

LAPORAN TUGAS AKHIR

INOVASI DESAIN KEMASAN PRODUK WEDANG UWUH DI P4S X KABUPATEN KULON PROGO PROVINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Oleh:

Leony
03.05.21.0196



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS HORTIKULTURA
JURUSAN PERTANIAN
POLITEKNIK PEMBANGUNAN PERTANIAN YOGYAKARTA
MAGELANG KEMENTERIAN PERTANIAN
2025

INOVASI DESAIN KEMASAN PRODUK WEDANG UWUH
DI P4S X KABUPATEN KULON PROGO PROVINSI DAERAH ISTIMEWA
YOGYAKARTA

Oleh:
Leony

Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk merancang desain kemasan yang sesuai dengan produk wedang uwuh dan mengetahui preferensi konsumen terhadap desain kemasan produk wedang uwuh yang akan dipilih oleh konsumen. Penelitian ini dilakukan pada bulan Oktober 2024-Juni 2025. Penentuan lokasi penelitian menggunakan *purposive sampling* atau secara sengaja dengan pertimbangan tertentu yaitu di P4S X Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta. Metode penelitian menggunakan *mixed method*, yang terdiri dari pendekatan *Focus Group Discussion* (FGD) untuk merancang desain, serta analisis konjoin menggunakan bantuan *software* SPSS untuk menganalisis preferensi konsumen terhadap atribut kemasan. Hasil FGD diperoleh desain akhir kemasan dengan logo dan merek yang telah disesuaikan dengan identitas P4S X. Dari 9 kombinasi stimuli atribut kemasan, responden paling menyukai kemasan dengan bentuk persegi panjang, warna merah, kuning, biru, isi 5 pcs, serta informasi produk komposisi, cara konsumsi, *expired date*, berat bersih, dan identitas produsen. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen menerima adanya kenaikan harga sebagai konsekuensi dari kemasan yang lebih baik dan ramah lingkungan. Inovasi ini diharapkan dapat meningkatkan daya tarik produk, memperluas pasar, serta memperkuat citra produk wedang uwuh sebagai minuman herbal tradisional yang berkualitas.

Kata Kunci: Analisa Konjoin, Inovasi Kemasan, Preferensi Konsumen Wedang Uwuh,

*INNOVATIVE PACKAGING DESIGN OF WHEAT UWUH PRODUCTS
IN P4S X KULON PROGO REGENCY, PROVINCE OF THE SPECIAL REGION OF
YOGYAKARTA*

*By:
Leony*

Abstract

This research aims to design a packaging design that is in accordance with wedang uwuh products and find out consumer preferences for the packaging design of wedang uwuh products that will be chosen by consumers. This research was conducted in October 2024-June 2025. The determination of the research location was using purposive sampling or deliberately with certain considerations, namely in P4S X Kulon Progo Regency, Special Region of Yogyakarta. The research method used a mixed method, consisting of a Focus Group Discussion (FGD) approach to design the design, as well as a conjoined analysis using the help of SPSS software to analyze consumer preferences for packaging attributes. The results of the FGD were obtained from the final design of the packaging with a logo and brand that had been adjusted to the identity of P4S X. Of the 9 combinations of stimuli of packaging attributes, respondents liked the packaging with a rectangular shape, red, yellow, blue, the contents of 5 pcs, as well as information on product composition, how to consume, expired date, net weight, and manufacturer identity. The results of the analysis also show that most consumers accept the price increase as a consequence of better and more environmentally friendly packaging. This innovation is expected to increase product attractiveness, expand the market, and strengthen the image of wedang uwuh products as a quality traditional herbal drink. Keywords: Packaging innovation, beverage consumption, consumer preferences, analysis.

