BAB II. PRODUK TEMULAWAK PT. LIONS JAYA DAN OPINI MASYARAKAT

II.1 Produk Minuman Temulawak PT. Lions Jaya

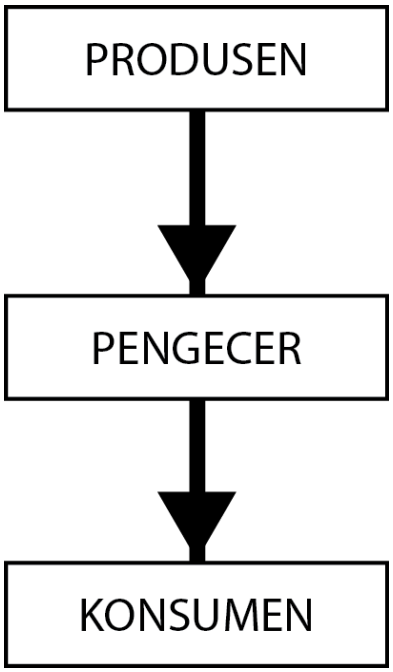
Temulawak adalah nama produk yang diproduksi oleh PT. Lions Jaya yang terletak di kota Bandung, Jawa Barat. Temulawak ini adalah minuman ber-*energy* dengan kemasan botol. Sesuai dengan nama produknya, minuman ini berbahan dasarkan dari tumbuhan herbal alami yang mengandung banyak khasiat untuk kesehatan dan kebugaran, yaitu tanaman temulawak.

Perusahaan PT Lions Jaya Indonesia berdiri pada tahun 1999, berawal dari bisnis turun temurun 3 orang kakak beradik yang membuat produk minuman temulawak yang berbahan dasarkan temulawak. Salah satu prouk yang di produksi oleh PT.Lions Jaya adalah jenis minuman ber-*energy*. PT. Lion Jaya saat ini berada tepatnya di Cibiru, Bandung, Jawa Barat.

Menurut penjual produk minuman Temulawak ini sendiri dijual dipasaran dengan harga Rp. 2000 perbotol dengan kandungan ini bersih 270 ml. Selain memproduksi minuman Temulawak PT. Lions Jaya pun memiliki beberapa *varian* produk yang lainnya, tetapi tetap dengan berbahan dasarkan tanaman temulawak yang mereka kelola. Minuman Temulawak yang diprouksi oleh PT. Lions Jaya adalah minuman kemasan botol yang masih diproduksi secara manual oleh tenaga manusia, dan tidak menggunakan mesin. PT. Lions Jaya ingin mempertahankan cita rasa tradisi yang sudah dilakukan secara turun temurun baik secara proses produksi, dan dengan citarasa tradisional Indonesia.

Produk Temulawak ini pertaman diproduksi pada tahun 1999 oleh PT. Loins Jaya selaku produsen, dengan kata lain produk Temulawak sudah ada sejak dulu dan bertahan cukup lama hingga saat ini. Meskipun berbahan dasarkan herbal alami, akan tetapi produk ini bukanlah jenis produk jamu. Hal ini disampaikan oleh pihak produsen yang menekankan bahwa produk Temulawak yang mereka produksi bukan jamu, akan tetapi adalah jenis minuman yang ber-*energy* yang memang berbahan dasarkan herbal dan alami.

Adapun alur distribusi dari produk Temulawak adalah sebagai berkut :



Gambar II.1 Jalur Distribusi Produk.
Sumber: Dokumen Pribadi (2016)

Dari bagan diatas dapat dilihat bahwa jalur pendistribusian minuman Temulawak berawal dari pabrik perusahaan selaku produsen, lalu turun langsung ke pihak kios-kios, toko atau warung sebagai pihak pengecer. Setelah itu barulah sampai ketangan pembeli selaku konsumen produk. Disini dapat dilihat alur pendistribusian produk Temulawak tidak melibatkan agen, atau pedagang besar sebagai pelaku pendistribusian produk, akan tetapi dari pihak produsen, ke pengecer, lalu langsung sampai ke tangan konsumen. Khusus untuk produk Temulawak ini hanya dapat ditemui ditempat olahraga saja, khusus nya gor olahraga futsal. Maka tidak heran jika produk sulit ditemui di toko, kios, atau warung biasa karena memang produk hanya dipasarkan di tempat-tempat olahraga.

