

## Desain Kemasan Minuman Sari Buah Mengkudu (*Morinda citrifolia*) untuk Meningkatkan Pemasaran di UD Manjur Makmur

*Design Packaging of Noni (Morinda citrifolia) Juice to Improve Marketing  
at UD Manjur Makmur*

Anita Wulandari<sup>1)\*</sup>, Wahyu Kanti Dwi Cahyani<sup>1)</sup>, Richardus Widodo<sup>1)</sup>, R. Paulus  
Widyasmono<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Program Studi Agroindustri, Fakultas Vokasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

<sup>2)</sup>Program Studi Pengelolaan Perhotelan, Politeknik NSC Surabaya

<sup>1)</sup>Jalan Semolowaru No. 45 Surabaya, Jawa Timur, Indonesia

<sup>2)</sup>Jalan Basuki Rahmat No. 85 Surabaya, Jawa Timur, Indonesia

\*Korespondensi Penulis: anitawulandari@untag-sby.ac.id

Submisi: 21 Juni 2022, Review: 9 Oktober 2022, Diterima (Accepted): 30 Desember 2022

### ABSTRACT

*One of the variant of Morinda citrifolia fruit drink is called noni juice and known as Noni Super Power's brand name at UD Manjur Makmur. This beverage is naturally fermented by spontaneous fermentation at 28-30°C during six months in a bottle that has been cleaned and tightly closed. During the marketing process to consumers, the design packaging of noni drink is needed to attract consumers buying. Meanwhile, the primary packaging of noni juice at UD Manjur Makmur is less attractive to consumers, there is also no secondary and tertiary packaging and it became the product's packaging weakness. So, label and packaging for noni juice products are needed to design to promote product identity and display product visuals to raise the consumers' interest. This study was conducted to solve these problems. In this research, benchmarking of products, the Guide on Labeling of Processed Food Agency for National Drug and Food Control (2020), and the observation, imitation, modify methodology were applied. This research resulted in the design of primary, secondary, and tertiary packaging for noni fruit juice drinks. Following the benchmarking, the guide of processed food label requirements, and evaluating the packaging and labels (2020), the new design packaging and labels were better than before. As packaging of noni juice, plastic bottles with new design label are used for primary packaging, followed by rectangles (boxes) made from samson paper (size of 6,3 × 6,3 × 18 cm) for secondary packaging, and cardboard boxes made from corrugate (size of 30 × 20 × 40 cm) for tertiary packaging. Furthermore, the new design packaging (especially tertiary packaging) can accommodate a large amount of noni juice bottles during the marketing and distribution of its product.*

**Keywords:** consumers' interest, noni juice, label, packaging

### PENDAHULUAN

Persaingan pasar produk minuman yang semakin kompetitif menjadi peluang dan tantangan besar bagi usaha minuman sari mengkudu untuk meningkatkan

pelayanan mereka agar mampu bersaing dengan kompetitor lainnya. Sari buah mengkudu (*Morinda citrifolia*) mengandung berbagai senyawa yang penting bagi kesehatan dan memiliki efek

terapi, termasuk antibakteri, antivirus, antijamur, analgesik, hipotensif, anti-inflamasi, dan dapat meningkatkan kekebalan tubuh (Wang *et al.*, 2002). Kandungan antimikroba (antibakteri, antivirus, antijamur) karena mengandung senyawa fenolik dan flavonoid. Mekanisme kerja senyawa fenolik bersifat antimikroba karena memiliki efek antioksidan pada sel bakteri yaitu menghambat virus dan bakteri yang kemungkinan melibatkan proses pertukaran proton dalam aktivitas mikroba. Mekanisme kerja flavonoid yaitu akan membentuk senyawa kompleks dengan protein sehingga merusak membran sel bakteri yang diikuti dengan keluarnya senyawa intraseluler, flavonoid juga dapat menghambat aktivitas enzim topoisomerase (Farisi *et al.*, 2021). Menurut Krishnaiyah *et al.* (2015), ekstrak mengkudu memiliki senyawa flavonoid  $23,05 \pm 0,77$  mg QE/g yang menunjukkan adanya aktivitas radikal bebas. Wigati & Pratoko (2019) menyebutkan bahwa radikal bebas adalah kelompok senyawa kimia yang bersifat reaktif karena memiliki satu atau lebih elektron bebas yang tidak stabil dan dapat menyebabkan kerusakan sel, mengganggu fungsi sel, atau bahkan kematian sel.

Bagian tanaman mengkudu yang sering digunakan adalah buahnya baik direbus, diperas, dimakan secara langsung, maupun difermentasi sehingga menjadi bentuk sediaan jus. Menurut Surya *et al.* (2009), air perasan buah mengkudu segar dapat menurunkan tekanan darah.

