

Pendampingan Perbaikan Kemasan dan Uji Kandungan Nutrisi Jus Kweni (*Mangifera odorata*) UMKM Indira House, Kabupaten Bogor

(Assistance for Packaging Improvement and Nutrition Content Test of Kweni Juice (*Mangifera odorata*) UMKM Indira House, Bogor Regency)

**Sherly Eka Maulidiya^{1*}, Salma Firyal Khairunnisa², Theresia Aprilia Sianipar², Yulia Sari³,
Muhammad Syukur⁴, Muhammad Isbayu⁵**

¹ Program Studi Agronomi dan Hortikultura, Sekolah Pascasarjana, IPB University, Kampus IPB Dramaga, Bogor, Jawa Barat, Indonesia 16680.

² Departemen Proteksi Tanaman, Fakultas Pertanian, IPB University, Kampus IPB Dramaga, Bogor, Jawa Barat, Indonesia 16680.

³ Departemen Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sriwijaya, Jl. Raya Palembang-Prabumulih KM 32, Indralaya, Ogan Ilir, Sumatera Selatan, Indonesia 30662.

⁴ Program Studi Komunikasi Pembangunan Pertanian dan Pedesaan, Sekolah Pascasarjana, IPB University, Kampus IPB Dramaga, Bogor, Jawa Barat, Indonesia 16680.

⁵ Direktorat Pengembangan Masyarakat Agromaritim, IPB University, Jl. Carang Pulang No.1, Cikarawang, Dramaga, Bogor, Indonesia 16680.

*Penulis Korespondensi: sherlyekamaulidiya@apps.ipb.ac.id
Diterima Juni 2024/Disetujui Februari 2025

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan vital dalam perekonomian Indonesia. UMKM seringkali menghadapi tantangan dalam pengembangan usaha, khususnya dalam peningkatan kualitas produk dan daya saing di pasar. Kegiatan pendampingan ini bertujuan untuk membantu UMKM Indira House di Kabupaten Bogor dalam perbaikan kemasan dan uji kandungan nutrisi pada produk jus kweni sebagai upaya peningkatan kualitas produk. Uji nutrisi yang didapat akan dicantumkan pada label kemasan yang baru. Pendampingan peningkatan kualitas kemasan juga meliputi perbaikan pada aspek visual, warna, tipe huruf, labeling dan informasi, keunikan, dan fungsionalitas kemasan. Secara keseluruhan, pendampingan ini berhasil dalam beberapa aspek penting diantaranya terjadi peningkatan penilaian konsumen terhadap berbagai aspek kemasan, mulai dari visual, *labeling*, warna, hingga fungsionalitas. Perbaikan kemasan diterima dengan baik oleh konsumen dan meningkatkan daya tarik produk. Penjualan yang lebih stabil, meskipun terdapat fluktuasi bulanan, tren penjualan menunjukkan bahwa produk dengan kemasan baru mampu menarik minat konsumen. Kepercayaan dan loyalitas konsumen, informasi nutrisi yang jelas dan kemasan yang fungsional membangun kepercayaan konsumen, yang penting untuk pembelian ulang dan loyalitas jangka panjang. Daya saing di pasar, dengan kemasan yang lebih menarik dan informasi yang lebih jelas, jus kweni Indira House mampu bersaing lebih baik di pasaran. Pendampingan ini memberikan dasar yang kuat bagi UMKM Indira House untuk terus mengembangkan produknya dan meningkatkan daya saing di pasaran. Penerapan strategi pemasaran yang tepat dan peningkatan kualitas produk yang berkelanjutan, diharapkan penjualan dan kepuasan konsumen akan terus meningkat di masa depan.

Kata kunci: Informasi nutrisi, pendampingan UMKM, perbaikan kemasan

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) play a vital role in the Indonesian economy. MSMEs often face challenges in business development, especially in improving product quality and their competitiveness in the market. This mentoring activity aims to assist Indira House MSMEs in Bogor Regency in improving the packaging and testing the nutritional content of kweni products to improve product quality. The nutritional tests will be listed on the new packaging label. Assistance for improving packaging quality also includes improvements to the visual aspects, color, type of letters, labeling and information, and uniqueness and functionality of the packaging. Overall, this assistance was successful in several important aspects, including an increase in consumer assessment of various aspects of packaging, from visuals, labeling, and color to functionality. The packaging improvements were well received by consumers and increased the product appeal. Sales are more stable, despite monthly fluctuations, and sales trends show that products with new packaging can attract consumer interest. Consumer trust and loyalty, clear nutritional information, and functional packaging build consumer

confidence, which is important for repeat purchases and long-term loyalty. Competitiveness in the market, with more attractive packaging and clearer information, Indira House kweni juice is able to compete better in the market. This assistance provides a strong basis for Indira House MSMEs to continue developing their products and increase their competitiveness in the market. With the right marketing strategy and continuous improvement in product quality, sales and consumer satisfaction are expected to continue to increase in the future.

Keywords: Nutritional information, MSME assistance, packaging improvements

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran vital dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Tahun 2021, UMKM menyumbang lebih dari 60% Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional (Rivai 2022). Hal ini menunjukkan bahwa UMKM adalah tulang punggung ekonomi Indonesia, menyediakan lapangan kerja bagi sebagian besar masyarakat dan berkontribusi signifikan terhadap stabilitas ekonomi negara. UMKM memiliki peran krusial dalam perekonomian Indonesia dengan menyerap tenaga kerja dan berkontribusi pada pertumbuhan PDB nasional. Selain itu, keberadaan UMKM mendukung berbagai sektor industri dan menciptakan ekosistem bisnis yang saling menguntungkan dengan perusahaan besar (Ismail *et al.* 2023). Namun, di balik kontribusi besar tersebut, UMKM seringkali menghadapi berbagai tantangan yang menghambat pengembangan usaha mereka. Salah satu tantangan terbesar adalah peningkatan kualitas produk dan daya saing di pasar yang semakin kompetitif.