II.2 Kemasan Produk Minuman Temulawak PT. Lions Jaya

Pada umumnya fungsi kemasan adalah untuk melindung produk dari faktor luar yang akan mengganggu atau merusak isi yang ada didalamnya. Sederhananya kemasan akan membuat produk bersih, higenis, dan jauh lebih aman. Akan tetapi jika mengacu pada sejarahnya, kemasan yang dulu bukan lagi sebagai kemasan yang hanya sekedar sebagai pengemas sebuah produk jika dilihat pada zaman sekarang. Bisa dikatakan kemasan pada zaman sekarang memiliki peranan ganda, sebagai pelindung dan sekaligus sebagai wajah dari produk itu sendiri.

Sebagai mana yang dituturkan Lye (2003) "Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, namun juga perlu untuk pemasaran. Kemasan yang efektif tidak hanya tergantung ukuran dan kekuatanya, tetapi juga faktor lain seperti desain kemasan." Peranannya yang krusial itulah yang menjadikan kemasan dapat menentukan kesuksesan dari sebuah produk tentunya dengan kemasan yang baik.

Untuk membuat kemasan yang baik maka harus ada beberapa komponen yang harus diperhatikan oleh sang pembuatnya sebagaimana seperti yang dituturkan oleh Simph (2003) "Desain kemasan terdiri dari berbagai komponen simbolik seperti warna, desain, bentuk, ukuran, material fisik, serta informasi pada label". Dan menurut Gaspersz (2003). "Kemasan produk yang baik dapat memberi peran cukup besar mempengaruhi konsumen untuk membeli produk. Pengaruh tersebut dapat berupa kesukaan dan kepuasan konsumen terhadap atribut kemasan produk. Kepuasan konsumen merupakan keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui produk yang dikosumsi".

Jadi dapat disimpulkan bahwa desain kemasan yang baik adalah desain kemasan yang sangat dirancang secara matang dalam artian memperhatikan setiap komponen yang terdapat pada sebuah kemasan baik dari bentuk, warna, ketahanan, kenyamanan, dan material yang dipilih untuk memuat kemasan tersebut.

Dalam kemasan Temulawak sendiri terdiri dari beberapa komponen yaitu kemasan botol kaca, dan label sebagai visual identitasnya. Untuk kemasan botol memiliki tinggi 18 cm, dengan diameter 3 cm. Material yang digunakan adalah botol jenis

kaca, yang memiliki kapasitas 270 ml. Untuk tutup botolnya sendiri menggunakan material plat besi yang berwarna kuning, namun pada tutup botol tersebut terkesan polos karena tidak terdapat identitas dari produk Temulawak. Untuk identitas yang terdapat pada kemasan Temulawak menggunakan label berbentuk oval dengan bahan material kertas HVS yang di temple begitu saja. Dan untuk komponen yang terdapat pada label tersebut diantaranya adalah terdapat keterangan dari dinas kesehatan yang menandakan bahwa produk tersebut sudah memiliki izin yang resmi.

Lalu terdapat identitas dari produsen yang bernama PT. Lions Jaya Bandung, lalu terdapat pula *headline* yang bertuliskan minuman segar rasa temulawak, namun *Headline* tersebut dirasa kurang cocok karena menyatakan salah satu dari rasa minuman, padahal tulisan pada *healine* adalah nama brand dari produk tersebut, bukan salah satu varian rasa.

Dalam label temulawak juga terdapat keterangan isi dari produk tersebut yaitu 270 ml. Lalu terdapat elemen grafis yang kurang jelas bertuliskan super. Pada lebel juga terdapat ilustrasi berupa gambar singa yang sedang membuka mulut namun tidak diketahui maksud dan tujuan dari ilustrasi tersebut. Dalam label juga terdapat keterangan konsumen untuk dewasa dan anak-anak. Dibawah keterangan konsumen terdapat keterangan kompsisi tentang kadar kandungan produk.