Keywords: Konjoin Analysis, Packaging Innovation, Consumer Preferences Wedang Uwuh

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
DAFTAR PUBLIKASI.....	iv
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	v
RIWAYAT HIDUP	vi
MOTO	vii
PERSEMBAHAN	vii
Intisari	viii
<i>Abstract</i>	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Tujuan Masalah	2
D. Batasan Masalah.....	2
E. Manfaat	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	4
A. Landasan Teori.....	4
B. Kerangka Berpikir.....	9
C. Definisi Operasional.....	10
BAB III METODE PENELITIAN.....	11
A. Waktu dan Tempat	11
B. Metode Penelitian.....	11
C. Teknik Pengambilan Data	11
D. Teknik Pengumpulan Data	12
E. Metode Analisis Data.....	12
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	16
A. Hasil dan Pembahasan.....	16
1. Gambaran Umum Produk Wedang Uwuh	16

2.	Perancangan Desain Kemasan	17
3.	Reduksi Stimuli Terhadap Kajian.....	20
4.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	23
5.	Karakteristik Responden.....	23
6.	Tingkat Penerimaan Responden Terhadap Stimuli Kemasan.....	29
7.	Nilai Kegunaan dan Kepentingan Atribut Kemasan.....	30
8.	Nilai Korelasi Hasil Konjoin	32
B.	Implementasi	33
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		34
1.	Kesimpulan	34
2.	Saran.....	34
DAFTAR PUSTAKA		35
LAMPIRAN		38

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Tabel Atribut dan Level Preferensi Konsumen	13
Tabel 3. 2 Stimuli	14
Tabel 3. 3 Skala Likert	15
Tabel 3. 4 Interval Kelas.....	16
Tabel 4 1 Reduksi Stimuli	21
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas	23
Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan usia	23
Tabel 4 4 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	24
Tabel 4 5 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir	24
Tabel 4 .6 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	25
Tabel 4 7 Karakteristik responden berdasarkan pendapatan.....	25
Tabel 4 8. Karakteristik Pengetahuan Responden	26
Tabel 4 9 Tingkat penerimaan responden terhadap stimuli.....	29
Tabel 4 10 Nilai Kegunaan dan Kepentingan Atribut Kemasan	30
Tabel 4. 11 Nilai Korelasi Hasil Konjoin.....	32
Tabel 4. 12 Rencana Implementasi.....	33

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	9
Gambar 4. 1 Produk wedang uwuh	16
Gambar 4. 2 Tahapan FGD.....	17
Gambar 4. 3 Logo 1	17
Gambar 4. 4 Logo 2.....	17
Gambar 4. 5 Merek 1	18
Gambar 4. 6 Merek 2.....	18
Gambar 4. 7 Warna merah, kuning biru (gambar 1)	22
Gambar 4. 8 Warna orange, hijau, ungu (gambar 2)	22
Gambar 4. 9 Warna hitam putih (gambar 3).....	22

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara	38
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian	42
Lampiran 3. Data Kuesioner.....	45
Lampiran 4. Data Validitas.....	48
Lampiran 5. Uji Reliabilitas	49
Lampiran 6. Nilai Utilities.....	49
Lampiran 7. Nilai Kepentingan	50
Lampiran 8. Nilai Signifikasi	50
Lampiran 9. Surat Adopsi.....	51

