



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 3 Tahun 2024 Page 6390-6395

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pendekatan Ergonomis dalam Perancangan Desain Kemasan *Packaging* Jamu Tradisional yang Ramah Pengguna

Yulisy Nur Athifah^{1✉}, Che Sheila Andita Putri²

Universitas Telkom

Email: yulisyacha4@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Jamu tradisional adalah bagian penting dari budaya dan warisan Indonesia. Namun, dalam perancangan kemasan jamu tradisional, sering kali tidak memperhatikan aspek ergonomis yang dapat memengaruhi kenyamanan pengguna dalam penggunaan produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pendekatan ergonomis dalam perancangan desain kemasan jamu tradisional yang lebih ramah pengguna. Metode penelitian yang digunakan meliputi survei terhadap pengguna potensial, analisis ergonomis terhadap kemasan yang ada, dan perancangan ulang kemasan berdasarkan temuan tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan memperhatikan faktor-faktor ergonomis seperti ukuran, bentuk, dan material kemasan, dapat meningkatkan kenyamanan dan kemudahan penggunaan jamu tradisional. Desain kemasan yang dihasilkan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap pengalaman pengguna dan penerimaan.

Kata Kunci: *Jamu Tradisional, Perancangan, Desain Kemasan, Ergonomis*

Abstract

Traditional herbal medicine is an important part of Indonesian culture and heritage. However, in designing traditional herbal medicine packaging, ergonomic aspects are often not paid attention to which can affect user comfort in using the product. This research aims to explore an ergonomic approach in designing traditional herbal medicine packaging designs that are more user friendly. The research methods used included surveys of potential users, ergonomic analysis of existing packaging, and redesign of the packaging based on these findings. The research results show that paying attention to ergonomic factors such as size, shape and packaging material can increase the comfort and ease of use of traditional herbal medicine. The packaging design resulting from this research is expected to make a positive contribution to user experience and acceptance.

Keywords: Traditional Herbal Medicine, Design, Packaging Design, Ergonomics

PENDAHULUAN

Para petani mendapatkan keuntungan dari industri jamu yang semakin berkembang karena semakin banyak petani yang dibutuhkan untuk memasok bahan baku yang dibutuhkan untuk membuat produk tersebut. Selain itu, para ilmuwan yang tertarik dengan produk herbal dapat menggunakannya sebagai lokasi penelitian teknologi pangan. Tenaga kerja Indonesia juga dapat memperoleh manfaat dari adanya industri jamu dalam hal lapangan kerja dan peluang mendapatkan pekerjaan. Bagi penjual jamu tradisional termasuk jamu gendong bisa dianggap mempunyai peran yang cukup besar dalam ekonomi dan sosial dalam menjalin kerja sama.

Produk jamu masih melekat dalam budaya Indonesia, meski sudah menjadi bagian dari suatu industri. Hal tersebut menjadi alasan mengapa sejumlah perusahaan jamu yang cukup besar memadukan teknologi industri dengan kepercayaan dan pengobatan jamu kuno. Selama ribuan tahun, budaya Indonesia telah memasukkan produk jamu sebagai pengobatan tradisional yang digunakan untuk menjaga kesehatan, meningkatkan kebugaran, dan merawat kulit.

Jamu tradisional merupakan salah satu obat tradisional yang ada di Indonesia yang dibuktikan dengan semakin banyaknya manfaat kesehatan yang dimilikinya. Hal ini berpotensi meningkatkan standar pengobatan tradisional di Indonesia jika melakukan pengembangan secara intensif. Oleh karena itu, sangat penting agar jamu dilakukan pengembangan lebih lanjut, apalagi dengan bantuan petani Indonesia yang menyediakan bahan baku melimpah.