Buah Kweni (*Mangifera odorata Griff*) merupakan salah satu jenis buah-buahan yang memiliki aroma khas setelah masak, penampilan warna yang menarik serta kandungan vitamin A, C dan serat yang tinggi (Iriani *et al.* 2005). Daging buah kweni lunak berair berwarna kuning cerah serta berserat kasar sedangkan rasa buahnya manis asam. Komponen senyawa flavor pada buah kweni terdiri dari 45% monoterpen teroksigenasi dan 33% ester dengan α -terpineol sebagai komponen utamanya (Wong & Ong 1993). Mangga kweni memiliki aroma khas yang disukai hampir semua orang (Winokan *et al.* 2022), namun rasa asam yang melekat pada buah kweni menyebabkan rendahnya minat konsumen untuk mengonsumsi buah tersebut, padahal di dalamnya terdapat kandungan nutrisi yang cukup tinggi. Kondisi tersebut memerlukan pengolahan terhadap buah kweni agar lebih dapat dinikmati oleh siapapun dan dengan cara

yang lebih praktis. Salah satu bentuk pengolahan buah kweni adalah dengan menjadikan sebagai jus buah kweni. Adapun UMKM yang memproduksi jus kweni adalah UMKM Indira House yang sudah berproduksi selama beberapa tahun dan namanya sudah dikenal secara luas.

Era globalisasi ini, kemampuan untuk menghasilkan produk berkualitas tinggi yang dapat bersaing di pasar lokal maupun internasional menjadi sangat penting. Namun, banyak UMKM yang masih mengalami kesulitan dalam meningkatkan kualitas produk mereka karena keterbatasan sumber daya, kurangnya pengetahuan teknis, serta akses yang terbatas terhadap teknologi canggih. Selain itu, faktor-faktor seperti desain kemasan yang kurang menarik dan informasi nutrisi yang tidak memadai juga dapat mengurangi daya tarik produk di mata konsumen. Kemasan produk memiliki peran yang sangat penting dalam menarik perhatian konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian menunjukkan bahwa kemasan yang menarik dapat meningkatkan persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan mendorong keputusan pembelian (Silayoi dan Speece 2007). Selain itu, kemasan juga berfungsi sebagai pelindung produk dari kerusakan selama distribusi dan penyimpanan, memastikan produk tetap dalam kondisi baik saat sampai di tangan konsumen. Dengan kemasan yang baik, UMKM dapat meningkatkan daya saing produk mereka di pasar.

Seiring dengan hal tersebut, kesadaran konsumen terhadap pola makan sehat semakin meningkat, dan mereka lebih memilih produk yang menyediakan informasi nutrisi yang jelas dan akurat. Informasi mengenai kandungan nutrisi pada produk makanan dan minuman menjadi faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (Campos *et al.* 2011). Oleh karena itu, melakukan uji kandungan nutrisi secara komprehensif dan menyajikan informasi tersebut secara jelas pada kemasan produk dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperkuat posisi produk di pasar. Salah satu UMKM yang memiliki potensi

besar untuk dikembangkan adalah *Indira House* yang berlokasi di Kabupaten Bogor. Salah satu produk terbaik yang dimiliki UMKM *Indira House* adalah Jus Kweni. Jus kweni adalah minuman yang berbahan dasar buah kweni (*Mangifera odorata*) yang dikenal memiliki rasa yang khas dan manfaat kesehatan yang baik. Namun, produk ini masih menghadapi beberapa kendala, terutama terkait dengan kualitas kemasan dan informasi kandungan nutrisinya. Untuk dapat bersaing di pasar yang lebih luas, Jus Kweni *Indira House* memerlukan perbaikan dalam hal kemasan produk dan penyediaan informasi nutrisi yang lebih jelas dan akurat.

Kemasan yang baik tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk dari kerusakan selama distribusi tetapi juga sebagai alat pemasaran yang efektif. Kemasan yang menarik dan informatif dapat meningkatkan daya tarik visual produk, sehingga mampu menarik perhatian konsumen dan meningkatkan nilai jual produk. Desain kemasan dapat berfungsi sebagai media komunikasi antara produsen dan konsumen. Kemasan yang informatif menyediakan informasi mengenai nama produk, komposisi, dan berat bersih. Selain itu, kemasan juga mengidentifikasi manfaat, cara penggunaan produk, serta menampilkan label dengan jelas (Apriyanti 2018). Selain itu, kemasan yang berkualitas dapat membantu menjaga kesegaran dan kualitas jus kweni sehingga produk tetap dalam kondisi terbaik saat sampai di tangan konsumen. Kemasan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen karena mampu menarik perhatian melalui bahan, daya tarik praktis, dan visualnya. Semakin baik kemasan suatu produk, semakin tinggi keputusan pembelian konsumen (Hasanah dan Pambudi 2023).

Pentingnya informasi kandungan nutrisi pada produk makanan dan minuman juga semakin diakui oleh konsumen. Konsumen masa kini lebih sadar akan pentingnya pola makan sehat dan cenderung memilih produk yang memberikan informasi nutrisi yang jelas dan akurat. Oleh karena itu, uji kandungan nutrisi yang komprehensif pada Jus Kweni *Indira House* sangat penting untuk memberikan informasi yang valid mengenai manfaat kesehatan dari jus kweni. Informasi ini dapat digunakan sebagai nilai tambah dalam promosi produk, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan memenuhi kebutuhan pasar yang semakin kritis terhadap kesehatan. Pendampingan dalam perbaikan kemasan dan uji kandungan nutrisi merupakan

langkah strategis yang dapat diambil untuk meningkatkan kualitas produk Jus Kweni *Indira House*. Melalui program pendampingan ini, diharapkan produk jus kweni dapat memiliki kemasan yang lebih menarik, fungsional, dan sesuai dengan standar pasar yang lebih tinggi. Selain itu, hasil uji kandungan nutrisi akan memberikan informasi yang lebih lengkap dan akurat mengenai manfaat kesehatan dari jus kweni, yang dapat digunakan untuk memperkuat strategi pemasaran produk.

Perbaikan kemasan dan uji kandungan nutrisi juga diharapkan dapat membuka peluang pasar yang lebih luas bagi Jus Kweni *Indira House*. Dengan kemasan yang lebih baik dan informasi nutrisi yang jelas, produk ini diharapkan dapat bersaing lebih kompetitif di pasar lokal maupun nasional. Selain itu, langkah ini juga dapat meningkatkan kesadaran dan kepercayaan konsumen terhadap produk jus kweni, yang pada akhirnya akan berdampak positif pada peningkatan penjualan dan pertumbuhan usaha. Dengan fokus pada perbaikan kemasan dan uji kandungan nutrisi, UMKM *Indira House* dapat mengatasi hambatan-hambatan ini dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. Keberhasilan inisiatif semacam ini dapat berkontribusi pada tujuan yang lebih luas untuk memperkuat ketahanan ekonomi Indonesia dan memastikan kemakmuran berkelanjutan bagi UMKM.