DAFTAR PUSTAKA

- Afiyanti, Y. (2008). *Focus Group Discussion* (Diskusi Kelompok Terfokus) Sebagai Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 12(1), 58–62. <https://doi.org/10.7454/jki.v12i1.201>
- Annisa, N., Nasution, M. A., & Al Firah, A. F. (2023). Pengaruh Atribut Produk dan Informasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Pt. Trimitra Swadaya Medan. *Jurnal Bisnis Corporate*, 8(1), 67–77. <https://doi.org/10.46576/jbc.v8i1.3603>
- Anwar, A., & Supartiningsih, N. L. S. (2024). Analisis Konjoin untuk Mengukur Preferensi Konsumen Beras Di Kecamatan Mataram. *Jurnal Agrimansion*, 25(1), 37–49. <https://doi.org/10.29303/agrimansion.v25i1.1621>
- Baring, M. E., Kalangi, K. J., & Tiwow, H. A. L. (2024). Pengaruh Atribut Kemasan Terhadap Minat Beli *Cimory Yoghurt Squeeze* pada Konsumen Golden Pasar Swalayan Manado. *Zootec*, 44(1), 221–233. <https://doi.org/10.35792/zot.44.1.2024.55804>
- BPOM. (2018). Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 31 Tahun 2018 tentang Label Pangan Olahan. *Badan Pengawas Obat Dan Makanan*, 1–43.
- Budiman, W. R., & Apsari, D. (2020). Perancangan Identitas Visual Kemasan Dodol Cilenggang Khas Kota Tangerang Selatan. *e-Proceeding of Art & Design* 7(2), 1642–1650. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/artdesign/article/view/12613%0Ahttps://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/artdesign/article/download/12613/12353>
- Diansari, B. N., Ekhsonov, J., Syariel Ali, F., & Fauzan, F. (2024). Inovasi Desain Kemasan Teh Kemuning untuk Meningkatkan Daya Tarik dan Nilai Jual Produk. *Duta Abdimas*, 3(2), 57–63. <https://doi.org/10.47701/abdimas.v3i2.3860>
- El Chidtian, A. S. C. R., Swari, M. H. P., & Putra, C. A. (2023). Perancangan Desain Kemasan Wedang Jempol Bu Shobah untuk Meningkatkan Awareness di Kota Blitar. *Gestalt*, 5(1), 1–14. <https://doi.org/10.33005/gestalt.v5i1.136>
- Gunawan, E., Calista, H., Frite, P., Isfandriani, R., & Suwanto, K. M. (2022). Proses Perancangan Identitas Visual dan Desain Kemasan untuk Brand Verenice. *IMATYPE: Journal of Graphic Design Studies*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.37312/imatype.v1i1.5214>
- Hartati, A. S., & Suryaningsum, S. (2019). Pengadaan Usaha Wedang Uwuh dengan Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga sebagai Pengentas Kemiskinan. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 21(1), 24–31. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v21i1.6434>
- Herdiana, D. D., Utami, R., & Anandito, R. B. K. (2014). Kinetika Degradasi Termal Aktivitas Antioksidan pada Minuman Tradisional Wedang Uwuh Siap Minum. *Jurnal Teknosains Pangan*, 3(3), 44–53. <https://jurnal.uns.ac.id/teknosains-pangan/article/view/4662/4046>

- Istiqomah, A. D., Dewanti, A. A. P., Izzalqurny, T. R., & Firmansyah, R. (2022). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Jamu Tradisional (Handmade). *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics*, 2(1), 25–33.
- Ivan's, E., & Novita. (2022). Analisis Preferensi Konsumen pada Minyak Goreng Kemasan (Studi Kasus Di Kecamatan Purbolinggo Lampung Timur). *Jurnal Prodi Agribisnis*, 3(2), 31–42. <https://doi.org/10.56869/kaliagri.v3i2.411>
- Kusumawardhani, A., Ibad, I., Huda, C., Dirgatama, A., & Utomo, I. H. (2024). Inovasi Kemasan Sebagai Sarana Meningkatkan *Brand Image* Produk Mie Soun Desa Manjung , Klaten. *13*(1), 65–72. <https://doi.org/10.20961/semar.v13i1.74951>
- Lailam, T., & Murti, A. D. (2019). Pemberdayaan Perempuan Melalui Pengembangan Usaha Minuman Tradisional Wedang Uwuh di Desa Muntuk, Dlingo, Bantul, Yogyakarta. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 61–67. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v4i2.802>
- Mashadi, M., & Munawar, A. (2021). Pendampingan Pengembangan Kemasan Produk bagi UMKM Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 2(1), 115–120. <https://doi.org/10.37641/jadkes.v2i1.1402>
- Metekohy, E. Y., . F., . D., Nuraeni, Y., & Purwaningrum, E. (2022). Evaluasi dan Inovasi Desain Kemasan Produk Umkm Kota Depok – Jawa Barat. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 21(2), 158–171. <https://doi.org/10.32722/eb.v21i2.5223>
- Nst, K. A., & Nasution, S. (2022). Pengaruh Atribut Kemasan dan Kualitas Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian. *Hikmah*, 19(1), 50–63. <https://doi.org/10.53802/hikmah.v19i1.145>
- Nugroho, M. dan B. M. S. (2021). Analisis Preferensi Konsumen Rumah Tangga Terhadap Susu Cair Kemasan di Kecamatan Jaten Kabupaten Karanganya. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. <http://dx.doi.org/10.1016>
- Palupi, D. A., Lina, R. N., Susiloningrum, D., Sugiarti, L., Pratiwi, Y., Wijaya, H. M., Rahmawaty, A., Afifatul, S., Safitri, L. A., Caesary, C. D., & Nida, K. (2022). Pembuatan Wedang Uwuh Untuk Meningkatkan Imunitas Tubuh Bersama Pengurus Pkk Desa Jepang Kecamatan Mejobo Kudus. *Jurnal Pengabdian Kesehatan*, 5(3), 270–278. <https://doi.org/10.31596/jpk.v5i3.240>
- Permatasari, E. I., Rahmadianto, S. A., & Sukmaraga, A. A. (2021). Perancangan Logo Dan Desain Kemasan Cookye Cookies. *Jurnal Ilmiah Sains Dan Teknologi*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.33479/sb.v2i1.116>
- Purnomo, A. (2024). Pengembangan Inovasi Kemasan Untuk Meningkatkan Merek dan Keunggulan Kompetitif bagi Umkm Klanting Sumber Rezeki Teluk Pandan Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Pengabdian UMKM* 3, 72–76. <https://doi.org/10.36448/jpu.v3i2.61>
- Rahman, A. A., Ulya, R. P., Sinta, A. Y., & Bamban, J. R. (2024). Analisa Atribut Design Kemasan Pukis Brownies Menggunakan Analisa Konjoin dalam Mempengaruhi Preferensi Konsumen. *Jurnal Ilmu Teknik*, 1(4), 215–224. <https://doi.org/10.62017>
- Rico Elhando Badri, Cahyani Pratisti, & Anandha Sartika Putri. (2022). Pengembangan Inovasi Kemasan Produk untuk Meningkatkan Daya Tarik Umkm Wedang Jahe di Desa Sidodadi Asri. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 347–353. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v2i2.1268>