Reaksi konsumen terhadap pertumbuhan perusahaan jamu kekinian sebagian besar positif. Hal tersebut didukung oleh banyaknya platform media sosial yang memfasilitasi

promosi produk produsen jamu. Meskipun jamu gendong akan tetap memiliki tempat di hati konsumen, namun cara berjualan jamu dengan cara berkeliling atau gendongan dirasa kurang sesuai dengan gaya hidup masyarakat perkotaan yang serba cepat, praktis, dan dinamis sehingga berkontribusi terhadap pesatnya penjualan jamu. Konsep jamu akan selalu termanifestasi menjadi sebuah produk yang inovatif dan tetap relevan hingga masa ke masa. Hal ini terlihat dari reaksi masyarakat perkotaan dimana sekitar 58% masyarakatnya yang tetap menggunakan atau mengkonsumsi jamu sebagai salah satu alternatif penggunaan obat modern (Andriati dan Wahjudi, 2016). Tidak mengherankan jika salah satu alternatif pilihan adalah jamu produksi sendiri dalam bentuk botol yang dirancang dengan baik dan menarik.

Packaging dan *branding* dapat digunakan untuk mengembangkan suatu usaha. Jika kita adalah pemilik produk yang sedang naik daun dan tidak memiliki merek, bayangkan apa yang akan terjadi jika pesaing memasuki pasar dan mulai beroperasi dengan nama kita. Hal ini tentu saja akan memecah pasar. Selain itu, dapat mengakibatkan penurunan penjualan karena pelanggan tidak dapat membedakan antara produk kami dan produk pesaing kami. Namun lain halnya jika produk kita memiliki brand atau merek yang juga ditempelkan pada label produk. Dalam hal ini, pelanggan akan mudah mengenali produk kita dan kecil kemungkinannya untuk beralih ke produk serupa lainnya karena mereka sudah percaya pada merek kita dan sadar akan kualitasnya rasa kami. Hal ini menunjukkan pentingnya *packaging* dan *branding* bagi suatu produk.

Menurut Kotler dan Keller (2015), branding dan packaging sangat penting bagi usaha kecil dan menengah karena lima alasan berikut:

1. *Branding* dan kemasan membuat brand lebih dikenal.
2. *Branding* dan *packaging* menarik perhatian pelanggan.
3. *Branding* dan *packaging* memfasilitasi keputusan pembelian.
4. *Branding* dan *packaging* memainkan peranan penting dalam promosi.
5. *Branding* dan *packaging* membuat produk berbeda dengan produk yang lain.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian *scamper* adalah metode penelitian yang penulis gunakan. Langkah-langkah yang terlibat dalam merancang *packaging* dan *branding* produk minuman herbal tradisional.

Penulis telah melakukan tahapan pengembangan di bidang produksi sebagai berikut:

1. Merancang terlebih dahulu desain produk yang akan digunakan.

2. Merancang kemasan produk menggunakan bahan yang kokoh
3. Mendesain gambar semenarik mungkin yang akan dimasukkan kedalam kemasan.
4. Mendisplay produk menggunakan kemasan secara menarik.

HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 1: Kemasan Produk Jamu

Branding dan pengemasan produk jamu tradisional sangatlah penting. Banyak pelaku bisnis yang masih mempunyai persepsi yang salah bahwa hanya perusahaan besar saja yang memerlukan merek untuk produknya, sehingga usaha kecil tidak bisa membangun merek sendiri. Produk jamu minuman tradisional adalah produk hasil usaha kecil yang perlu meningkatkan produk mereka.

Karena sekarang daya saing yang tinggi dan beraneka ragam permintaan pasar yang cukup banyak ini membuat para produsen bisnis jamu harus mampu memutar otaknya untuk mencari strategi yang bisa mempertahankan bahkan meningkatkan bisnisnya. *Packaging* sendiri memiliki peranan penting sebagai tanda pengenal produk milik kita, pembuatan *packaging* sendiri harus membuat produsen memiliki kreativitas yang tinggi. Sebagai pembuat jamu, kita juga harus mampu dan siap mempertimbangkan detail-detail kecil terkait bisnis yang mungkin berdampak besar pada kemajuan bisnis di masa depan.

Packaging dapat didefinisikan sebagai salah satu faktor terpenting bagi suatu produk karena akan menjadi pemicu ketertarikan konsumen terhadap produk yang termasuk dalam *packaging* atau biasa disebut dengan kemasan.