Dibawah kandungan komposisi juga terdapat khasiat dari temulawak. Dibawah keterangan khasiat terdapat keterangan KP No, namun keterangan tersebut dibiarkan kosong oleh produsen dan terdapat penegasasn yang bertuliskan awas tiruan dengan berwarna merah. Untuk warna yang digunakan padad label diantaranya adalah warna hitam sebagai *outline* pada label, dan warna putih pada bagian luar label, warna merah pada bagian tengah label, dan warna kuning sebagai warna dasar yang dominan pada bagian pusat label.

Berikut adalah tampilan dari kemasan Temulawak :



Gambar II.2 Kemasan Temulawak Tampak Depan
Sumber : Dokumen Pribadi (2016)

Tampilan kemasan botol Temulawak tampak depan secara keseluruhan dengan botol transparan dan terdapat label produk ditengah botol.



Gambar II.3 Kemasan Temulawak Tampak Prespektif Atas
Sumber : Dokumen Pribadi (2016)

Pada tampilan tampak atas prespektif terlihat bahwa tutup botol pada kemasan Temulawak hanya polos dan tidak terdapat keterangan identitas tentang produk maupun produsen.



Gambar II.4 Label Kemasan Temulawak
Sumber : Dokumen Pribadi (2016)

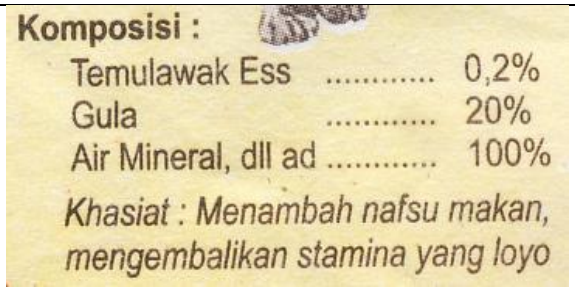
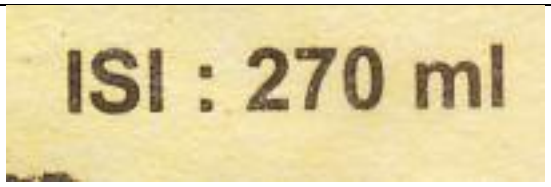
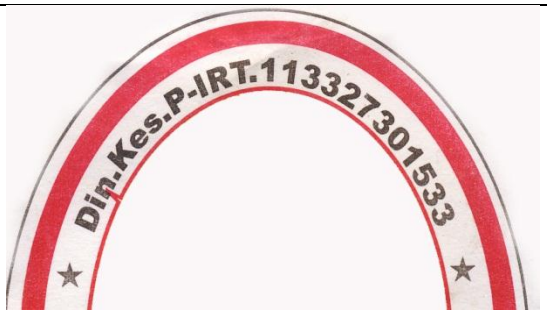
Tampilan label secara detail dengan bentuk oval, dengan dominan warna putih, kuning, merah pada label, dan apa beberapa elemen grafis berupa ilustrasi, typograpi, dan beberapa informasi penjelasan produk, no izin produk, dan pihak produsen produk.

II.2.1 Deskripsi Label Kemasan Produk Temulawak PT. Lions Jaya

Berikut adalah table yang akan menjelaskan detail elemen visual dari label kemasan produk Temulawak, dan keterangannya :

Tabel II.1 Keteranagan Detail Elemen Visual Label Produk
Sumber : Dokumen Pribadi (2016)

No	Elemen Visual	Keterangan
1		Ilustrasi berupa gambar singa yang sedang membuka mulut namun tidak diketahui maksud dan tujuan dari ilustrasi.
2		*Headline* yang dirasa kurang cocok karena menyatakan salah satu dari rasa minuman, padahal tulisan pada *Healine* adalah nama brand dari produk tersebut, bukan salah satu varian rasa.

3		Keterangan kompsisi tentang kandungan yang terdapat pada produk.
4		terdapat keterangan isi dari produk tersebut yaitu 270 ml.
5		Terdapat identitas dari produsen yang bernama PT. Lions Jaya Bandung
6		Keterangan dari dinas kesehatan menandakan bahwa produk tersebut sudah memiliki izin yang resmi.