Ditinjau dari manfaat buah mengkudu dalam bentuk buah atau sari buah yang baik bagi kesehatan tubuh, maka konsumsi buah mengkudu bisa dijadikan sebagai alternatif minuman kesehatan

(Harada *et al.*, 2010; Zhang *et al.*, 2019). Produk minuman sari buah mengkudu tersedia di UD Manjur Makmur dalam kemasan siap minum dan siap dipasarkan ke konsumen. Produk sari buah mengkudu (*Morinda citrifolia*) UD Manjur Makmur pada kemasan dan label terdapat deskripsi mengenai informasi bahwa produk tersebut merupakan minuman suplemen tubuh. Maka dari itu penting adanya perancangan visual (kenampakan) produk dan teknis-teknis pemasaran, di samping pentingnya peningkatan kualitas dari sisi kemasan dan label sehingga perlu adanya pembinaan bagi para pelaku usaha terutama di UD Manjur Makmur agar menjadi lebih baik. Pada akhirnya, upaya ini dapat meningkatkan minat pembeli terhadap produk. Konsumen dapat dirangsang perhatiannya oleh daya tarik visual yang terlihat dalam produknya dengan memanfaatkan warna, bentuk, ilustrasi, dan merknya. Kemasan merupakan objek yang sangat penting untuk kelangsungan suatu produk sehingga konsumen mudah tertarik dengan kemasan yang jelas informasinya (Sholikatin, 2019).

Salah satu cara untuk menarik konsumen adalah melakukan perancangan desain kemasan. Berdasarkan urutan prioritas, persyaratan kemasan yang baik adalah kemasan yang mampu melindungi produk di dalamnya (Suryaningrat *et al.*, 2021). Desain kemasan berfungsi untuk membungkus, melindungi, mengirim, menyimpan, membedakan, dan mengidentifikasi produk di pasar. Desain kemasan berperan sebagai pemberi informasi pemasaran produk dengan menampilkan ciri khas atau fungsi produk konsumsi secara unik (Klimchuk & Krasovec, 2006). Peran kemasan dan label

pada produk pangan sangat penting, kemasan dan label yang baik dan benar memudahkan konsumen dalam pemilihan produk. Informasi kemasan dan label produk pangan dapat dijadikan sumber informasi utama mengenai produk pangan (Septian *et al.*, 2014). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2012 tentang pangan (pasal 96 ayat 1), menyebutkan bahwa label berfungsi untuk memberikan informasi yang benar dan jelas kepada masyarakat tentang produk pangan yang dikemas sebelum membeli dan/atau mengonsumsi pangan. Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang label dan iklan pangan (pasal 3 ayat 2) menetapkan bahwa label pangan sekurang-kurangnya memuat (1) nama produk, (2) daftar bahan yang digunakan, (3) berat bersih, (4) nama dan alamat pihak yang memproduksi, dan (5) tanggal, bulan dan tahun kedaluwarsa. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2012 tentang pangan juga mengharuskan pencantuman nomor izin edar bagi pangan olahan.

Kemasan dengan atribut yang baik berfungsi untuk mengubah sikap konsumen (Mufreni, 2016). Kemasan juga berfungsi sebagai media informasi dan memberi kesan berbeda dengan kemasan lainnya. Pada kemasan minuman sari mengkudu merk *Noni Super Power* milik UD Manjur Makmur belum memiliki ciri-ciri informasi kemasan yang baik artinya produk ini tidak memiliki label yang lengkap seperti komposisi, masa simpan, dan saran penyajian sehingga kurang menarik dan konsumen kurang memahami cara penyajian minuman sari mengkudu tersebut. Di sisi lain, banyak produk sejenis sehingga menjadi saingan di pasaran dan

ditunjang dengan kemasan yang cukup menarik.

Berdasarkan hal tersebut maka dilakukan penelitian ini dengan tujuan untuk menentukan konsep desain kemasan dan label pada minuman sari mengkudu di mitra UD Manjur Makmur dengan konsep *benchmarking* (patok duga), pedoman pelabelan pangan olahan (BPOM (2020), dan ATM (amati, tiru, modifikasi). Berdasarkan beberapa metode tersebut diharapkan produk minuman sari mengkudu merk *Noni Super Power* menjadi lebih baik dan menarik dari segi tampilannya (kemasan baru) sehingga dapat diunggulkan dan mampu bersaing dengan produk lainnya.

## **METODE PENELITIAN**

### **Alat dan Bahan**

Alat yang digunakan pada penelitian ini yaitu penggaris, pensil, kertas, laptop, aplikasi *design* menggunakan *Corel draw* versi 2010. Bahan yang digunakan adalah plastik botol PET (*polyethylene terephthalate*), bahan untuk label menggunakan bahan *vynil*, kemasan primer menggunakan kemasan Samson, dan sekunder menggunakan bahan *corrugate*. Label dan kemasan primer yang lama untuk membandingkan dengan yang baru dan menambahkan kemasan sekunder/tersier.

### **Tempat Penelitian**

Pemilihan penelitian ini dilakukan di UD Manjur Makmur yang berlokasi di Kabupaten Lumajang. Konsep pembuatan desain kemasan primer dan sekunder dilakukan di Laboratorium Agroindustri, Prodi Agroindustri, Fakultas Vokasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

## Tahapan Penelitian

### Wawancara

Pada tahapan wawancara, dilakukan tanya jawab semi terstruktur secara langsung dengan pemilik mitra UD Manjur Makmur dan meminta pendapat informan ahli untuk mendukung perancangan ini. Beberapa pertanyaan wawancara yang dilakukan untuk menggali data tentang kemasan dan label pada produk minuman sari mengkudu diantaranya arti dari lambang kemasan dan label, *problem* usaha, dan informasi penjualan.