Membuat kemasan tidak hanya melibatkan penggunaan warna standar, tetapi juga memasukkan informasi dan desain dalam wadah produk. Oleh karena itu, produsen jamu juga perlu mempertimbangkan cara terbaik untuk memberi tahu pelanggan tentang

penawaran mereka. Keunggulan *packaging* adalah berfungsi sebagai wadah penyebaran informasi dan promosi serta juga berfungsi sebagai wadah dan pelindung produk. Selain itu, *packaging* dapat membantu pelanggan mengambil keputusan dengan mengarahkan mereka pada serangkaian produk jamu. Para pelaku usaha sangat mempertimbangkan *packaging* barang yang mereka jual karena fungsi yang sangat penting ini. Tujuan utama *packaging* produk adalah untuk menarik perhatian pelanggan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan dengan menggunakan metode penelitian *scamper* dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Menyadari perlunya menggunakan kreativitas dan inovasi untuk mengelola perusahaan dengan kemampuan *entrepreneurship* guna meningkatkan usaha. Menggunakan bahan baku segar untuk membuat produk jamu yang lebih lezat merupakan langkah awal dalam menjaga proses produksi yang bersih dan higienis guna mendukung kualitas produk.
2. Kemasan yang menarik digunakan untuk membantu barang-barang manufaktur karena mempunyai peranan penting dalam dunia usaha dan daya saing.
3. Merek atau *brand* suatu produk menjadi suatu komponen yang tidak terpisahkan agar mudah dikenali, membedakannya dengan pesaing, mengangkat nilai produk, serta memudahkan pengusaha dalam melancarkan promosi dan mengembangkan usahanya.
4. Menyajikan produk dalam kemasan sederhana untuk meningkatkan distribusi produk dengan bekerja sama dengan mitra pengelola catering.

DAFTAR PUSTAKA

- Alizamar, A., & Couto, N. 2016. *Psikologi Persepsi dan Desain Informasi: Sebuah Kajian Psikologi Persepsi dan Prinsip Kognitif untuk Kependidikan dan Desain Komunikasi Visual*.
- Andriati, A., & Wahjudi, R. T. 2016. *Tingkat penerimaan penggunaan jamu sebagai alternatif penggunaan obat modern pada masyarakat ekonomi rendah-menengah dan atas*. Masyarakat, Kebudayaan dan Politik, 29(3), 133-145.
- Armstrong, Helen. 2010. *Graphic Design Theory*. Yogyakarta : ANDI
- Aulia, R., & Putro, W. R. (2022). *Are there gender differences in packaging design aesthetic response? (A case study of Jamu Houseblend Product Suwe Ora Jamu)*. In Embracing

- the Future: Creative Industries for Environment and Advanced Society 5.0 in a Post-Pandemic Era (pp. 305-309). Routledge.
- Dameria, A. 2014. *Packaging Handbook. Where Creative Ideas Become Reality*, Link & Match Graphic, Jakarta.
- Katno. (2008). *Tingkat Manfaat, Keamanan dan Efektifitas Tanaman Obat dan Obat Tradisional, Balai Besar Penelitian dan Pengembangan Tanaman Obat dan Obat Tradisional (B2P2TO-OT)*. Jakarta: Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan, Departemen Kesehatan Republik Indonesia
- Klimchuk dan Krasorvek.2008. *Desain Kemasan Perancang Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep Sampai Penjualan*. Ciracas, Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip & Keller (2015), *Manajemen Pemasaran*, Penerbit Erlangga.
- Natadjaja, L., Tripoli, F., & Wahyono, B. (2014). *The ideal female body on the packaging design of traditional medicine (jamu)*. Journal of Arts and Humanities. 3(4). DOI. <https://repository.petra.ac.id/id/eprint/16552>
- Oemar,Eko A.B.2006. *Desain Dua Matra*. Penerbit : Unesa University Press
- Putro, W. R., Utomo, R. D. W., & Syarief, A. (2020). *Analisis Elemen Visual Pada Desain Kemasan Produk Jamu Houseblend Suwe Ora Jamu*. Jurnal Seni dan Reka Rancang: Jurnal Ilmiah Magister Desain, 2(2), 253-303.
- Rimiyati, H., & Munawaroh, M. (2019). *Branding dan inovasi packaging pengrajin minuman jamu tradisional*. DOI.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2012 tentang Perkoperasian.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil Menengah.