II.3 Opini Masyarakat Terhadap Produk Temulawak & Kemasan

Penelitian dilakukan dengan metode *survey* wawancara kepada 10 konsumen. Penelitian dilakukan di beberapa titik gor olahraga futsal yang berada di kota Bandung dan Kabupaten Bandung yaitu di daerah Cibiru, Cileunyi, Sadang serang, dan jl. Soekarno-hatta. Penelitian dilakukan di tempat pusat olahraga futsal dengan

alasan karena produk hanya dijual di tempat tersebut. Kegiatan wawancara dilakukan dengan tujuan untuk mencari bagaimana tanggapan masyarakat terhadap kemasan produk Temulawak PT Lions Jaya yang beredar dipasaran. Adapun batasan tempat untuk kegiatan wawancara ini dilakukan didalam sebuah gor futsal, Adapun alasannya karena gor olahraga atau lapang futsal yang bersifat didalam ruangan menjadi salah satu tempat distribusi dimana produk dipasarkan, dijual, hingga sampai ditangan konsumen.

Adapun batasan waktu kegiatan wawancara dilakukan pada pukul 20.00 wib malam. Penentuan pemilihan waktu wawancara yang dilakukan didasari karena 20.00 wib dinilai sebagai waktu yang cocok karena pada waktu tersebut biasanya gor futsal sedang ramai-ramainya banyak pengunjung yang datang. Sehingga sangat membantu memperlancar berlangsungnya kegiatan wawancara.

Adapun kesimpulan dari hasil wawancara terkait produk Temulawak dan kemasannya yang telah dirangkum, dan berikut adalah hasil dari diwawancara berupa poin-poin sebagai berikut :

1. Sebelumnya tidak mengetahui produk Temulawak, dari segi rasa produk Temulawak tidak kalah dengan minuman rasa berenergi lainnya terutaman jika disajikan dalam kendisi dingin, segarnya terasa dengan harga yang relatif murah dan terjangkau. Dari segi kemasan produk Temulawak memiliki kemasan yang kurang baik terkesan seadanya.
2. Sebelumnya memang tidak tahu tentang minuman Temulawak, tahu semenjak rutin melakukan olahraga futsal dan ternyata disini menjual produk Temulawak. Produk Temulawak memiliki rasa yang enak dan segar jika disajiakan pada kondisi dingin. Akan tetapi dari segi kemasan produk terkesan seadanya dan mungkin bias dibilang ketinggalan zaman.
3. Sebelumnya sudah tahu tentang produk Temulawak dan sudah pernah mengkonsumsinya, dan konsumen tidak tahu ternyata produk Temulawak masih ada sampai saat ini. Dari segi rasa konsumen memberikan kesaksian bahwa dari zaman dulu pertaman mengkonsumsi hingga sampai saat ini cita rasa minuman temulawak tetap sama dan tidak berubah. Akan tetapi sangat disayangkan pengemasan produk masih terkesan seadanya.

4. Konsumen sebelumnya tidak tahu produk Temulawak dan mengaku baru pertama kali mengkonsumsinya itu pun saat proses wawancara. Menurutnya desain kemasan Temulawak dapat dikatakan masih kurang profesional, hal tersebut dapat dilihat dari label kemasan yang kurang jelas maksud dan tujuan kandungan visual yang terdapat pada label, dan label hanya dicetak dari kertas HVS biasa yang ditempel. Menurutnya itu dapat membuat konsumen berfikir bahwa produk tersebut tidak layak dan tidak meyakinkan secara fisik.
5. Menurut konsumen yang ke-5 sebelumnya memang sudah pernah mengkonsumsi produk Temulawak dan menurutnya rasanya tidaklah kalah dengan produk-produk minuman rasa lainnya yang sudah memiliki nama dipasar. Akan tetapi dari segi pengemasan produk sangat disayangkan masih terkesan seadanya, ketinggalan zaman, dan tidak mengikuti tren pasar saat ini.
6. Menurut konsumen ke-6 mengatakan bahwa sebelumnya memang belum pernah mengkonsumsi minuman Temulawak. Akan tetapi konsumen berpendapat bahwa jika ia sebagai konsumen lalu ditawari produk Temulawak dengan kemasan yang beredar dipasar saat inimungkin iya akan ragu untuk membelinya. Pendapat tersebut didasari oleh karena kemasan temulawak yang menurutnya kurang baik dan kurang dapat memberikan kepercayaan terhadap konsumen.
7. Konsumen ke-7 berpendapat bahwa sebelumnya memang sudah sering mengkonsumsi produk Temulawak. Akan tetapi iya hanya mengkonsumsi di saat ini sedang berada di lapang futsal, kios yang menjual procuk Temulawak. Menurutnya sangat disayangkan kemasan produk Temulawak kurang efisien dan fleksibel, karena kemasan produk Tidak bisa di bawa kemana-mana sesuai keinginan konsumen dan itu mengurangi tingkat kenyamanan konsumen saat mengkonsumsi produk.
8. Konsumen ke-8 sebelumnya belum pernah mengkonsumsi minuman Temulawak. Akan tetapi menurutnya ia jadi sering mengkonsumsi semenjak selalu rutin melakukan olahraga futsal, karena di tempat futsal tersebut menjual produk Temulawak. Menurutnya sangat disayangkan

