

**PERANCANGAN KEMASAN PRODUK MINUMAN JAMU MENGGUNAKAN METODE KANO****Dhandy Catur Pamungkas<sup>1</sup>, Mahendra Rauf<sup>2</sup>, Moch. Bhisma<sup>3</sup>, Noer Chalim<sup>4</sup>, Ribangun Bambang Jakaria<sup>5</sup>**Universitas Muhammadiyah Sidoarjo  
[ribangunbz@umsida.ac.id](mailto:ribangunbz@umsida.ac.id)**Abstract (English)**

The packaging of herbal medicine products currently in circulation needs to be improved. This refers to the results of a survey that was conducted which found that herbal medicine product packaging still tends to be less attractive in terms of appearance and packaging used. The aim of this research is to provide a herbal packaging design that can provide guidance on the function and use of the product packaging used. The method used in this research is the KANO method which is used to categorize customer desire attributes into KANO categories. The result of this research is a redesign of herbal medicine product packaging that is more attractive in terms of appearance and packaging which is used to increase sales.

**Abstrak (Indonesia)**

Kemasan produk jamu yang beredar saat ini perlu dilakukan perbaikan. Hal ini merujuk pada hasil survei yang telah dilakukan yang menemukan bahwa kemasan produk jamu masih cenderung kurang menarik dari segi tampilan dan *packing* yang digunakan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan rancangan kemasan jamu yang dapat memberikan petunjuk atas fungsi dan kegunaan dari kemasan produk yang digunakan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode KANO yang digunakan untuk mengkategorikan atribut keinginan pelanggan kedalam kategori KANO. Hasil penelitian ini adalah rancangan ulang kemasan produk jamu yang lebih menarik dari segi tampilan dan *packing* yang digunakan untuk meningkatkan penjualan.

**Article History**

Submitted: 27 Juni 2024

Accepted: 30 Juni 2024

Published: 7 Juli 2024

**Key Words**

Canoe; Herbal Medicine, Packaging Design

**Sejarah Artikel**

Submitted: 27 Juni 2024

Accepted: 30 Juni 2024

Published: 7 Juli 2024

**Kata Kunci**

KANO ; Jamu, Perancangan Kemasan

**PENDAHULUAN**

Jamu adalah ramuan atau campuran dari berbagai rempah-rempah yang digunakan oleh masyarakat Indonesia sebelum munculnya obat-obatan kimia. Hingga kini, jamu tetap menjadi pilihan pengobatan herbal yang umum digunakan oleh mayoritas masyarakat. Jamu tersedia dalam macam-macam jenis, yaitu berupa bubuk atau serbuk, jamu siap minum cair ataupun jamu tradisional lainnya. Sebagai pengobatan tradisional, jamu efektif dalam mengatasi masalah kesehatan, termasuk memperkuat sistem kekebalan tubuh. Meskipun pengobatan modern lebih sering digunakan saat ini, jamu masih memiliki banyak peminat baik di perkotaan maupun di pedesaan [1].

Penggunaan tanaman obat meningkat setiap tahun bahkan setelah adanya kemajuan informasi dan digitalisasi serta meningkatnya pemikiran akan gaya hidup sehat di jaman sekarang ini. Hingga sekarang ada 15.000 lebih jenis tumbuhan bermanfaat yang berkhasiat dan dapat digunakan dalam pembuatan jamu, menurut penelitian yang dilakukan di Indonesia. Dalam beberapa tahun terakhir, penggunaan obat tradisional, termasuk jamu, telah meningkat secara signifikan. Pasar tanaman obat menembus angka Rp. 3 triliun pada tahun 2007 serta terus tumbuh menjadi Rp. 8 triliun pada tahun 2018, menurut informasi dari Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. Tanaman obat tidak mengandung zat berbahaya, dan tidak memiliki daya efek ketergantungan yang signifikan, jamu tradisional masih digunakan secara turun-temurun oleh masyarakat Indonesia [2].

Tanaman obat yang tersedia di pasaran mempunyai banyak khasiat dan jenis yang berbeda-beda, tergantung manfaatnya. Contoh obat herbal adalah obat herbal jahe. Meski disebut obat herbal jahe, namun tanaman obat ini mengandung campuran beberapa bahan lain,

seperti jahe, kunyit, kayu manis, dan gula aren. Khasiat jamu jahe antara lain mencegah penyakit hepatitis, reproduksi empedu, mencegah dari sakit demam atau meriang, dan mengurangi sakit pusing, dan mengurangi jerawat. Hal ini menunjukkan bahwa produksi tanaman obat memerlukan banyak jenis bahan pendukung. Beberapa tanaman yang biasa digunakan untuk membuat obat herbal antara lain kunyit, jahe, lengkuas, jahe, sirih, dan lemon [3].

