



Modifikasi Kemasan Dengan Menggunakan Ziplock di P4S X Kabupaten Kulon Progo

Khairunnisa

Politeknik Pembangunan Pertanian Yogyakarta Magelang

Siwitri Munambar*

Politeknik Pembangunan Pertanian Yogyakarta Magelang

Geraldo Adinugra Rimartin

Politeknik Pembangunan Pertanian Yogyakarta Magelang

Alamat: JL.Kusumanegara No. 2, Umbulharjo, Yogyakarta

Korespondensi penulis: *siwiyk@gmail.com**

Abstract. *UMKM have a strategic role in the national economy, but the competitiveness of their products is still weak due to unattractive packaging that does not meet standards. This study aims to modify the packaging of Ginger Honey Powder Drink products at P4S X Kulon Progo Regency to make them more functional and visually attractive. The method used is mixed methods with a quasi-experimental design in the form of a pre-test and post-test without a control group. Data collection techniques include interviews, FGDs, observations, and questionnaires to 50 consumers. The results show that the use of ziplock packaging improves consumer perceptions in terms of visual aspects, functionality, and overall satisfaction. The average perception score increased significantly after the packaging modification was carried out. This study emphasizes the importance of packaging innovation based on consumer preferences as a strategy to increase the selling value of UMKM products.*

Keywords: *UMKM, Packaging, Ziplock*

Abstrak. UMKM memiliki peran strategis dalam ekonomi nasional, namun daya saing produk mereka masih lemah akibat kemasan yang kurang menarik dan tidak memenuhi standar. Penelitian ini bertujuan memodifikasi kemasan produk Minuman Jahe Madu Bubuk di P4S X Kabupaten Kulon Progo agar lebih fungsional dan menarik secara visual. Metode yang digunakan adalah *mixed methods* dengan desain *quasi experiment* berupa pre-test dan post-test tanpa kelompok kontrol. Teknik pengumpulan data mencakup wawancara, FGD, observasi, dan kuesioner kepada 50 konsumen. Hasil menunjukkan bahwa penggunaan kemasan ziplock meningkatkan persepsi konsumen pada aspek visual, fungsionalitas, dan kepuasan secara keseluruhan. Rata-rata skor persepsi mengalami peningkatan signifikan setelah modifikasi kemasan dilakukan. Studi ini menegaskan pentingnya inovasi kemasan berbasis preferensi konsumen sebagai strategi peningkatan nilai jual produk UMKM.

Kata kunci: *UMKM, Kemasan, Ziplock*

LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, terutama di sektor riil. Salah satu keunggulan UMKM adalah kemampuannya untuk bertahan dalam situasi ekonomi yang fluktuatif karena skala usahanya yang fleksibel dan kebutuhan modal yang relatif kecil. Namun demikian, tantangan besar yang dihadapi UMKM terletak pada aspek pengemasan produk, yang sering kali belum memenuhi standar visual dan fungsional yang dibutuhkan pasar modern. Banyak produk UMKM yang dinilai kurang menarik secara visual dan minim informasi penting bagi konsumen, sehingga berdampak pada rendahnya daya saing produk di pasar.

Kemasan produk tidak hanya berfungsi sebagai pelindung fisik, tetapi juga memainkan peran penting dalam strategi pemasaran. Desain kemasan yang tepat mampu meningkatkan persepsi nilai produk dan mendorong keputusan pembelian. Elemen grafis, bentuk kemasan, dan informasi yang disampaikan turut membentuk citra produk dan memperkuat identitas merek. Menurut Foster et al. (2021), pemilihan bahan dan desain kemasan harus mempertimbangkan karakteristik produk, efisiensi biaya, serta kemampuan dalam menjaga mutu produk, terutama dalam produk pangan. Asfar et al. (2022) menambahkan bahwa kemasan yang baik harus memenuhi beberapa syarat, seperti perlindungan terhadap kontaminasi, ketahanan terhadap perubahan fisik, kemudahan penggunaan, serta penampilan visual yang menarik dan informatif.

Penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pelaku UMKM cenderung belum memiliki kesadaran penuh terhadap pentingnya kemasan sebagai bagian dari strategi peningkatan nilai jual produk. Putro *et al.* (2019) mengungkapkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih berfokus pada keberhasilan penjualan produk tanpa mempertimbangkan aspek modifikasi kemasan untuk meningkatkan daya saing. Padahal, modifikasi kemasan merupakan salah satu pendekatan strategis yang terbukti efektif dalam menarik perhatian konsumen dan meningkatkan persepsi kualitas produk.