wilayah distribusi produk Temulawak masih terbatas dan hanya ditempat-tempat tertentu, salah satunya tempat olahraga/ gor futsal.

9. Sebelumnya belum pernah mengkonsumsi produk Temulawak dan tidak tahu tentang keberadaan produk Temulawak. Menurutnya rasa minuman Temulawak enak, rasanya tidak kalah dengan produk yang sudah terkenal diluaran sana. Akan tetapi jiga dari segi kemasan menurutnya sangat disayangkan karena produk masih menampilkan kemasan yang terkesan kurang baik, dan kurang dapat meyakinkan konsumen terlihat dari label kemasan yang terbuat dari kertas yang dapat mudah dicopot, memperbesar kemungkinan produk mudah dipalsukan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.
10. Menurut Konsumen ke-10 sebelumnya ia pernah mengkonsumsi minuman Temulawak. Menurutnya dari segi rasa minuman Temulawak sangat enak dan segar jika disajikan dengan kondisi dingin. Akan tetapi jika dilihat dari segi kemasannya produk Temulawak masih kurang memiliki kemasan yang baik, kerena menurutnya kemasan yang kurang beik dari segi pemilihan material label, dan unsur visual yang ada pada label terkesan biasa saja, ketinggalan zaman, dan kurang mengikuti tren pasar saat ini yang lebih modern dari segi kemasannya. Sehingga kemasan kurang dapat menyampaikan informasi dan kurang dapat memberikan kepercayaan konsumen terhadap produk.

Dari beberapa kesimpulah hasil wawancara diatas, maka dapat disimpulkan bahwa ada beberapa konsumen yang berpendapat bahwa sebelumnya memang sudah tahu produk Temulawak, dan ada juga konsumen yang bependapat sebelumnya belumtahu dan belum pernah mengkonsumsi produk minuman Temulawak. Dan dari beberapa kesimpilan jawaban diatas banyak konsumen yang berpendapat bahwa desain kemasan produk Temulawak kurang professional, kurang menarik, dan terkesan seadanya terutama dari segi pemilihan material botol kaca sebagai material utama pada kemasan yang tidak bisa dibawa kemana-mana, dan label kemasan kurang menarik terksan ketinggalan zaman kurang mampu menyampaikan informasi tentang produk sehingga kemasan dianggap kurang

mampu memberikan kepercayaan terhadap konsumen. Dan juga kemasan dianggap tidak mengikuti tren pasar saat ini sehingga timbul kesan bahwa produk sudah ketinggalan zaman dibenak konsumen.