Kemasan merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan untuk menarik perhatian konsumen, karena kemasan dapat menjadi strategi efektif dalam pemasaran produk. Kemasan bisa memberikan gambaran mengenai kualitas dan nilai yang ditawarkan oleh produsen. Kata "desain" berasal dari bahasa Inggris "*design*" namun dalam bahasa Indonesia, kata "rancang" atau "merancang" sebenarnya bisa digunakan sebagai terjemahan. Meski begitu, dalam perkembangannya, kata "desain" telah menggantikan kata "rancang" karena mencakup lebih luas kegiatan, keilmuan, serta pamor profesi atau kompetensi desainer [4].

Penelitian terkait perancangan desain kemasan dengan penerapan metode KANO telah dilakukan oleh Haslindah et al., 2023 dengan hasil penelitian yaitu redesain kemasan karagenan yang berbahan aluminium foil, memiliki bentuk kotak, dengan berat 250 gram. Objek yang diteliti adalah *Teaching Factory* SMK-SMTI Makassar yang memproduksi olahan karagenan atau rumput laut. Penulis menggunakan metode KANO dengan penentuan kategori setiap atribut dari produk terhadap kepuasan dan harapan dari para pelanggan melalui pertanyaan yang diajukan.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Yasmi et al., 2023 yang membahas mengenai pengembangan desain produk kemasan kopi dengan menggunakan metode QFD dan metode KANO. Hasil penelitian yaitu didapatkan desain kemasan yang dapat dengan mudah dibawa dengan fungsi bahan kemasan menggunakan kertas supaya efisien dan lebih murah. Objek yang diteliti yaitu pada UMKM Kopi Sapuaringin Basecamp Merapi. Penulis menggunakan metode QFD dan metode KANO untuk meningkatkan kualitas kemasan produk kopi pada UMKM Sapuaringin.

Dari penelitian terdahulu yang dijadikan rujukan serta sudah dipelajari, maka penulis bermaksud menggunakan metode KANO dalam penelitian ini untuk merancang desain kemasan produk jamu yang sesuai dengan dengan kepuasan pelanggan.

## METODELOGI PENELITIAN

### a. Subject Penelitian

Subject penelitian yang dilibatkan adalah para pelanggan dari UMKM Jamu Bu Ros, subject penelitian ini digunakan untuk wilayah penyebaran kuisioner untuk meneliti atribut-atribut prioritas dan harapan yang diinginkan pelanggan dengan metode KANO.

### b. Jenis Data

Data yang digunakan adalah data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari responden yang terkait dalam penelitian ini. Alat yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah kuisioner yang disebarkan kepada para pelanggan.

### c. Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkandengan cara pemberian kuisioner kepada responden. Angket atau kuisioner yang digunakan bersifat struktural dengan total responden adalah 30 orang yang ditunjuk untuk mengetahui atribut-atribut kebutuhan pelanggan dalam metode KANO. Properti desain yang ada disajikan sebagai fungsi dan pernyataan fungsional. Kemudian, pasangan fungsi dan pernyataan fungsi dari semua atribut desain disusun secara acak.

### d. Metodologi KANO

Dalam penentuan kategori pada metode KANO, pada atribut yang dirancang merupakan hasil dari pencocokan pasangan jawaban responden terhadap pertanyaan fungsional dan disfungsional. Hasil pencocokan setiap atribut mengacu pada tabel evaluasi metode KANO. Hasil setiap kategori berupa *must-be* (M), *attractive* (A), *one-dimensional* (O), *indifferent* (I), *reverse* (R), dan *questionable* (Q) pada setiap atribut. Dari hasil pencocokan jawaban responden melalui pertanyaan yang diberikan, sehingga perancang dapat mengetahui serta mengidentifikasi kategori yang tepat untuk setiap atribut dan memahami prioritas utama yang harus dikembangkan serta dampaknya bagi kepuasan pelanggan.

Tabel 1. Kategori Atribut Kualitas Berdasarkan Metode KANO.