### Studi Lapangan

Studi lapang dilakukan dengan mengamati objek penelitian berupa produk minuman sari mengkudu dan kemasannya secara langsung di UD Makmur Manjur. Pengamatan dilakukan pada karakteristik produk, material kemasan, elemen visual dari kemasan, dan apa saja kekurangan dari kemasan produk minuman sari mengkudu bila dibandingkan dengan yang lain.

### Studi Literatur

Studi literatur yang digunakan dalam perancangan kemasan minuman sari mengkudu adalah Pedoman Pelabelan Pangan Olahan BPOM RI (2020). Pedoman Pelabelan Pangan Olahan BPOM merupakan suatu dokumen yang ditetapkan oleh BSN dan disusun secara konsensus dengan meliputi empat unsur *stakeholder* yakni regulator industri, konsumen, dan pakar (BPOM, 2020). Pedoman pelabelan pangan olahan mengatur berbagai pedoman dan persyaratan teknis untuk mengatur standardisasi suatu proses maupun produk dari suatu objek pengukuran. Menurut Peraturan Badan Standardisasi Nasional Republik Indonesia No. 7 Tahun 2019

tentang skema penilaian kesesuaian terhadap standar nasional indonesia sektor kimia, keterangan label pangan olahan memuat keterangan paling sedikit mengenai nama produk, daftar bahan yang digunakan, berat bersih, nama dan alamat, halal, tanggal dan kode produksi, keterangan kedaluwarsa, nomor izin edar, dan asal usul bahan pangan tertentu.

Berdasarkan pedoman tersebut, kemasan dan label minuman sari mengkudu di UD Makmur Manjur masih perlu diperbaiki (d disesuaikan). Kemasan/label memiliki kriteria yaitu kemasan yang tidak sesuai dengan pedoman pelabelan pangan olahan, desain kurang menarik, ilustrasi, tipografi, warna tidak menunjukkan ciri khas, *layout* tidak tertata, logo tidak jelas, dan budaya visual yang kurang menarik.

### Penerapan Metode Benchmarking (Patok Duga)

*Benchmarking* adalah suatu proses yang digunakan dalam manajemen atau umumnya manajemen strategis, dimana suatu unit atau bagian atau organisasi mengukur dan membandingkan kinerjanya terhadap aktivitas atau kegiatan satuan unit atau organisasi lain yang sejenis baik secara internal maupun eksternal. *Benchmarking* merupakan cara untuk mengetahui tingkat respon teknis yang dilakukan pesaing (Suryaningrat *et al.*, 2021). Dengan dilakukan metode *benchmarking* maka dapat dilihat kelemahan dan kelebihan pada label dan kemasan produk yang sama (sejenis) sehingga dapat dijadikan patokan untuk mencapai perbaikan maksimal pada produk minuman sari mengkudu dan dengan menambahkan ciri khas/karakter unik mitra.

### Aplikasi Metode ATM (Amati, Tiru, Modifikasi) pada Sari Buah Mengkudu

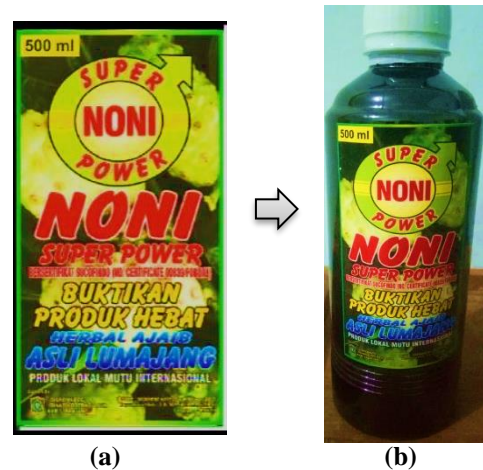
Aplikasi metode ATM (amati, tiru, modifikasi) merupakan upaya mencari data, informasi, menganalisis, dan memecahkan masalah (Rusdianti *et al.*, 2019). Metode ATM dilakukan dengan cara melihat kelemahan dan kekurangan yang ada pada model dan kemudian mengganti dan menambahkan sesuatu sehingga terbentuk suatu model yang baru. Strategi ini tidak sama dengan meniru atau sering disebut plagiat karena didalamnya terdapat kegiatan memodifikasi yang ada.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Konsep Perancangan Desain Kemasan Minuman Sari Buah Mengkudu

Pada awalnya, kemasan sari buah mengkudu di UD Manjur Makmur dengan merk *Noni Super Power* menggunakan kemasan botol PET (*polyethylene terephthalate*) transparan berukuran volume 500 mL (**Gambar 1**). Hasil permintaan konsumen terhadap produk tersebut rendah karena produksi dilakukan 2-3 dalam 1 bulan. Rendahnya permintaan konsumen dipengaruhi oleh label dan kemasan yang belum sempurna sehingga konsumen tidak tertarik untuk membeli dan mengonsumsinya. Menurut Setiadi (2003), perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, serta pemasaran yang sama tidak dapat memberikan hasil yang sama di sepanjang waktu, pasar, maupun industri. Oleh karena itu, dilakukan desain kemasan minuman sari mengkudu milik UD Manjur Makmur untuk menampilkan desain label dan kemasan dengan menggunakan ciri

khas minuman dengan konsep lebih menarik. Sebelumnya pada kemasan minuman, labelnya tidak lengkap sesuai dengan pedoman pelabelan seperti tidak ada nama dagang, tanggal produksi, nama merk yang belum sesuai format tulisannya, tanggal kedaluwarsa, dan tulisan yang tidak sesuai dengan desain label (**Gambar 1**). Selanjutnya, konsep desain minuman sari mengkudu ini menambahkan bagian-bagian visual pada kemasan seperti ilustrasi, tipografi, warna, dan material bahan yang digunakan.