II.4 Analisis SWOT

Pada umumnya setiap sebuah bidang usaha memiliki pesaing atau kompetitornya masing-masing. Baik itu bidang usaha jasa maupun produk. Pada produk minuman Temulawak lions jaya sendiri memiliki koompetitor. Ada pun kompetitor untuk produk minuman Temulawak adalah produk minuman Panter. Antara produk Temulawak lions jaya dan Panter kedua nya sama-sama produk minuman rasa berenergi, juga keduanya sama-sama asli buatan Indonesia. Dan adapun beberapa perbandingan keunggulan dan kekurangan masing-masng dari kedua produk tersebut akan dipaparkan dalam penjelasan tabel sebagai berikut :

	Temulawak Lions Jaya	Panter
S	-Membangkitkan stamina yang loyo. -Memiliki banyak khasiat untuk kesehatan tubuh. -Berbahandasarkan alami dari tanaman temulawak.	-Kemasan lebih efisien bisa dibawa kemana-mana -Rasa segar energi berkabonasi.
W	-Kemasan botol mudah pecah. -Kemasan tidak bisa dibawa kemana-mana. -Label kemasan mudah rusak.	-Kemasan botol mudah pecah. -Kemasan tidak bisa dibawa kemana-mana. -Label kemasan mudah rusak.
O	-Produk dipasarkan di tempat-tempat khusus olahraga sehingga memiliki segmen pasar untuk orang-orang yang aktif berolahraga.	-Produk sudah terkenal dipasar sehingga sudah tidak asing lagi di masyarakat umum. -memiliki banyak varian rasa
T	-Visual kemasan kurang menarik sehingga dapat mengaki-batkan produk kurang diminati masyarakat	-Rasa minuman berkarbonasi lalu kuat -Aroma rasa minuman terlalu menyengat.

Tabel II.3 Analisis SWOT
Sumber: Dokumen pribadi (2017)

Pada tabel SWOT tersebut terdapat beberapa penjelasan dari produk minuman Temulawak lions jaya dan competitor yaitu produk minuman panter. Pada tabel tersebut dipaparkan beberapa penjelasan dari kedua produk diantaranya kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang nantinya penjelasan SWOT tersebut yang akan menjadi acuan untuk menentukan *unique salling point* dari produk minuman Temulawak lionsjaya.

II.5 Resume

Dari pemaparan diatas maka dapat disimpulkan bahwa produk Temulawak membutuhkan sebuah media yang dapat meningkatkan cirta produk kearah yang

lebih positif. Seperti yang diketahui sebelumnya produk Temulawak dianggap produk yang sudah ketinggalan zaman, dengan kemasan yang kurang mengikuti tren pasar saat ini.

Adapun beberapa masalah terkait kemasan produk Temulawak lions jaya iyalah kemasan produk dirasa kurang mengikuti tren pasar saat ini, mengingat pesatnya perkembangan sebuah kemasan sehingga banyak produk yang berinovasi dengan kemasannya dengan tujuan agar produk dapat lebih memikat konsumen dan pasar. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa jika produk Temulawak tidak mengikuti perkembangan kemasan di zaman modern saat ini maka produk akan sulit bersaing dengan kompetitor lainnya.

Semua ketertinggalannya itu baik dari segi tampilan label kemasan dan pemilihan material kemasan yang dapat disebut kurang baik, juga dari segi strategi pemasaran produk yang masih mempertahankan metodi lama yang tidak mengikuti tren saat ini yang lebih memanfaatkan media digital dan media sosial. Oleh karena itu hal ini dirasa penting dan dirasa memiliki manfaat dan dampak yang baik bagi produk untuk kedepannya agar produk Temulawak dapat terus bertahan dan bersaing dengan produk-produk yang lainnya. Hal ini dirasa sangat penting untuk keberlangsungan hidup produk dan perusahaan sebagai pihak produsen.

II.6 Solusi Masalah

Berdasarkan pemaparan diatas maka dapat disimpulkan terkait solusi masalah yang akan diajukan adalah merancang ulang desain kemasan produk Temulawak. Adapun alasan pemilihan media tersebuh didasari dari beberapa identifikasi masalah yang saat ini kemasan pada produk Temulawak dinilai sebagai masalah utama.

Maka dari itu pemilihan media tersebut didasari dengan tujuan untuk meningkatkan citra produk Temulawak kearah yang lebih positif dibenak konsumen, dan adapun tujuan lainnya agar produk Temulawak dapat tetap bertahan juga dapat lebih bersaing dengan produk-produk lainnya. Dengan perancangan media tersebut maka dapat diharapkan produk Temulawak dapat lebih diterima dipasar dan lebih diakui keberadaannya.