Respon Survei Konsumen (Respondent Responses)	Jawaban Pertanyaan Disfungsional ( <i>Dysfunctional Answer</i> )				
	Suka (Like)	Sudah Semestinya (Must-Be)	Netral (Neutral)	Toleransi (Tolerant)	Tidak Suka (Dislike)
Jawaban Pertanyaan Fungsional (Functional Answer)	Suka (Like)	Sudah semestinya (Must-be)	Netral (Neutral)	Toleransi (Tolerant)	Tidak Suka (Dislike)
	Q	A	A	A	O
	R	I	I	I	M
	R	I	I	I	M
	R	I	I	I	M
	R	R	R	R	Q

Pada tabel 1 merupakan hasil dari penentuan kategori metode KANO yang merupakan hasil dari setiap pertanyaan fungsional dan disfungsional dari masing masing atribut yang diajukan kepada responden. Hasil kategori ini merupakan titik potong hasil respon dari pertanyaan fungsional dan disfungsional.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil responden para pelanggan didapatkan selanjutnya dimasukkan kedalam KANO evaluation tabel. Selanjutnya dilakukan perhitungan untuk mengetahui tingkat kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan serta menentukan hasil pengkategorian KANO pada tabel berikut :

Tabel 2. Hasil Kuesioner Metode KANO

No	Variabel	Atribut	A	M	O	I	R	Q
1.	Faktor Keamanan	1.Bahan material kemasan tidak menyebabkan produk terkontaminasi dengan zat lain.	10	3	15	0	2	0
2.	Faktor Ekonomis	1.Pemilihan bahan material kemasan yang murah.	20	5	5	0	0	0
		2.Pemilihan bahan material yang sesuai dengan standar bahan kemasan yang diperbolehkan	10	4	12	2	2	0
3.	Faktor Distribusi	1.Bentuk dan ukuran kemasan mudah ditata dalam satu tempat penyimpanan kardus.	10	0	20	0	0	0
4.	Faktor Komunikasi	1.Merek mudah di ingat dan terlihat jelas.	2	3	25	0	0	0

		2.Bahasa yang digunakan pada label produk familiar dan mudah dipahami.	5	10	15	0	0	0
5.	Faktor Ergonomis	1.Mempunyai tutup kemasan yang mudah dibuka.	9	3	18	0	0	0
6.	Faktor Estetika	1.Mempunyai warna dan gambar label yang cocok.	5	5	20	0	0	0

Pada Tabel 2 merupakan hasil dari penentuan kategori KANO dari pertanyaan fungsioanl dan disfungsiional yan diajukan pada responden. Pada setiap atribut memiliki hasil jawaban dari para responden sebanyak 30 responden, yang didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner. Langkah dalam penentuan kategori yang terpilih pada setiap atribut dengan Bauth's fromula akan menentukan kategori yan tepat pada setiap atribut dengan menghitung nilai O+M+A dan I+R+Q pada masing masing atribut. Menurut Walden (1993), aturan penentuan kategori KANO dengan Blauth's formula sebagai berikut:

- Jika nilai antara ( *one dimentional + must be + attractive* ) > jumlah nilai antara ( *indifferent + reverse + questionable* ) maka didapat nilai paling tinggi dari ( *one dimentional + must be + attractive* )
- Jika nilai antara ( *one dimentional + must be + attractive* ) < jumlah nilai antara ( *indifferent + reverse + questionable* ) maka didapat nilai paling tinggi dari ( *indifferent + reverse + questionable* )
- Jika nilai antara ( *one dimentional + must be + attractive* ) = jumlah nilai antara ( *indifferent + reverse + questionable* ) maka didapat nilai paling tinggi diantara semua kategori KANO.

Tabel 3. Kategxori KANO

No.	Atribut	A	M	O	I	R	Q	A+M+O	I+R+Q	Kategori
1.	Bahan material kemasan tidak menyebabkan produk terkontaminasi dengan zat lain.	10	3	15	0	2	0	28	2	O
2.	Pemilihan bahan material kemasan yang murah.	20	5	5	0	0	0	30	0	A
3.	Pemilihan bahan material yang sesuai dengan standar bahan kemasan yang diperbolehkan	10	4	12	2	2	0	26	4	O
4.	Bentuk dan ukuran kemasan mudah ditata dalam satu tempat penyimpanan kardus.	10	0	20	0	0	0	30	0	O
5.	Merek mudah di ingat dan terlihat jelas.	2	3	25	0	0	0	30	0	O
6.	Bahasa yang digunakan pada label produk familiar dan mudah dipahami.	5	10	15	0	0	0	30	0	O

7.	Mempunyai tutup kemasan yang mudah dibuka.	9	3	18	0	0	0	30	0	0
8..	Mempunyai warna dan gambar label yang cocok.	5	5	20	0	0	0	30	0	0