**Gambar 1.** Label (a) dan kemasan (b) awal minuman sari mengkudu merk *Noni Super Power* sebelum dilakukan desain kemasan

### Strategi Visual Label dan Kemasan Minuman Sari Buah Mengkudu

Desain kemasan yang baik adalah kemasan tersebut harus sederhana, fungsional, dan mampu menciptakan respon emosional positif, dan secara tidak langsung dapat membujuk target konsumen untuk membeli produk. Dari segi visual ada beberapa hal utama yang harus ditambahkan diantaranya:

### *Ilustrasi pada Kemasan Minuman Sari Buah Mengkudu*

Ilustrasi pada label dan kemasan minuman sari mengkudu milik UD Manjur Makmur menambah gambar buah mengkudu dan menambahkan teks sebagai informasi untuk mempertegas penggunaan produk sehingga konsumen mengenal produk tersebut. Menurut Ernawati (2019), gambar merupakan wujud lambang dan bahasa visual yang mengandung unsur-unsur visual yang dapat dilihat oleh indra dan menyampaikan pesan tertentu melalui visual yang dihadirkan.

### *Tipografi*

Tipografi awal milik UD manjur makmur menggunakan *font* yang terlalu besar dan tidak sama sehingga membingungkan bagi pembaca yaitu konsumen (**Gambar 1**). Menurut Klimchuk & Krasovec (2007), tipografi kemasan diharapkan mampu untuk mengomunikasikan informasi produk dengan jelas.

Perubahan tipografi selama desain pada label dan kemasan sari buah mengkudu menggunakan tulisan font *Arial* (**Gambar 2**). Pemilihan jenis huruf ini ditentukan berdasarkan kesesuaian bentuk sehingga mudah dipahami. *Font* ini sangat fleksibel namun tetap terkesan tegas dan *modern*. *Font* yang digunakan untuk *bodycopy* pada kemasan primer dan sekunder sama-sama menggunakan *font Arial*. Menurut Sholikatin (2019), *font Arial* adalah jenis *font* yang tegas dan modern sehingga mudah dibaca oleh target *audience*. Hal ini didukung oleh Kusrianto (2010), bahwa *font Arial* memiliki garis-garis kecil di setiap ujung hurufnya,

memiliki karakteristik *streamline*, fungsional, modern, dan kotemporer.

### *Layout pada Label Kemasan Minuman Sari Buah Mengkudu*

*Layout* yang digunakan pada kemasan minuman sari mengkudu menggunakan *layout Mondrian* yang biasanya digunakan untuk unsur penempatan di dalam potrat. *Layout* ini didesain menyesuaikan dengan botol kemasan. Label dibuat menggunakan bahan *vynil*.

### *Warna Label Minuman Sari Buah Mengkudu*

Warna awal label milik UD Manjur Makmur yaitu kombinasi hijau, merah, dan hitam (**Gambar 1**). Namun setelah melakukan konsep perancangan desain, label menjadi berwarna merah dan putih. Warna dasar merah artinya warna yang menonjol dan langsung menarik perhatian orang-orang yang melihatnya, sedangkan berwarna putih dapat diartikan warna yang bersih dan higienies supaya yang membelinya tidak ragu karena sari buah mengkudu 100% produk alami dan tanpa menggunakan bahan tambahan. Menurut Monica & Luzar (2011), warna merah dipercaya dapat memberikan efek penambah nafsu makan. Warna yang digunakan pada label dan kemasan ini sesuai dengan permintaan produsen yang ingin memberikan warna sesuai dengan ciri khas warna pada UD Manjur Makmur.