Untuk mencapai tujuan ini, program pendampingan yang terarah sangat diperlukan. Program ini dapat memberikan UMKM sumber daya, keahlian teknis, dan pendampingan yang diperlukan untuk memperbaiki kemasan dan melakukan uji kandungan nutrisi. Dengan mengatasi area-area kunci ini, UMKM *Indira House* dapat meningkatkan kualitas produk mereka, memenuhi ekspektasi konsumen, dan bersaing lebih efektif di pasaran.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Lokasi dan Partisipan

Kegiatan pendampingan UMKM Jus Kweni *Indira House* dilaksanakan di Desa Sukadamai, Kecamatan Dramaga, Kabupaten Bogor, Jawa Barat dan *Agribusiness and Technology Park* (ATP). Partisipan yang terlibat adalah 2 orang mahasiswa Fakultas Pertanian, 1 orang alumni sebagai *project manager*, 1 orang sebagai supervisor, dan 3 orang dosen IPB.

Bahan dan Alat

Bahan dan alat yang digunakan meliputi, ATK (Alat Tulis Kantor), laptop, handphone, dan Sampel produk jus kweni.

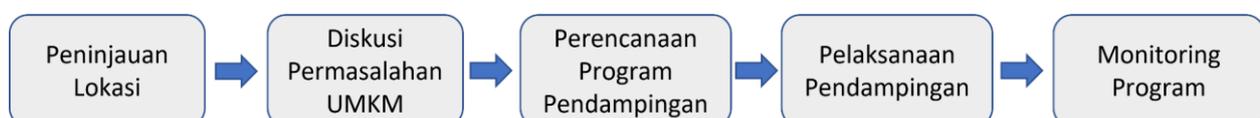
Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan pendampingan UMKM Jus Kweni Indira House terbagi menjadi lima tahapan seperti pada Tabel 1. Gambar 1 menunjukkan alur pelaksanaan program pengembangan pada UMKM Jus Kweni Indira

House. *Pertama*, kegiatan diawali dengan peninjauan lokasi yang bertujuan untuk memastikan bahwa lokasi yang dipilih dapat mendukung keberhasilan operasional dan memenuhi kebutuhan pelanggan, serta melakukan evaluasi kelayakan dan kecocokan suatu tempat untuk beroperasi. *Kedua*, kegiatan diskusi permasalahan UMKM yang bertujuan untuk memahami secara lebih mendalam hambatan-hambatan pada pertumbuhan UMKM, seperti akses terbatas terhadap sumber daya, permo-

Tabel 1 Pelaksanaan kegiatan pendampingan

Kegiatan	Tempat	Waktu	Deskripsi
Peninjauan lokasi	Desa Sukadamai	Sabtu, 4 November 2023	Peninjauan lokasi adalah kegiatan yang bertujuan untuk menilai kondisi lapangan secara langsung. Kegiatan ini bertujuan untuk menilai kondisi infrastruktur, mengidentifikasi kebutuhan masyarakat, dan merencanakan program pengembangan desa yang lebih efektif dan berkelanjutan. Tim peninjau berfokus pada berbagai aspek termasuk sarana dan prasarana, potensi sumber daya lokal, serta tantangan yang dihadapi oleh warga desa.
Diskusi permasalahan UMKM	ATP IPB University	Minggu, 12 November 2023	Diskusi permasalahan UMKM adalah forum untuk mengidentifikasi dan mencari solusi atas tantangan yang dihadapi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Tujuannya mencakup mengidentifikasi masalah utama UMKM, mendorong pertukaran ide dan pengalaman, merumuskan solusi konkret dan strategi pengembangan, serta membangun jaringan dan kolaborasi antara pelaku UMKM dan berbagai pihak terkait.
Perencanaan program pendampingan	IPB University	2-15 November 2023	Perencanaan program pendampingan adalah proses merancang dan menyusun program yang bertujuan untuk memberikan dukungan, bimbingan, dan bantuan kepada individu atau kelompok tertentu. Tujuannya mencakup meningkatkan kapasitas dan keterampilan peserta, memfasilitasi pencapaian tujuan spesifik, serta mendorong perkembangan dan keberhasilan dalam berbagai aspek, seperti pendidikan, bisnis, atau sosial.
Pelaksanaan pendampingan (Analisis Proksimat, Perbaikan kemasan, Pemasaran Produk)	Desa Sukadamai & IPB University	16 November - 31 Desember 2023	Fokus utama dari pendampingan ini meliputi melakukan Analisis Proksimat, yang merupakan evaluasi komponen nutrisi dasar dalam produk. Selain itu, pendampingan juga mencakup perbaikan kemasan untuk meningkatkan daya tarik, keamanan, dan kualitas produk. Tujuan dari pendampingan ini adalah untuk meningkatkan kapasitas dan keterampilan peserta dalam mengelola produk mereka, serta untuk mengoptimalkan strategi pemasaran produk agar lebih kompetitif di pasar.
Monitoring Program	Desa Sukadamai	30 November dan 15 Desember 2023	Monitoring dan evaluasi adalah proses untuk mengumpulkan informasi tentang kemajuan dan hasil suatu program atau kegiatan. Monitoring berfokus pada pemantauan berkelanjutan terhadap implementasi, sementara evaluasi menilai efektivitas dan dampak program. Tujuannya adalah untuk memastikan pencapaian tujuan, mengidentifikasi perubahan yang diperlukan, dan menggunakan sumber daya dengan efisien.