- Sarwono, J. (2022). Cara Menghitung Korelasi dan Regresi Linier Dengan SPSS. 1–168.
- Septiyadi, A. L., Made, I., & Dirgantara, B. (2021). Pengaruh Atribut Kemasan (Packaging) Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Kosmetik Emina. *Diponegoro Journal of Management*, 10(4), 1–14. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Sigarlaki, F. R., Rundengan, M. L., & Pandey, J. (2021). Analisis Pengaruh Atribut Kemasan terhadap Minat Beli Susu Cair Ultra Milk (Studi Kasus Pada Konsumen *Freshmart Express Airmadidi Superstore*). *Zootec*, 41(2), 433. <https://doi.org/10.35792/zot.41.2.2021.35973>
- Sinarsih, N. K., & Anton, S. S. (2022). Kajian Kimia Wedang Uwuh sebagai Minuman Kesehatan Herbal Tradisional. *Jurnal Yoga Dan Kesehatan*, 5(1), 1–13. <https://doi.org/10.25078/jyk.v5i1.833>
- Sucipto, S., Herdiana, Y. E. P., & Mustaniroh, S. A. (2016). Analisis Keterkaitan Atribut Kemasan Teh Siap Saji dan Etnik Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Teknik Industri*, 6(3). <https://doi.org/10.25105/jti.v6i3.1548>
- Suhardi, D. (2019). Optimalisasi Keterampilan Pembuatan Kemasan untuk Meningkatkan Pemasaran Produk pada Ukm Pembuat Tape Di Desa Cibeureum, Kabupaten Kuningan. *Empowerment : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(02), 116–128. <https://doi.org/10.25134/empowerment.v2i02.2105>
- Sukanto, D. S., et al. (2017). Issn 1411 – 4321. *Jurnal Bionature*, 18(2), 123–128.
- Utama, R., & Antonio, J. (2022). Analisis *Conjoint* terhadap Preferensi Konsumen pada Kemasan Minuman Kalamansi Siap Minum Di Kota Bengkulu. *Technologica*, 1(2), 51–59. <https://doi.org/10.55043/technologica.v1i2.47>
- Wulandari, N. G., & Patria, A. S. (2016). Kemasan Produk Memberikan Gambaran Singkat Tentang Kegunaan dan Kemampuannya Kepada Pembeli. Semakin Menarik Gambar Pada Kemasan, Maka Pembeli Akan Semakin Tertarik Untuk Melihat Produk Tersebut, Meskipun Tidak Perlu Membeli. *Jurnal Pendidikan Seni RupaSeni Rupa*, 4(02), 278–283. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/va/article/view/16142>