### *Kemasan Minuman Sari Buah Mengkudu*

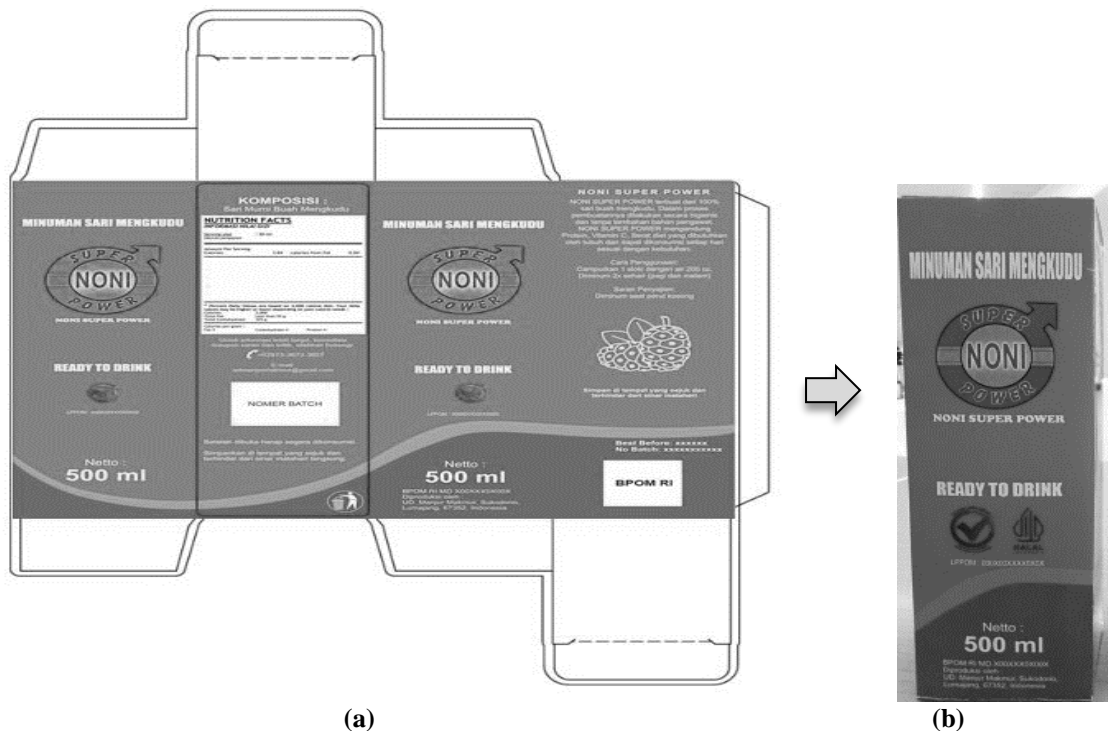
Kemasan minuman sari buah mengkudu di UD Manjur Makmur dirancang sesuai dengan karakteristik produknya. Pertimbangan pemilihan



Menurut BPOM (2020), berdasarkan pedoman label pangan olahan maka rancangan desain untuk gambar, warna, dan bentuk yang digunakan sebagai latar belakang sepanjang tidak mengaburkan tulisan dan mencantumkan keterangan label, maka tulisan wajib dicantumkan secara teratur, jelas, mudah dibaca, dan proporsional sesuai dengan luas permukaan label. Oleh karena itu, *style* penulisan (*font*) di label kemasan minuman sari mengkudu menggunakan *font Arial size 9 pt*. Ukuran huruf paling kecil yang dipakai adalah *font Arial size 5 pt*. Luas label sebesar 10 cm<sup>2</sup> dan di dalamnya terdapat kombinasi huruf dan angka sesuai dengan informasi yang akan ditampilkan.

### b) Kemasan Sekunder Minuman Sari Buah Mengkudu

Kemasan sekunder minuman sari mengkudu didesain berbentuk persegi panjang (*box*) terbuat dari kertas samson ketebalan 0,3 mm dan berukuran panjang × lebar × tinggi sebesar 6,3 × 6,3 × 18 cm (**Gambar 3**). Pada kemasan sekunder ini berisi 1 botol minuman sari mengkudu. Kemasan per pcs (botol) ini dirancang dengan tujuan untuk memudahkan dan mempermudah pembawaan jika pembelian sari mengkudu dilakukan secara ecer (per botol). Hal ini dilakukan untuk mengatasi permasalahan di UD Manjur Makmur karena sebelumnya tidak ada kemasan sekunder, padahal konsumen kadang membeli produk secara ecer (per botol).



**Gambar 3.** Desain kemasan sekunder (a) dan kenampakannya berbentuk *box* persegi panjang (kardus per botol) (b) setelah konsep perancangan pada minuman sari buah mengkudu merk Noni Super Power milik UD Manjur Makmur



Perancangan dan penambahan kemasan tersebut bertujuan untuk membuat produk menjadi lebih menarik bagi konsumen. Kemasan sekunder ini berperan untuk melindungi produk dari sinar (cahaya matahari) dan memuat informasi tambahan produk. Menurut Syamsudin *et al.* (2015), keuntungan dari kemasan bagi konsumen yaitu sebagai pembungkus produk agar tetap bersih, praktis dibawa, tahan lama, mudah disimpan, menunjukkan kualitas barang, dan memberi informasi agar memberi dorongan pada pembeli untuk membaca dulu dan sambil berfikir akan membelinya. Tampilan kemasan sekunder karton/*box* didesain lebih lengkap dari label, juga ditambahkan deskripsi produk, dan khasiat minuman sari mengkudu (**Gambar 3**).

### c) Kemasan Tersier Minuman Sari Buah Mengkudu

Kemasan tersier atau kuartar pada umumnya digunakan sebagai pelindung selama pengangkutan. Kemasan tersier produk minuman sari mengkudu merk Noni *Super Power* dirancang berbentuk kotak kardus dari bahan karton *corrugated*, berukuran  $30 \times 20 \times 40$  cm, dan menggunakan desain warna hitam putih (**Gambar 4**).