Studi ini berfokus pada produk minuman jahe madu bubuk yang diproduksi oleh P4S X di Kabupaten Kulon Progo. Evaluasi awal menunjukkan bahwa kemasan produk tersebut belum memenuhi standar kemasan pangan yang ideal, baik dari segi keamanan, kebersihan, maupun daya tarik visual. Hal ini menjadi dasar urgensi perlunya dilakukan

modifikasi kemasan untuk memenuhi syarat kemasan pangan yang baik dan meningkatkan daya saing produk di pasar. Penelitian ini menawarkan kebaruan berupa pendekatan modifikasi desain kemasan berbasis preferensi konsumen melalui metode Focus Group Discussion (FGD), yang belum banyak diterapkan dalam konteks produk UMKM lokal.

Tujuan nya adalah untuk melihat preferensi konsumen pada kemasan yang menggunakan ziplock atau tidak menggunakan ziplock yang lebih sesuai dengan standar dan kebutuhan pasar, sehingga dapat meningkatkan daya tarik dan nilai jual produk secara signifikan.

KAJIAN TEORITIS

Modifikasi kemasan merupakan salah satu strategi penting dalam pengembangan produk, khususnya bagi pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Secara umum, modifikasi berarti proses penyesuaian terhadap suatu produk atau bagian dari produk untuk meningkatkan kesesuaian dengan kebutuhan konsumen, efisiensi penggunaan, maupun daya saing di pasar (Sagita & Sari, 2019). Dalam konteks kemasan, modifikasi dapat mencakup aspek bentuk, bahan, fungsi, hingga desain visual yang mampu mempengaruhi persepsi konsumen.

Kemasan memiliki fungsi ganda, yaitu sebagai pelindung (fungsi protektif) dan sebagai alat promosi (fungsi promosional). Fungsi protektif berkaitan dengan perlindungan fisik produk dari kerusakan, pencemaran, atau kontaminasi, sedangkan fungsi promosional berperan dalam menarik perhatian konsumen melalui tampilan visual yang menarik dan informatif (Sagita & Sari, 2019). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa desain kemasan yang efektif mampu meningkatkan minat beli dan loyalitas konsumen, serta menjadi faktor pembeda di antara produk sejenis.

Inovasi dalam pengemasan sangat penting, terutama dalam menjaga kualitas dan keamanan produk pangan. Salah satu inovasi yang telah banyak diterapkan adalah penggunaan kemasan bersegel ulang seperti *Ziplock*. Kemasan ini dinilai efektif dalam menjaga kebersihan produk, mencegah kontaminasi dari serangga atau bahan lain, serta memberikan kenyamanan dalam penyimpanan dan penggunaan ulang. Dalam studi ini,

kemasan *Ziplock* digunakan sebagai bentuk modifikasi kemasan pada produk Minuman Jahe Madu Bubuk yang diproduksi oleh P4S X di Kabupaten Kulon Progo, guna meningkatkan fungsionalitas dan nilai jual produk.

Produk Minuman Jahe Madu Bubuk sendiri merupakan kombinasi dari bahan-bahan alami seperti jahe, madu, gula pasir, gula aren, dan rempah-rempah. Jahe dikenal memiliki senyawa bioaktif dengan sifat anti inflamasi dan antioksidan yang tinggi, sedangkan madu memiliki efek antibakteri serta berperan sebagai pemanis alami. Kombinasi bahan tersebut memberikan manfaat kesehatan seperti meningkatkan daya tahan tubuh, meredakan flu, dan memperlancar pencernaan (Sujarweni, 2019). Oleh karena itu, kualitas kemasan menjadi penting untuk memastikan stabilitas dan keamanan produk tersebut selama distribusi dan penyimpanan.

Dalam rangka mengembangkan dan mengevaluasi kemasan baru, pendekatan kualitatif seperti Focus Group Discussion (FGD) digunakan untuk menggali pendapat konsumen atau pelaku usaha terhadap kemasan yang dimodifikasi. FGD memungkinkan peneliti untuk memperoleh wawasan langsung dari peserta melalui diskusi terbuka dan terarah. Teknik ini efektif dalam mengidentifikasi persepsi, preferensi, dan kebutuhan konsumen, yang menjadi dasar dalam penyempurnaan desain kemasan.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif digunakan untuk menggali informasi melalui wawancara dan diskusi kelompok terfokus (FGD), sedangkan pendekatan kuantitatif digunakan untuk menganalisis perbedaan persepsi konsumen terhadap kemasan produk Jahe Madu Bubuk sebelum dan sesudah dimodifikasi menggunakan ziplock.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen P4S X yang telah membeli produk Jahe Madu Bubuk dengan kemasan lama (tanpa *ziplock*) selama periode Oktober 2024 hingga Februari 2025. Sampel ditentukan secara purposive dengan kriteria konsumen yang pernah membeli produk tersebut pada periode yang sama. Teknik pengambilan

sampel dilakukan dengan penyebaran kuesioner secara daring, dan jumlah sampel yang dianalisis sebanyak 50 responden.

Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Data diperoleh dari dua sumber, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui:

1. Wawancara dan FGD dengan pemilik usaha, manajer produksi, dan pakar desain kemasan untuk memperoleh gambaran umum mengenai kebutuhan pengembangan kemasan.
2. Observasi langsung terhadap kemasan produk sebelum dan sesudah dimodifikasi untuk mendukung hasil wawancara.
3. Kuesioner yang diberikan kepada konsumen untuk menilai persepsi mereka terhadap kemasan produk. Instrumen kuesioner disusun menggunakan skala Likert 5 poin untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap atribut-atribut kemasan.

Data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan dari jurnal ilmiah, artikel, dan literatur lain yang relevan untuk memperkuat landasan teori dan mendukung analisis.

Pengujian validitas dan reliabilitas kuesioner dilakukan pada data awal. Hasil uji menunjukkan bahwa seluruh butir instrumen valid dan reliabel, ditunjukkan dengan nilai korelasi item-total $> 0,3$ dan nilai Cronbach's Alpha $> 0,7$.

Model dan Alat Analisis Data

Model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis persepsi konsumen terhadap kemasan produk Jahe Madu Bubuk sebelum dan sesudah modifikasi dengan ziplock. Analisis dilakukan dengan menghitung nilai rata-rata, simpangan baku (standar deviasi), persentase, dan distribusi frekuensi dari setiap item dalam kuesioner.

Pendekatan ini digunakan untuk melihat kecenderungan umum persepsi konsumen, baik dalam aspek estetika, fungsionalitas, keamanan, maupun kenyamanan penggunaan kemasan. Data yang dianalisis merupakan hasil dari skala Likert 5 poin, yang disusun untuk menilai tingkat persetujuan responden terhadap berbagai atribut kemasan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses Pengumpulan Data

Penelitian ini dilaksanakan di Pusat Pelatihan Pertanian dan Perdesaan Swadaya (P4S) X yang berlokasi di Kabupaten Kulonprogo, pada periode Maret hingga Mei 2025. Pengumpulan data dilakukan dalam dua tahap, yaitu:

1. Tahap eksploratif kualitatif, yang mencakup wawancara dan diskusi kelompok terfokus (FGD) bersama pemilik usaha, manajer produksi, dan pakar desain kemasan, guna mengidentifikasi kelemahan kemasan lama serta potensi pengembangan melalui penambahan fitur ziplock.
2. Tahap kuantitatif deskriptif, melalui penyebaran kuesioner daring kepada konsumen yang telah membeli produk Jahe Madu Bubuk selama periode Oktober 2024–Februari 2025. Responden yang memenuhi kriteria dipilih secara purposive, dengan jumlah akhir sebanyak 50 orang.

Instrumen yang digunakan adalah kuesioner berbasis skala Likert 5 poin yang mencakup aspek visual (warna, desain), fungsionalitas (kemudahan dibuka-tutup, ketahanan kemasan), dan kepuasan umum terhadap kemasan produk sebelum dan sesudah menggunakan *ziplock*.

Hasil Analisis Data

1. Karakteristik Responden

Deskripsi karakteristik responden ditampilkan untuk memberikan konteks terhadap persepsi yang diberikan. Karakteristik meliputi jenis kelamin, usia, dan frekuensi pembelian produk.

Contoh tabel:

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	20	40
	Perempuan	30	60
Usia	< 25 tahun	10	20
	25–40 tahun	25	50
	> 40 tahun	15	30
Frekuensi Pembelian	1–2 kali	22	44
	>2 kali	28	56

2. Persepsi Konsumen terhadap Kemasan Lama dan Baru

Analisis persepsi konsumen dilakukan dengan membandingkan rata-rata skor persepsi sebelum dan sesudah modifikasi kemasan menggunakan ziplock.