Pada tabel 3 dapat diketahui bahwa pada atribut nomer 2 merupakan kategori *Attractive*, sedangkan pada atribut yang lainnya sama-sama masuk kedalam kategori *One-dimentional*. Dari hasil keputusan KANO tersebut maka dapat dijadikan acuan dalam perancangan desain kemasan produk yang akan dibuat. Setelah penulis melakukan riset pasar dan megikuti perkembangan jenis kemasan yang sedang populer dikalangan masyarakat dengan mengacu pada hasil keputusan KANO maka dipilih jenis kemasan yang digunakan yaitu menggunakan jenis botol pir SN 250 ml bening dengan spesifikasi keliling botol 18,5 cm, tinggi botol 14 cm, diameter tutup 3,1 cm, diameter botol 5,9 cm, volume 250 ml, berat 14 gram dan menggunakan bahan PET. Hasil riset pasar juga didapatkan bahwa harga botol jenis ini mempunyai harga Rp.250/botol. Pemilihan jenis kemasan botol pir ini dipilih karena lebih tebal dan juga mempunyai bentuk dan desain yang elegan serta mengikuti tren pasar yang ada. Kemudian untuk detail desain pengembangan kemasan adalah sebagai berikut :



Gambar 1. Kemasan asli sebelum diperbaiki

Pada gambar 1 merupakan gambar dari produk kemasan jamu yang asli sebelum dilakukan perbaikan dan perancangan ulang dengan metode KANO. Dari gambar tersebut terlihat kemasan yang asli masih perlu dilakukan perbaikan dan perancangan ulang untuk membantu meningkatkan kepuasan dan harapan pelanggan dengan metode KANO



Gambar 2. Desain label varian jamu sinom

Pada gambar 2 merupakan desain perancangan label kemasan pada kemasan jamu varian sinom. Pada label kemasan varian sinom memiliki warna baground hijau sebagai penanda dari setiap vaian jamu. Pada label kemasan yang dirancang ulang memuat komposisi, aturan pakai, saran penyajian, alamat produksi, manfaat, serta expired dari jamu tersebut.



Gambar 3. Desain label pada varian jamu kunyit asam

Pada gambar 3 merupakan desain perancangan label kemasan pada kemasan jamu varian kunyit asam. Pada label kemasan varian kunyit asam memiliki warna baground coklat muda sebagai penanda dari setiap vaian jamu. Pada label kemasan yang dirancang ulang memuat komposisi, aturan pakai, saran penyajian, alamat produksi, manfaat, serta expired dari jamu tersebut.



Gambar 4. Desain label pada varian jamu beras kencur

Pada gambar 4 merupakan desain perancangan label kemasan pada kemasan jamu varian beras kencur. Pada label kemasan varian beras kencur memiliki warna baground krem sebagai penanda dari setiap vaian jamu. Pada label kemasan yang dirancang ulang memuat komposisi, aturan pakai, saran penyajian, alamat produksi, manfaat, serta expired dari jamu tersebut.



Gambar 5. Desain kemasan jamu

Pada gambar 5 merupakan contoh mouckup label pada botol jamu yang dirancang ulang. Dapat diketahui setiap varian jamu memiliki warna baground label yang berbeda sehingga memudahkan para pelanggan untuk mengetahui setiap varian jamu yang tersedia. Selain desain diatas penulis juga bermaksud memberika desain pada packing kemasan yang bertujuan untuk memudahkan konsumen dalam membawa produk,serta memberikan keamanan produk saat dibawa kemana saja. Untuk packing tersebut berisikan paket bundling yang dalam satu kardus berisikan tiga varian jamu yang berbeda seperti pada gambar 6.



Gambar 6. Desain kardus jamu

Pada gambar 6 merupakan packing kardus yang nantinya akan digunakan sebagai paket bundling jamu. Setiap kardus berisi 3 varian jamu yang berbeda sehingga lebih menarik para pelanggan. Tujuan lain dari dirancangnya packing jamumenggukan kardus ini adalah untuk mempermudah pelanggan dalam membawa kemasan jamus serta melindungi kemasan primer agar tidak mudah rusak.