Pada kemasan tersier ini, 1 kardus dapat diisi 6 botol minuman sari mengkudu. Kemasan tersier (karton *corrugated*) memiliki ketebalan 7 mm (*7ply*) sehingga dapat melindungi produk dari benturan saat proses pengangkutan dan distribusi sehingga lebih aman. Pemilihan jenis kemasan tersebut sudah tepat jika didasarkan pada pendapat Nurhidayat & Adiluhung

(2021). Menurut Nurhidayat & Adiluhung (2021), kemasan sekunder karton *corrugated* ketebalan 10 mm (*10ply*) digunakan untuk pengiriman barang-barang berat, karton *corrugated* ketebalan 7 mm (*7ply*) dapat digunakan untuk produk makanan, minuman, dan barang elektronik, sedangkan karton *corrugated* 3 mm (*3ply*) digunakan untuk pembatas/*layer*.



**Gambar 4.** Kemasan tersier minuman sari mengkudu

Seiring dengan perkembangan zaman, peran kemasan bertambah disesuaikan dengan kebutuhan manusia (informasi) dan penggunaan suatu produk. Dengan beranekaragamnya jenis produk maka dikaitkan dengan keberadaan dari kemasan sebagai pelindung suatu produk dan media pendukung tersajinya informasi (Syamsudin *et al.*, 2015; Septian & Rahayu, 2014). Kemasan produk minuman sari mengkudu merk Noni *Super Power* juga didesain sebagai media publikasi dan promosi produk sehingga efektif untuk menarik minat konsumen.

### **Penerapan Pedoman Pelabelan Pangan dan Olahan BPOM (2020) pada Produk Minuman Sari Mengkudu**

Pedoman pelabelan pangan olahan adalah metode dari dokumen yang disusun secara konsensus panitia teknis yang terdiri dari empat unsur *stakeholder* (regulator, industri, konsumen, dan pakar yang ditetapkan oleh BSN). Pedoman pelabelan pangan olahan berisi berbagai pedoman dan persyaratan teknis untuk mengatur standardisasi suatu proses maupun produk dari suatu objek pengukuran. Dengan mengikuti pedoman *best-practice guidelines* untuk meningkatkan efisiensi, memperbaiki kualitas, dan keamanan produk yang dihasilkan maka dapat membuka pasar baru dan adanya peluang untuk mengadopsi teknologi baru guna meningkatkan volume produksi. Di samping itu, penerapan standar juga akan meningkatkan nilai perusahaan di mata konsumen karena konsumen percaya baik terhadap proses produksi maupun kualitas produk yang dihasilkan (Akbar, 2016).

Penerapan kemasan berdasarkan Pedoman pelabelan Pangan Olahan BPOM (2020) pada UD Manjur Makmur yaitu warna, teks, ilustrasi, visual, dan lainnya pada label, sedangkan pada kemasan terdapat kemasan sekunder berupa *box* yang awalnya tidak ada menjadi ada dengan tujuan pengemasan tersebut lebih efisien untuk dibawa konsumen (jika konsumen membeli per botol). Pemenuhan kriteria pelabelan pada minuman sari mengkudu ini dilakukan agar sesuai dengan Pedoman Pelabelan Pangan Olahan (BPOM, 2020). Dengan melakukan penerapan standar maka dapat memberikan kepercayaan bahwa produk yang diproduksi dan diedarkan di pasaran telah

memenuhi persyaratan mutu dan keamanan (Akbar, 2016).

### **Penerapan *Benchmarking* pada Label dan Kemasan Minuman Sari Mengkudu**

*Benchmarking* (patok duga) adalah cara untuk menemukan kunci atau rahasia sukses dari sebuah produk lain, lalu diadaptasi, diseleksi, dan diperbaiki untuk diterapkan pada sendiri yang melaksanakan patok duga. Strategi *benchmarking* pada mulanya digunakan dalam bidang bisnis saja untuk mengukur kinerja suatu perusahaan dengan perusahaan lain yang lebih maju (Lubis, 2016).

Label dan kemasan dengan metode *benchmarking* dapat membantu mitra agar lebih berkembang daripada sebelum menerapkannya. Sebelum menerapkan *benchmarking*, pada label hanya terdapat nama merk dagang, fungsi, dan *tagline*. Setelah menerapkan konsep desain label dan kemasan pada produk minuman sari buah mengkudu, kemasan menjadi sebuah kelengkapan atribut kemasan dalam hal pemasaran dan permintaan konsumen. Kelengkapan tersebut diantaranya, yaitu cara penggunaan, logo halal, logo BPOM, barcode, kode produksi, *ingredient*, netto, *nutrition fact*, *expired date*, penyimpanan, dan email (pengaduan).