Gambar 1 Alur pelaksanaan.

dalan, dan tantangan dalam pemasaran. *Ketiga*, kegiatan perencanaan program pendampingan yang bertujuan untuk memberikan bimbingan, dukungan, dan sumber daya yang diperlukan kepada UMKM dalam mencapai tujuan tertentu. *Keempat*, pelaksanaan pendampingan program pengembangan UMKM yang meliputi uji kandungan nutrisi produk menggunakan analisis proksimat serta pembuatan desain kemasan produk. *Kelima*, kegiatan monitoring program bertujuan untuk mengamati, menilai, dan melihat perkembangan serta kinerja suatu program selama implementasinya.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dari kegiatan pendampingan adalah dengan wawancara mendalam kepada mitra UMKM, sementara evaluasi kepuasan program dilaksanakan menggunakan metode survei dengan kuesioner sejumlah 30 responden.

Metode Analisis Data

Metode analisis data hasil wawancara dan survei diolah menggunakan Microsoft Excel 2021. Setiap jawaban dari pertanyaan survei dihitung frekuensi dan persentasenya berdasarkan kategori yang telah ditentukan sebelumnya, kemudian disajikan dalam bentuk tabel, grafik, dan gambar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Mitra

Indira House merupakan bagian sebuah wadah edukasi di Kampung Kahuripan, RT04/RW05, Desa Sukadamai, Kecamatan Dramaga, Kabupaten Bogor. Indira House pada awalnya bernama Indira Farm yang berdiri pada tahun 2005. Berawal dari hobi dan kesukaan sang pemilik dengan hewan kemudian menjadi ide berdirinya usaha ini. Namun saat ini, Indira house tidak hanya berfokus kepada hewan ternak saja, tetapi pada produk jus buah, salah satunya adalah buah kweni. Indira House diharapkan mampu meningkatkan sumber daya masyarakat yang memiliki daya saing, bisa menghasilkan sesuatu yang berguna baik untuk masyarakat secara pribadi maupun khalayak luas.

Pelaksanaan Peninjauan Lokasi

UMKM Indira House berlokasi di Desa Sukadamai. Pelaksanaan peninjauan lokasi dilakukan dalam rangka upaya meningkatkan

kualitas produk dan daya saing di pasar (Gambar 2). Peserta juga menggali lebih dalam terkait sejarah produk, bagaimana proses produksi hingga proses pemasaran. Melalui peninjauan langsung, peserta dapat mengidentifikasi kualitas produk, potensi pasar dan peluang untuk meningkatkan daya saing UMKM Indira House. Pada kesempatan ini, peserta juga melakukan diskusi mendalam bersama pemilik usaha sehingga dapat membangun kepercayaan dan memperkuat hubungan antara peserta dan pemilik usaha.

Diskusi Permasalahan UMKM

Pelaksanaan kegiatan diskusi permasalahan UMKM memiliki peran penting dalam perbaikan kemasan dan uji kandungan produk UMKM. Diskusi permasalahan ini menjadi wadah bertukar gagasan dan pengalaman serta pemecahan masalah yang menjadi tantangan bagi produsen produk UMKM. Gambar 3 menunjukkan kegiatan diskusi permasalahan UMKM Indira House di *Agribusiness and Technology Park*. Kegiatan diskusi tersebut didampingi oleh dua dosen IPB, yaitu Dr. Tjahja Muhandri, Departemen Teknologi Pangan, Fakultas Teknologi Pertanian dan Dr. Indah Yuliasih, STP, MSi, Departemen Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian. Melalui kegiatan diskusi, Tim Ahli



Gambar 2 Peninjauan lokasi Indira House.



Gambar 3 Diskusi permasalahan UMKM.

Dosen dapat memberikan solusi praktis dan inovatif bagi UMKM. Peserta diskusi juga mendapatkan kesempatan untuk bertanya dan berdiskusi langsung dengan para Tim Ahli, serta berbagi pengalaman dan tantangan yang mereka hadapi dalam menjalankan program pendampingan.

Perencanaan Program Pendampingan

Program pendampingan bagi UMKM dirancang melalui tahapan perencanaan yang sistematis. Langkah pertama adalah mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi UMKM, seperti desain kemasan yang kurang menarik, rendahnya daya saing produk, serta minimnya informasi yang disajikan kepada konsumen. Setelah itu, tujuan utama pendampingan ditetapkan, seperti meningkatkan kualitas kemasan, memperkuat branding, dan meningkatkan daya tarik produk di pasar. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi pendampingan dirancang dengan metode yang sesuai, seperti perbaikan desain kemasan, konsultasi pemasaran, serta pengenalan teknologi kemasan baru.

Pelaksanaan Pendampingan

Program pendampingan dilaksanakan melalui berbagai kegiatan, mulai dari edukasi dan pendampingan bagi UMKM dalam aspek desain kemasan hingga pemilihan bahan kemasan yang lebih baik serta strategi pemasaran yang efektif. Proses *re-branding* kemasan dilakukan dengan memperbarui desain agar lebih menarik, informatif, dan sesuai dengan preferensi konsumen. Untuk mengukur keberhasilannya, dilakukan evaluasi melalui survei dan uji pasar guna memahami dampak perubahan kemasan terhadap respons konsumen dan peningkatan daya saing produk. Selain itu, program ini juga mencakup monitoring dan pendampingan berkelanjutan agar UMKM dapat menerapkan perubahan secara mandiri dan terus mengembangkan produknya di pasar. Dengan pendekatan ini, diharapkan UMKM mampu meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasarnya secara lebih efektif.

Uji Proksimat Produk Jus Kweni

Pendampingan dilakukan dengan membantu analisis uji kandungan nutrisi jus kweni. Berdasarkan hasil survei dan wawancara, diketahui bahwa selama ini UMKM Indira House belum mengetahui kandungan nutrisi produk kweni yang mereka produksi. Dengan melakukan

uji nutrisi jus kweni ini diharapkan dapat memberikan informasi kandungan nutrisi (proksimat) kepada konsumen. Uji nutrisi yang dilakukan terdiri dari uji kadar air, karbohidrat, lemak, protein, dan mineral. Hasil pengujian proksimat pada produk jus kweni menunjukkan berbagai komposisi kandungan nutrisi yang terkandung dalam produk tersebut dapat dilihat pada Tabel 2.

Kandungan air pada jus kweni mencapai 83,9%. Angka ini menunjukkan bahwa mayoritas komposisi jus kweni adalah air, yang mencerminkan karakteristik umum dari banyak produk jus buah. Kandungan air yang tinggi dalam jus sangat penting karena memberikan kesegaran dan hidrasi bagi konsumen. Selain itu, tingginya kandungan air juga mempengaruhi tekstur dan kekentalan jus, yang umumnya diharapkan ringan dan menyegarkan. Namun, kandungan air yang tinggi juga berarti bahwa jus kweni memiliki umur simpan yang terbatas dan memerlukan penyimpanan yang baik untuk mencegah pertumbuhan mikroorganisme yang dapat merusak kualitas jus (Sjarif 2018).

