa Dewi. "Analisis pengaruh desain kemasan produk dan daya tarik iklan terhadap brand awareness produk sari roti di kalangan mahasiswa universitas gunadarma kalimalang." Skripsi : Universitas Gunadarma Kalimalang. 2013