### **Penerapan Metode ATM (Amati, Tiru, Modifikasi) Label dan Kemasan Minuman Sari Mengkudu**

Metode ATM pada label dan kemasan milik UD Manjur Makmur sudah lebih baik dari sebelumnya. Metode ini tidak sama dengan meniru, metode ini mencari kelemahan atau kekurangan yang ada pada suatu kemasan kemudian mengganti atau menambahkan sesuatu

sehingga terbentuklah kemasan yang baru. Sebelumnya pada minuman sari mengkudu, terdapat hanya label dan kemasan botol saja, kemudian sekarang menambahkan kemasan sekunder pada setiap botol (kemasan kotak kardus untuk tiap botol) dan kemasan tersier. Warna label awalnya kombinasi hitam, hijau, dan kuning (**Gambar 1**) sehingga warnanya hampir sama dengan produk minumannya, sedangkan sekarang warna dasar label diganti dengan warna merah yang menonjol dan kuat sehingga mampu menarik perhatian orang yang melihat. Desain tipografi yang awal tidak jelas sekarang berubah menjadi jelas dikarenakan sudah tertata dengan rapi mana yang nama merk dagang, cara pemakaian, komposisi, fungsi produk, dan lain-lain. Dengan adanya kemasan primer, sekunder, dan tersier ini maka produk lebih mendapatkan citra kemasan yang baik. Menurut Artaya *et al.* (2018), untuk menciptakan dan mengembangkan citra produk sangat bergantung pada lingkungan konsumen sebagai pengguna akhir dari sebuah produk. Metode ATM yang diterapkan pada produk sangat membantu dalam mendesain kemasan di mitra sehingga dapat memberikan kemudahan untuk menarik daya beli konsumen.

## KESIMPULAN

Perancangan label dan kemasan minuman sari mengkudu merk Noni *Super Power* yang baru di UD Makmur Manjur menghasilkan label dengan warna dan desain isi lebih lengkap (merk dagang, kode produksi, cara pengguna, fungsi produk, *expired*, *ingredient*, netto, logo, halal, BPOM, *barcode*, *nutrition fact*, pengaduan, dan cara penyimpanan). Desain dilakukan

pada label (bahan *vynil*), penggantian kemasan botol plastik sebagai kemasan primer, terdapat kemasan sekunder berupa *box* persegi panjang dari kertas samson ketebalan 0,3 mm, berukuran panjang  $\times$  lebar  $\times$  tinggi sebesar  $6,3 \times 6,3 \times 18$  cm, dan kemasan tersier berukuran  $30 \times 20 \times 40$  cm, berbentuk kotak kardus yang dibuat dari kertas bahan karton *corrugated*. Desain label dan kemasan minuman sari mengkudu merk Noni *Super Power* yang baru di UD Makmur Manjur memberikan penampilan yang lebih menonjol dan memiliki ciri khas dari kemasan sebelumnya sehingga nantinya dapat meningkatkan daya tarik dan minat pembeli.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Riset Terapan /LPDP 2021 yang telah mendanai penelitian ini dalam rangka program Riset Keilmuan Vokasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, G.H. (2016). Peningkatan penerapan SNI guna meningkatkan daya saing Indonesia menghadapi AEC (ASEAN Economic Community) 2015. *Jurnal Media Teknologi*, 03(01), 43–52.
- Artaya, I.P., Kamisutara, M., & Baktiono, R.A. (2018). Pengaruh citra produk berdasarkan analisis persepsi konsumen pada kelompok usaha aneka pangan Kota Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Tata Sejuta STIA Mataram*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.32666/tatasejuta.v4i1.28>
- BPOM. (2020). Pedoman Label Olahan dan Pangan. In *Pedoman Label Olahan Pangan BPOM RI 2020* (1st ed.). BPOM. ([https://standarpangan.pom.go.id/dokumen/pedoman/Pedoman\\_Label\\_Pangan\\_Olahan.pdf](https://standarpangan.pom.go.id/dokumen/pedoman/Pedoman_Label_Pangan_Olahan.pdf)) [Diakses tanggal 9 Oktober 2022].