Kandungan karbohidrat dalam jus kweni adalah 15,4%. Karbohidrat dalam jus buah terutama terdiri dari gula alami seperti fruktosa, glukosa, dan sukrosa, yang memberikan rasa manis alami pada jus. Karbohidrat adalah sumber energi utama bagi tubuh, dan keberadaan karbohidrat dalam jus kweni menjadikan minuman ini sebagai sumber energi yang cepat dan mudah dicerna (Veldhorst *et al.* 2010).

Kandungan abu dalam jus kweni adalah 0,10%. Kandungan abu ini mencerminkan jumlah mineral yang tersisa setelah proses pembakaran sampel jus. Meskipun jumlahnya kecil, keberadaan abu menunjukkan bahwa jus kweni mengandung mineral esensial yang bermanfaat bagi kesehatan. Mineral ini bisa meliputi kalsium, fosfor, kalium, dan elemen lainnya yang penting untuk berbagai fungsi biologis tubuh (Soetan *et al.* 2010). Namun, rendahnya kandungan abu juga berarti bahwa jus kweni mungkin bukan sumber utama mineral dan harus dilengkapi dengan asupan dari makanan lain. Hasil pengujian

Tabel 2 Hasil pengujian proksimat pada produk jus kweni

Parameter	Hasil (%)
Air	83,90
Karbohidrat	15,40
Lemak	00,60
Abu	00,10
Protein	00,00

menunjukkan bahwa kandungan protein dalam jus kweni adalah 0%. Ini berarti jus kweni tidak mengandung protein yang signifikan. Tidak-hadiran protein dalam jus kweni mungkin tidak menjadi masalah besar karena jus buah umumnya tidak dikenal sebagai sumber protein. Konsumen yang mengonsumsi jus kweni diharapkan memperoleh asupan protein dari sumber makanan lain seperti daging, kacang-kacangan, atau produk susu.

Kandungan lemak dalam jus kweni adalah 0,60%. Meskipun rendah, keberadaan lemak dalam jus ini penting karena lemak berperan dalam memberikan rasa dan tekstur pada jus. Lemak juga berfungsi sebagai media pembawa bagi vitamin larut lemak seperti vitamin A, D, E, dan K (Sumartini dan Hasibuan 2023). Meskipun demikian, kandungan lemak yang rendah menjadikan jus kweni sebagai pilihan minuman yang sehat, terutama bagi konsumen yang ingin menjaga asupan lemak mereka tetap rendah.

Perbaikan Kemasan

Perbaikan kemasan pada produk jus kweni UMKM Indira House di Kabupaten Bogor mencakup berbagai aspek yang penting untuk meningkatkan daya tarik, fungsi, dan kegunaan produk di pasar. Perbaikan kemasan, dengan fokus pada visual, warna, tipe huruf, labeling dan informasi, keunikan, dan fungsionalitas. Pendampingan perbaikan kemasan produk jus kweni UMKM Indira House menghasilkan perubahan kemasan yang jauh berbeda dari kemasan sebelumnya. Gambar 4 menunjukkan perubahan kemasan produk jus kweni UMKM Indira House yang mencakup beberapa aspek utama, seperti bahan kemasan, label, dan desain visual. Sebelumnya, jus dikemas dalam botol dengan label sederhana yang kurang menonjolkan

identitas produk. Setelah dilakukan pendampingan, kemasan mengalami perubahan signifikan dengan penggunaan botol yang lebih seragam dan label yang lebih menarik serta informatif. Warna dan desain label diperbarui agar lebih profesional, mencerminkan kualitas produk, serta memuat informasi yang lebih jelas bagi konsumen. Perubahan ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik produk di pasar dan memperkuat branding UMKM Indira House.

Untuk memastikan bahwa pendampingan perbaikan kemasan pada produk jus kweni UMKM Indira House berdampak pada persepsi konsumen, maka pihak pendamping melakukan survei tentang penilaian terhadap kemasan sebelum dan sesudah pendampingan. Survei diberikan kepada konsumen sebanyak 30 orang, konsumen diminta mengamati kemasan jus kweni sebelum dan sesudah pendampingan. Hasil survei dapat dilihat pada Gambar 5. Berdasarkan data penilaian konsumen terhadap kemasan sebelum dan sesudah pendampingan UMKM Indira House, terjadi peningkatan yang signifikan pada berbagai aspek penilaian.

• Visual

Desain visual kemasan adalah elemen pertama yang diperhatikan oleh konsumen saat berinteraksi dengan produk. Visual yang menarik dapat memikat perhatian konsumen di rak toko dan membedakan produk dari pesaing. Desain yang estetik dan sesuai dengan citra merek dapat memberikan kesan profesional dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk (Silayoi dan Speece 2007). Nilai rata-rata untuk visual kemasan sebelum pendampingan adalah 3,8 sedangkan sesudah pendampingan adalah 4,2. Perbaikan visual pada kemasan memberikan dampak positif yang signifikan.

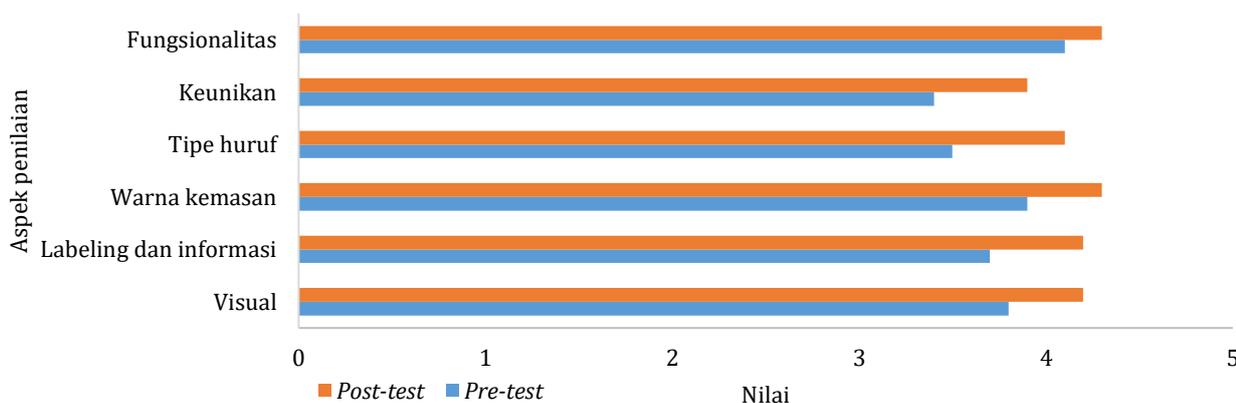


a



b

Gambar 4 a) Desain produk sebelum dikembangkan dan b) Desain produk setelah dikembangkan.