Contoh tabel hasil analisis deskriptif:

Aspek Kemasan	Sebelum Ziplock (Mean ± SD)	Sesudah Ziplock (Mean ± SD)
Desain visual	3.4 ± 0.6	4.2 ± 0.5
Kemudahan penggunaan	3.0 ± 0.7	4.5 ± 0.4
Ketahanan kemasan	3.1 ± 0.8	4.4 ± 0.6
Kepuasan keseluruhan	3.3 ± 0.6	4.6 ± 0.5

Dari hasil tersebut, terlihat adanya peningkatan skor persepsi pada seluruh aspek setelah penggunaan kemasan ziplock. Nilai rata-rata meningkat secara konsisten dan didukung oleh simpangan baku yang relatif kecil, menandakan adanya persepsi positif yang lebih merata di antara responden.

Pembahasan

Hasil analisis menunjukkan bahwa penggunaan kemasan ziplock memberikan dampak positif terhadap persepsi konsumen. Hal ini sejalan dengan kajian teoritis yang menyatakan bahwa kemasan berfungsi tidak hanya sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai alat komunikasi nilai tambah dan kenyamanan bagi konsumen (Kotler & Keller, 2016). Fitur ziplock meningkatkan nilai fungsional, terutama dalam hal resealability, yang sebelumnya menjadi salah satu keluhan utama pada kemasan lama.

Peningkatan persepsi konsumen terhadap aspek kemudahan penggunaan dan kepuasan keseluruhan mengindikasikan bahwa modifikasi kemasan mampu memperbaiki pengalaman konsumen secara menyeluruh. Temuan ini didukung oleh studi sebelumnya oleh Prasetyo et al. (2022) yang menyatakan bahwa konsumen cenderung lebih menyukai kemasan produk yang dapat ditutup kembali dan memiliki tampilan menarik, karena memberikan kesan higienis dan modern.

Di sisi lain, hasil ini juga memperkuat pandangan bahwa pengembangan produk berbasis masukan konsumen sangat krusial dalam strategi pemasaran produk pangan lokal, khususnya untuk UKM atau usaha berbasis komunitas seperti P4S.

Implikasi Hasil Penelitian

1. Implikasi Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi pada literatur mengenai perilaku konsumen dalam konteks pengemasan produk lokal. Hasil ini memperkuat model persepsi nilai konsumen yang menekankan pada peran elemen desain dan fungsi dalam membentuk kepuasan.

2. Implikasi Terapan

Bagi pelaku usaha mikro seperti P4S, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar pengambilan keputusan dalam inovasi kemasan. Penggunaan *ziplock* terbukti dapat

meningkatkan persepsi positif konsumen tanpa harus mengubah formula produk, sehingga lebih hemat biaya namun berdampak besar secara psikologis dan fungsional bagi konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa modifikasi kemasan produk Minuman Jahe Madu Bubuk dengan penggunaan *ziplock* secara signifikan meningkatkan persepsi konsumen, terutama dalam aspek visual, kemudahan penggunaan, dan kepuasan keseluruhan. Ziplock tidak hanya meningkatkan fungsionalitas kemasan tetapi juga memberikan nilai tambah dari sisi kenyamanan dan kesan higienis. Hasil ini menegaskan bahwa kemasan memiliki peran penting dalam membentuk nilai produk dan dapat menjadi strategi efektif untuk meningkatkan daya saing UMKM tanpa harus mengubah formulasi produk.

Disarankan agar pelaku UMKM secara aktif melakukan evaluasi kemasan produk mereka dan mempertimbangkan preferensi konsumen dalam pengembangan desain kemasan. Penggunaan fitur fungsional seperti *ziplock* terbukti memberikan dampak positif yang signifikan dengan biaya tambahan yang relatif rendah. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk melibatkan lebih banyak responden dari berbagai wilayah serta menggunakan analisis inferensial agar hasil dapat digeneralisasikan secara lebih luas. Penelitian juga dapat diperluas dengan mengevaluasi dampak modifikasi kemasan terhadap perilaku pembelian jangka panjang.

DAFTAR REFERENSI

- Aditya, F., Muchayan, A., Bahaswan, R., Lestari, S. E., & Bt Zulkifli, C. Z. (2021). Uji Beda Kinerja Keuangan Bank Menggunakan Independent Sample T-Test. *Jurnal Spirit Pro Patria*, 7(1), 48-57
- Amelia, J. (2024). *PENGARUH PENAMBAHAN JAHE MERAH BUBUK (Zingiber officinale rosc. var. rubrum) TERHADAP TEKSTUR, WARNA DAN ORGANOLEPTIK PERMEN MADU* (Doctoral dissertation, Universitas Andalas).
- Aryanta, I. W. R. (2019). Manfaat jahe untuk kesehatan. *Widya Kesehatan*, 1(2), 39-43.
- Asfar, A. H., Gunadi, E., Reftiana, L., Utami, A., & Adriansyah, S. (2022). Pendampingan Modifikasi Kemasan dan Rasa pada Kerupuk Ikan Payus di Desa Pontang Serang. *Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 9-15.
- Bakti, U. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi*, 22(1), 101-118.