- Badan Standardisasi Nasional. (2019). Peraturan adan Standardisasi Nasional Republik Indonesia No. 7 Tahun 2019 tentang skema penilaian kesesuaian terhadap standar nasional Indonesia sektor kimia, Pub. L. No. 7, 219. (<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/171182/peraturan-bsn-no-7-tahun-2019>) [Diakses tanggal 12 Desember 2022].
- Ernawati. (2019). Analisis tanda pada karya desain komunikasi visual. *Deskovi: Art and Design Journal*, 2(1), 27–34. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.51804/deskovi.v2i1.381>
- Farisi, Q.A, Andriane, Y., & Dewi, M.K. (2021). Potensi daun mengkudu (*Morinda citrifolia* L.) sebagai antimikroba. *Prosiding Kedokteran*, 10–12. <https://doi.org/10.29313/kedokteran.v7i1.26652>
- Harada, S., Fujita-Hamabe, W., Kamiya, K., Mizushina, Y., Satake, T., & Tokuyama, S. (2010). *Morinda citrifolia* fruit juice prevents ischemic neuronal damage through suppression of the development of post-ischemic glucose intolerance. *Journal of Natural Medicines*, 64(4), 468–473. <https://doi.org/10.1007/s11418-010-0437-2>
- Setiadi, J.N. (2003). *Perilaku konsumen. In Perspektif kontemporer pada motif tujuan, dan keinginan konsumen* (Revisi). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Klimchuk, M.R., & Krasovec, S.A. (2006). *Packaging design: Successful product branding from concept to shelf*. Jakarta: Erlangga.
- Klimchuk, M.R., & Krasovec, S.A. (2007). *Desain kemasan: Perencanaan merek produk yang berhasil mulai dari konsep sampai penjualan* (Edisi 1). Jakarta: Erlangga.
- Krishnaiah, D., Bono, A., Sarbatly, R., & Anisuzzaman, S.M. (2015). Antioxidant activity and total phenolic content of an isolated *Morinda citrifolia* L. methanolic extract from Poly-ethersulphone (PES) membrane separator. *Journal of King Saud University - Engineering Sciences*, 27(1), 63–67. <https://doi.org/10.1016/j.jksues.2013.01.002>
- Kusrianto, A. (2010). *Pengantar tipografi (Pertama)*. Jakarta: PT Elex Media Koputindo.
- Lubis, A. (2016). Peningkatan kinerja melalui strategi benchmarking. *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, Volume 2, 1–13. <https://doi.org/10.24952/at-tijarah.v2i1.785>
- Monica, & Luzar, L.C. (2011). Efek warna dalam dunia desain dan periklanan. *Humaniora*, 2(2), 1084–1096. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v2i2.3158>
- Mufreni, N.A. (2016). Pengaruh desain produk, bentuk kemasandan bahan kemasan terhadap minat beli konsumen (Studi kasus teh hijau serbuk tocha). *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(2), 48–54. <https://doi.org/https://doi.org/10.37058/jem.v2i2.313>
- Nurhidayat, M., & Adiluhung, H. (2021). Eksplorasi kertas karton dalam produk kemasan tahan air. *Sistemik: Jurnal Ilmiah Nasional Bidang Ilmu Teknik*, 9(02), 22–27. <https://doi.org/10.53580/sistemik.v9i02.60>
- Pemerintah RI. (1999). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 1999 tentang label dan iklan pangan 31. (<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/54404>) [Diakses tanggal 7 November 2022].
- Pemerintah RI. (2012). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan, Pub. L. No. 18, 1. (<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/39100>) [Diakses tanggal7 November 2022].
- Rosalina, Y., Alnopri, A., & Prasetyo, P. (2012). Packaging design in increasing the value added of honey of coffee

- flower as a regional prime product. *Jurnal Agroindustri*, 2(1), 8–13. <https://doi.org/10.31186/j.agroind.2.1.8-13>
- Rusdianti, E., Wardoyo, P., Sri, & Purwanti. (2019). Pengaruh kualitas produk dan strategi ATM terhadap kinerja pemasaran dengan daya tarik produk sebagai variabel intervening. *Dinamika Sosial Budaya*, 21(1), 37–46. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26623/jdsb.v21i1>
- Septian, J., Winiati, D., & Rahayu, P. (2014). Pengetahuan pelabelan produsen industri rumah tangga pangan di Kota Bogor food. *Jurnal Mutu Pangan*, 1(2), 145–150. <https://journal.ipb.ac.id/index.php/jmpi/article/view/27464>
- Sholikatin, W. (2019). Perancangan kemasan produk kripik makroni spiral makeci. *Deskovi: Art and Design Journal*, 2(2), 73. <https://doi.org/10.51804/deskovi.v2i2.517>
- Surya, D.H., Mariyah, Y., & Tahono, T. (2009). The influence of noni fruit (*Morinda citrifolia*) extract toward the level of SGOT and SGPT enzymes on white mice induced by carbon tetrachloride. *Biofarmasi Journal of Natural Product Biochemistry*, 7(2), 87–93. <https://doi.org/10.13057/biofar/f070204>
- Suryaningrat, I.B., Mahardika, N.S., & Firlanarosa, M.E. (2021). Desain kemasan sekunder pada produk prol tape dengan metode Quality Function Deployment (QFD) (Studi kasus di UD. Purnama Jati, Kabupaten Jember). *Jurnal Agroteknologi*, 15(01), 11–23. <https://doi.org/https://doi.org/10.19184/j-agt.v15i01.20624>
- Syamsudin, Wajdi, F.M., & Praswati, A.N. (2015). Desain kemasan makanan KUB sukarasa di Desa wisata organik Sukorejo Sragen. *Benefit :Jurnal Management Dan Bisnis*, 19(2), 181–188. <https://doi.org/10.23917/benefit.v19i2.2317>
- Wang, M.Y., West, B.J., Jensen, C.J., Nowicki, D., Su, C., Palu, A.K., & Anderson, G. (2002). *Morinda citrifolia* (noni): A literature review and recent advances in noni research. *Acta Pharmacologica Sinica*, 23(12), 1127–1141.
- Wigati, D., & Pratoko, D. K. (2019). Total flavonoid dan aktivitas penangkapan radikal bebas dari ekstrak etanolik daun dan buah mengkudu. *Jurnal Farmasi (Journal of Pharmacy)*, 5(1, Oktober), 7–11. <https://doi.org/10.37013/jf.v5i1.36>
- Zhang, C., Khoo, S., Chen, X., & Quek, S.Y. (2019). Microencapsulation of fermented noni juice via micro-fluidic-jet spray drying: Evaluation of powder properties and functionalities. *Powder Technology*, 361(1), 995–1005. <https://doi.org/10.1016/j.powtec.2019.10.098>