Gambar 5 Penilaian terhadap kemasan sebelum dan sesudah pendampingan.

Dengan desain yang lebih menarik dan estetik, konsumen lebih tertarik pada produk. Peningkatan skor dari 3,8 menjadi 4,2 menunjukkan bahwa visual kemasan baru lebih mampu menarik perhatian dan memuaskan konsumen.

• Warna

Pemilihan warna yang tepat dalam desain kemasan dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap produk. Warna-warna yang cerah dan menyegarkan seperti hijau, kuning, atau oranye sering digunakan untuk produk jus buah karena mencerminkan kesegaran dan kelezatan rasa buah-buahan. Warna juga dapat digunakan sebagai bagian dari branding untuk membedakan produk dari kompetitor (Silayoi & Speece 2007). Penggunaan warna yang lebih cerah dan menarik setelah pendampingan meningkatkan daya tarik visual kemasan. Warna yang mencerminkan kesegaran jus kweni dapat menarik perhatian lebih banyak konsumen di rak toko. Skor peningkatan dari 3,9 menjadi 4,3 menunjukkan bahwa konsumen merespon positif perubahan warna pada kemasan.

• Tipe Huruf

Ketika memilih tipe huruf untuk labeling produk, penting untuk memilih yang mudah dibaca dan mudah dipahami oleh konsumen. Tipe huruf yang jelas dan berukuran memadai akan meningkatkan kemudahan dalam membaca informasi produk di kemasan, sehingga konsumen dapat dengan cepat mendapatkan informasi yang mereka perlukan (Silayoi & Speece 2007). Tipe huruf yang lebih jelas dan mudah dibaca setelah pendampingan meningkatkan kenyamanan konsumen dalam membaca informasi pada kemasan. Peningkatan skor dari 3,5 menjadi 4,1 menunjukkan bahwa

konsumen menghargai kemudahan membaca yang ditawarkan oleh kemasan baru.

• Labeling dan Informasi

Informasi yang diberikan pada kemasan harus lengkap, akurat, dan mudah dimengerti oleh konsumen. Hal ini mencakup informasi nutrisi, tanggal kadaluarsa, petunjuk penyimpanan, serta bahan-bahan yang digunakan. Label yang informatif membantu konsumen membuat keputusan yang lebih cerdas terkait pembelian produk, terutama bagi mereka yang peduli terhadap gizi dan Kesehatan (Campos *et al.* 2011). Labeling dan informasi pada kemasan yang lebih jelas dan lengkap memberikan nilai tambah bagi konsumen. Informasi nutrisi, petunjuk penyimpanan, dan tanggal kadaluarsa yang lebih terperinci membantu konsumen membuat keputusan yang lebih terinformasi. Skor meningkat dari 3,7 menjadi 4,2, menunjukkan bahwa konsumen merasa lebih puas dengan informasi yang disediakan.

• Keunikan

Kemasan yang unik dan berbeda dari produk sejenis dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Keunikan dalam desain kemasan bisa mencakup bentuk kemasan yang inovatif, penggunaan material yang ramah lingkungan, atau elemen tambahan seperti hologram atau atribut lain yang menarik perhatian konsumen. Kemasan memiliki peranan penting dalam bidang promosi, dalam hal ini kemasan berfungsi sebagai *silent sales person* (Dhameria & SAB 2014). Keunikan dalam desain kemasan membantu produk menonjol di antara pesaing. Peningkatan skor dari 3,4 menjadi 3,9 menunjukkan bahwa konsumen mulai melihat kemasan jus kweni sebagai sesuatu yang berbeda dan

menarik dibandingkan produk lain di pasar. Kemasan yang unik dan menarik dapat mensugesti konsumen sehingga dapat mendorong keputusan pembelian konsumen, serta meningkatkan penjualan pada produk (Pramesti *et al.* 2023).

• **Fungsional**

Kemasan yang fungsional adalah kemasan yang tidak hanya estetik tetapi juga praktis digunakan oleh konsumen. Fungsionalitas kemasan dapat mencakup kemudahan dalam membuka dan menutup, kemampuan untuk menghangatkan atau mendinginkan produk, serta kemasan yang dapat ditutup kembali untuk menjaga kesegaran produk setelah dibuka (Silayoi dan Speece 2007). Fungsionalitas kemasan yang lebih baik setelah pendampingan, seperti kemudahan dalam membuka dan menutup, serta kemampuan menjaga kesegaran jus setelah dibuka, memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik. Skor meningkat dari 4,1 menjadi 4,3, menunjukkan bahwa konsumen menghargai peningkatan fungsionalitas pada kemasan baru.

Implikasi dan Manfaat Pendampingan Perbaikan Kemasan

Perbaikan kemasan yang baik memiliki potensi untuk memberikan beberapa manfaat strategis bagi produk Jus Kweni UMKM Indira House, yaitu pertama penarikan konsumen, desain kemasan yang menarik dapat menarik lebih banyak konsumen untuk memilih produk ini di antara pilihan lain di pasar. Desain produk jus kweni UMKM Indira House yang lebih menarik dan estetik dapat menarik perhatian lebih banyak konsumen. Kedua penguatan citra merek, kemasan yang konsisten dengan nilai dan citra merek akan membantu membangun kesadaran merek yang kuat di mata konsumen. Peningkatan pada berbagai aspek kemasan membantu memperkuat citra merek di mata konsumen. Ketiga diferensiasi dari kompetitor, kemasan yang unik dapat membantu produk berbeda dari pesaing, membedakan dan menonjol di rak toko. Dengan kemasan yang lebih

menarik dan fungsional, potensi peningkatan penjualan semakin besar. Keempat penyampaian informasi yang efektif, labeling yang jelas dan informatif dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan membantu mereka membuat keputusan pembelian yang lebih baik. Labeling yang jelas dan informatif terkait kandungan nutrisi jus kweni UMKM Indira House meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk.