## KESIMPULAN

Metode KANO membantu mengidentifikasi preferensi dan harapan pelanggan terhadap desain kemasan produk jamu dengan membedakan antara atribut yang diharapkan, diinginkan, atau bahkan yang tidak diharapkan oleh pelanggan. Dengan metode ini, perancang dapat memprioritaskan atribut-atribut yang memberikan nilai tambah dan kepuasan maksimal bagi pelanggan. Hal ini membantu memaksimalkan pengalaman pengguna dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Kesimpulan dari metode KANO memungkinkan perancang untuk menyesuaikan desain kemasan produk jamu dengan preferensi pasar yang spesifik. Ini memastikan bahwa produk jamu tidak hanya memenuhi standar fungsionalitasnya, tetapi juga menarik konsumen secara visual dan emosional melalui desain kemasan yang tepat.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Y. N. Fatonah, J. Harianto, K. Sumberejo, & K. Tanggamus, (2022). "Keywords : socialization , herbal medicine , endurance," vol. 3, no. 1.
- [2] Dini Nafisatul Mutmainah, Ahmad Haris Hasanuddin Slamet, Dian Kumaila Dewi, & Nadhirotul Diniyah, (2022). "Strategi Pengembangan Jamu Jawa Tradisional CV. Santoso di Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur," *Food Sci. J. Food Sci. Technol.*, vol. 2, no. 1, pp. 48–72.
- [3] A. Fau, (2020). "Pemanfaatan Jenis Tanaman yang Digunakan Sebagai Bahan Pembuatan Jamu Di Daerah Sekitar Telukdalam Kabupaten Nias Selatan," *J. Educ. Dev.*, vol. 8, no. Vol 8 No 2.
- [4] A. Triyadi, (2023). "Visual Maskot Identitas Masyarakat Tradisional," vol. 05, no. 02, pp. 43–51.
- [5] A. Haslindah, A. Hanafie, A. Ratnasari, & R. Artikel, (2023). "PENERAPAN METODE

- KANO PADA REDESAIN KEMASAN PRODUK KARAGENAN In f o r m a s i A r t i k e l A b s t r a c t,” *J. Manaj. Rekayasa dan Inov. Bisnis*, vol. 2, no. 1, pp. 70–80.
- [6] D. B. A. Kunto, D. Hunaefi, & B. Nurtama, (2022). “Integrasi Metode Kano dan Turf dalam Evaluasi Sensori Minuman Cokelat Instan Komersial,” *J. Teknol. dan Ind. Pangan*, vol. 33, no. 2, pp. 137–147.
- [7] F. Amalia & S. Nasution, (2023). “Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan Model Kano Dan Quality Function Deployment (Qfd) Dalam Meningkatkan Kualitas Desain Kemasan Minuman Herbal Serbuk,” *J. Ilm. Teknol. dan Rekayasa*, vol. 28, no. 3, pp. 199–217.
- [8] M. R. Yasmi, (2023). “Pengembangan Desain Produk Kemasan Kopi di Sapuagingin Kopi Basecamp Merapi dengan menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD) dan Kano,” *J. Syntax Admiration*, vol. 4, no. 1, pp. 125–137.
- [9] N. Aini, N. Muflihah, & A. Sukarsono, (2020). “Penerapan Quality Function Deployment (QFD) Untuk Mengetahui Tingkat Kepuasan Atribut Produk Minuman Herbal “Akar Tanjung”,” *Cyber-Techn*, vol. 14, no. 2, pp. 1–9.
- [10] M. I. Zamzani, & I. Prakoso, (2020). “PENGEMBANGAN DESAIN POMPA LISTRIK SENTRIFUGAL UNTUK GALLON AIR MINUM,” *Jurnal Rekayasa Sistem Industri*, vol. 6, no. 1, pp. 32–39
- [11] T. Priyatna, & M. T. Safirin, (2023). “Perancangan Kemasan Kopi Bubuk dan Tingkat Kepuasan Pelanggan dengan Metode Quality Function Deployment (QFD), Pahl and Beitz, dan Kano,” *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, vol. 7, no. 2, pp 1070–1078
- [12] M. I. Alvilbrahim, A. A. Suhendra, & I. N. Kusmayanti, (2022). “Perancangan Atribut Pemasaran Digital Sosial Media Instagram Digital Broker Properti Menggunakan Imc Quality Dan Model Kano,” *e-Proceeding of Engineering*, vol. 9, no. 3, pp 1348–1359
- [13] D. Yusuffa, & R. B. Jakaria, (2023). “Perancangan Ulang Sofa Minimalis Menggunakan Metode Kano,” *Procedia of Engineering and Life Science*, vol. 4
- [14] R. B. Jakaria, & T. Sukmono, (2021). “PERENCANAAN DAN PERANCANGAN PRODUK,”
- [15] B. I. Putra, & R. B. Jakaria, (2020). “ANALISA DAN PERANCANGAN SISTEM KERJA,”