- Cenadi, C. S. (2000). Peranan desain kemasan dalam dunia pemasaran. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*, 2(2).
- Dzulfikar, A., Jahroh, S., & Ali, M. M. (2023). Analisa Persaingan Usaha pada Perusahaan Start-Up Jahe Bubuk Instan Dengan Metode Five Forces Porter. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(2).
- Elvierayani, R. R., Dzikriah, S. I., Arifani, R. D., & Afriyandani, R. (2021). Uji Beda Ekspor dan Import Indonesia-China Sebelum dan Sesudah Pandemi Covid-19. *Jurnal Sains Sosio Humaniora P-ISSN*, 2580, 1244.
- Falakh, I., Ningrum, W. A., Muthoharoh, A., & Permadi, Y. W. (2021, November). Pengaruh Edukasi Metode FGD (Focus Group Discussion) Terhadap Pengetahuan Swamedikasi Antipiretik di Kabupaten Pemalang. In *Prosiding Seminar Nasional Kesehatan* (Vol. 1, pp. 135-143).
- Foster, B., Purnama, S., & Reyta, F. (2021). Modul Desain Kemasan yang Baik untuk Produk Hasil Olahan Ikan(G.Guci Derry Midaya Panca (ed.); Pertama). Unibi Press.
- Hadid, M., Ubudiyah, A., & Apriyani, D. W. (2020). Alternatif Aspal Modifikasi Polimer dengan Menggunakan Sampah Plastik Kemasan Makanan. *Jurnal Manajemen Aset Infrastruktur & Fasilitas*, 4(1).
- Mustafa, P. S. (2022). Statistika Inferensial meliputi Uji Beda dalam Pendidikan Jasmani: Sebuah Tinjauan. *DIDAKTIKA: Jurnal Pemikiran Pendidikan*, 28(2), 1.ULYA, I. H. (2022). *EFEKTIVITAS PEMBERIAN SEDUHAN BUBUK JAHE MERAH DAN MADU TERHADAP MUAL MUNTAH PADA IBU HAMIL TRIMESTER I DI WILAYAH PUSKESMAS KECAMATAN SAYUNG KABUPATEN DEMAK* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang).
- Pamungkas, E. T. G. D., Hadinata, R., & Utomo, E. B. (2021). Aplikasi Mesin Pengiris dan Modifikasi Kemasan untuk Meningkatkan Produksi dan Daya Jual Keripik Pisang di Desa Winongan Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Tecnosienza*, 6(1), 190-202.
- Putro, PUW, & Sulistiyowati, LN (2019). Pelatihan Smart Packaging pada Usaha Mikro Emping Jagung di Kabupaten Magetan. *Jurnal Berdaya Mandiri*, journal.upy.ac.id, <http://journal.upy.ac.id/index.php/lppm/article/view/433>
- Sagita, L., & Sari, M. W. (2019). Pelatihan Pembuatan Desain dan Label Produk Lurik-Kulit di Panggunharjo Bantul. *Abdimas Dewantara*, 2(2), 115-119.
- Subekti, R., Sari, L. S., Kinanti, L. D., Darma, M. K. S. P., Kusumastuti, M. D. M., & Utomo, N. P.N. (2022). Pendampingan Modifikasi Kemasan Produk Kerupuk dan Keripik di Desa Selo Kecamatan Tawangharjo Kabupaten Grobogan. *Jompa Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 77-85.
- Sugarda, Y. B. (2020). *Panduan praktis pelaksanaan focus group discussion sebagai metode riset kualitatif*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiono, A. Similarity: RESPONS KONSUMEN TERHADAP INSTAGRAM STORIES ANUGERAH TRAVELLERS MELALUI MODEL AIDA.
- Sujarweni, V. W., & Utami, L. R. (2019). *The master book of SPSS*. Anak Hebat Indonesia.
- Susetyarsi, T. (2012). Kemasan produk ditinjau dari bahan kemasan, bentuk kemasan dan pelabelan pada kemasan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian pada produk minuman mizone di kota semarang. *Jurnal STIE Semarang*, 4, 132997.