Dengan demikian, pendampingan dalam perbaikan kemasan telah berhasil meningkatkan kualitas dan daya saing produk jus kweni Indira House di pasar. Untuk memaksimalkan manfaat dari perbaikan kemasan, Jus Kweni pada UMKM Indira House perlu terus memantau umpan balik konsumen, tren desain kemasan, dan praktik terbaik industri.

Pemasaran Produk

Pendampingan yang dilakukan terhadap UMKM *Indira House* di Kabupaten Bogor berfokus pada dua aspek utama: perbaikan kemasan dan uji kandungan nutrisi. Kedua aspek ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas produk, daya tarik, dan kepercayaan konsumen, yang pada akhirnya akan meningkatkan penjualan. Pemasaran produk dilakukan dengan beberapa strategi, meliputi pemberian sampel gratis, strategi *direct marketing* atau penjualan langsung dalam *event Student Entrepreneur Expo 2023*, serta kerjasama dengan mitra Sobatani Cafe dan dianalisis dalam kurun waktu November 2023–Januari 2024. Pendampingan ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan melalui peningkatan kualitas kemasan dan kejelasan informasi nutrisi. Pendampingan ini memberikan dasar yang kuat bagi UMKM Indira House untuk terus mengembangkan produknya dan meningkatkan daya saing di pasar. Dengan strategi pemasaran yang tepat dan peningkatan kualitas produk yang berkelanjutan, diharapkan penjualan dan kepuasan konsumen akan terus meningkat di masa depan. Data penjualan menunjukkan hasil yang positif dapat dilihat pada Tabel 3.

Data menunjukkan adanya fluktuasi

Tabel 3 Penjualan produk UMKM Jus Kweni Indira House

Bulan	Harga Jual	Jumlah Terjual	Total Pendapatan
November 2023	12.000	19	228.000
Desember 2023	12.000	14	168.000
Januari 2024	12.000	18	216.000
	Total		612.000

penjualan bulanan. Peningkatan penjualan di bulan Januari dibandingkan Desember dapat membuktikan bahwa konsumen mulai kembali berbelanja setelah periode liburan. Penjualan yang tidak konsisten juga menandakan bahwa strategi pemasaran dan promosi perlu disesuaikan untuk mengatasi musim rendah pembelian. Harga satuan tetap stabil di Rp 12.000 sepanjang periode ini. Stabilitas harga ini penting untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dan menarik pelanggan baru, terutama dalam pasar yang sensitif terhadap harga. Penjualan mencapai 19 pcs dengan total pendapatan Rp 228.000. Ini menunjukkan bahwa ada minat awal yang baik dari konsumen terhadap produk dengan kemasan baru. Terjadi penurunan penjualan menjadi 14 pcs dengan total pendapatan Rp 168.000. Penurunan ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk musim liburan dimana konsumen mungkin lebih fokus pada pengeluaran untuk keperluan lain. Penjualan kembali meningkat menjadi 18 pcs dengan total pendapatan Rp 216.000. Peningkatan ini menunjukkan bahwa setelah periode liburan, minat konsumen terhadap produk mulai pulih, dan kemasan baru mulai memberikan dampak positif.

Monitoring dan Evaluasi Kegiatan

Monitoring dan evaluasi merupakan bagian yang penting dalam sebuah program. Monitoring dilaksanakan untuk memantau kemajuan agar berjalan sesuai rencana, sementara evaluasi dilakukan untuk menilai dan mengidentifikasi kekurangan yang terjadi agar dapat diperbaiki. Berdasarkan perencanaan dan pelaksanaan yang telah dilakukan, dilakukan monitoring terhadap beberapa aspek, yaitu:

- Pengujian nilai gizi produk: pengujian nilai gizi produk telah dilakukan sesuai dengan rencana. Hasil pengujian menunjukkan bahwa produk jus Kweni memiliki kandungan gizi yang baik seperti adanya karbohidrat, lemak, dan mineral (kalsium, fosfor, kalium), serta kandungan air yang cukup untuk menghidrasi.
- Penerapan strategi *direct marketing*: strategi *direct marketing* telah diterapkan melalui kegiatan penjualan langsung dalam event Student Entrepreneur Expo 2023 dan melalui mitra Sobatani Cafe. Kegiatan ini telah menghasilkan penjualan produk yang baik dan menunjukkan efektivitas strategi *direct marketing*.
- Penerapan strategi pemberian sampel: Strategi ini dilakukan dengan memberikan

sampel secara gratis dan menunjukkan reaksi positif dari banyak orang.

Evaluasi terhadap hasil strategi, dilakukan survei kepada 30 responden yang merupakan konsumen dari produk Jus Kweni. Hasil survei menunjukkan bahwa:

- Visual: nilai rata-rata untuk visual dari kemasan baru adalah 4.2 yang berarti kemasan baru dapat lebih menarik perhatian customer.
- Warna: nilai rata-rata untuk warna sebesar 4.3 yang berarti kegiatan pendampingan meningkatkan daya tarik dari segi warna
- Tipe huruf: nilai rata-rata untuk tipe huruf sebesar 4.1 yang berarti model atau tipe huruf yang digunakan lebih jelas dan menarik
- Labeling dan informasi: nilai rata-rata untuk labeling sebesar 4.2 yang berarti konsumen merasa lebih puas dengan informasi yang disediakan karena lebih lengkap
- Keunikan: nilai rata-rata untuk keunikan sebesar 3.9 yang berarti produk berbeda dan unik dibanding produk serupa lainnya.
- Fungsional: nilai rata-rata untuk fungsional sebesar 4.3 yang berarti konsumen menghargai peningkatan fungsionalitas pada kemasan baru.
- Harga produk: Harga yang stabil pada harga Rp 12.000 penting untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dan menarik pelanggan baru, terutama dalam pasar yang sensitif terhadap harga.

Dampak Kegiatan dan Upaya Keberlanjutan Program

Dampak kegiatan dari adanya program pendampingan menunjukkan hasil yang lebih baik dari sebelum pendampingan, seperti perbaikan desain kemasan melalui peningkatan nilai visual, warna, labelling, dan bertambahnya informasi nilai gizi pada produk. Program pendampingan UMKM dapat dilakukan kepada berbagai produk lain agar meningkatkan daya tarik serta pendapatan UMKM.

SIMPULAN

Secara keseluruhan, pendampingan ini berhasil dalam beberapa aspek penting diantaranya terjadi peningkatan penilaian konsumen terhadap berbagai aspek kemasan, mulai dari visual, labeling, warna, hingga fungsionalitas. Hal Ini menunjukkan bahwa

perbaikan kemasan diterima dengan baik oleh konsumen dan meningkatkan daya tarik produk. Penjualan yang lebih stabil, meskipun ada fluktuasi bulanan, tren penjualan menunjukkan bahwa produk dengan kemasan baru mampu menarik minat konsumen. Penjualan yang meningkat di bulan Januari setelah penurunan di bulan Desember mengindikasikan potensi pertumbuhan penjualan yang lebih stabil ke depan. Kepercayaan dan loyalitas konsumen, informasi nutrisi yang jelas dan kemasan yang fungsional membangun kepercayaan konsumen, yang penting untuk pembelian ulang dan loyalitas jangka panjang. Daya saing di pasar, dengan kemasan yang lebih menarik dan informasi yang lebih jelas, jus kweni Indira House mampu bersaing lebih baik di pasar, meningkatkan visibilitas dan potensi penjualan. Pendampingan ini memberikan dasar yang kuat bagi UMKM Indira House untuk terus mengembangkan produknya dan meningkatkan daya saing di pasar. Dengan strategi pemasaran yang tepat dan peningkatan kualitas produk yang berkelanjutan, diharapkan penjualan dan kepuasan konsumen akan terus meningkat di masa depan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Direktorat Pengembangan Masyarakat Agromaritim, *Agribusiness and Technology Park*, UMKM Indira House, Program OVOC *Product Development*, serta seluruh tim kegiatan yang telah berpartisipasi dan berkontribusi untuk kelancaran dan penyelesaian kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyanti ME. 2018. Pentingnya kemasan terhadap penjualan produk perusahaan. *Sosio e-kons.* 10(1): 20-27. <http://dx.doi.org/10.30998/sosioekons.v10i1.2223>
- Campos S, Doxey J, Hammond D. 2011. Nutrition labels on pre-package food: a systemic review. *Journal of Public Health Nutrition.* 14(8): 1496-506. <https://doi.org/10.1017/S1368980010003290>
- Dhameria V, SAB. 2014. Analisis pengaruh keunikan desain kemasan produk, kondusivitas *store environment*, kualitas display produk terhadap Keputusan pembelian impulsive: studi pada pasaraya sri ratu pemuda semarang. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia.* 13(1):1-44.
- Hasanah U, Pambudi BS. 2023. Pengaruh kemasan dan label terhadap keputusan pembelian. *Co-Value: Jurnal Ekonomi, Koperasi & Kewirusahaan.* 14(6). <https://doi.org/10.59188/covalue.v14i6.3903>
- Iriani ES, Said EG, Suryani A, Setyadjid. 2005. Pengaruh konsentrasi penambahan pektinase dan kondisi inkubasi terhadap rendemen dan mutu jus mangga kuini (*Mangifera odorata* Griff.). *Jurnal Pascapanen.* Vol 2(1): 11-17.
- Ismail K, Rohmah M, Putri DAP. 2023. Peranan UMKM dalam penguatan ekonomi Indonesia. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan dan Ilmu Ekonomi Akuntansi.* 7(2): 208-217. <https://doi.org/10.31851/neraca.v7i2.14344>
- Pramesti RD, Anggarini A, Salma L, Postha LSAKR. 2023. Pengaruh penggunaan warna pada desain kemasan makanan khas daerah terhadap persepsi konsumen. *Seminar Nasional Inovasi Vokasi.* 2(1): 174-180.
- Rivai AA. 2022. Wadah UMKM kemenkeu, aplikasi model satu paket kemudahan sistem untuk kesejahteraan bangsa. [Internet]. Tersedia pada: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/15199/Wadah-UMKM-KEMENKEU-Aplikasi-Model-Satu-Paket-Kemudahan-Sistem-Untuk-Kesejahteraan-Bangsa.html>
- Silayoi P, Speece M. 2007. The importance of packaging attributes: a conjoint analysis approach. *European Journal of Marketing.* 41(11/12): 1495-1517. <https://doi.org/10.1108/03090560710821279>
- Sjarif SR. 2018. Pengaruh konsentrasi sari buah mangga kuwini terhadap kualitas permen keras. *Jurnal Penelitian Teknologi Industri.* 10(2): 59-68. <https://doi.org/10.33749/jpti.v10i2.4336>
- Soetan KO, Olaiya CO, Oyewole OE. 2010. The importance of mineral elements for humans, domestic animals and plants-A review. *African Journal of Food Science.* doi: 10.5897/AJFS.9000287

- Sumartini, Hasibuan NE. 2023. *Teknologi Minyak dan Lipid Hasil Laut*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Veldhorst MAB, Westerterp KR, Vught AJAH, Westerterp-Plantenga MS. 2010. Presence or absence of carbohydrates and the proportion of fat in a high-protein diet affect appetite suppression but not energy expenditure in normal-weight human subjects fed in energy balance. *British Journal of Nutrition*. <https://doi.org/10.1017/S0007114510002060>
- Winokan GN, Koapaha T, Lamaega J. 2022. Pengaruh pencampuran gum arab terhadap karakteristik sensoris dan kimia fruit leather mangga kweni (*Mangifera odorata* Griff.). *Jurnal Teknologi Pertanian*. 13(2): 68-79. <https://doi.org/10.35791/jteta.v13i2.50344>
- Wong KC, Ong CH. 1993. Volatile components of the fruits of Bachang (*Mangifera foetida* Lour) and Kweni (*Mangifera odorata* Griff.). *Journal Flavour and Fragrance*. 8(2): 147-151. <https://doi.org/10.1002/ffj.2730080305>