JEMSI: Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi
E-ISSN: 2686-5238
P-ISSN: 2686-4916
https://dinastirev.org/JEMSI dinasti.info@gmail.com +62 811 7404 455
DOI: https://doi.org/10.38035/jemsi.v7i5
https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/
Received: 2 Juni 2026 | **Revised:** 11 Juni 2026 | **Accepted:** 23 Juni 2026

Peningkatan Nilai Tambah Produk Minuman Tradisional melalui Desain Produk dan Standarisasi Proses Produksi Menggunakan Metode *Why–Why Analysis* (Studi Kasus pada Salah Satu UMKM Minuman Tradisional RW 7 Sunter Agung)

Agung Suprayitno[1], Suparyadi Suparyadi[2]
[1]Universitas Dian Nusantara, Jakarta, Indonesia, agung.suprayitno@dosen.undira.ac.id
[2]Universitas Dian Nusantara, Jakarta, Indonesia, suparyadi@dosen.undira.ac.id

Corresponding Author: agung.suprayitno@dosen.undira.ac.id[1]

Abstract: *Traditional beverage Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) have significant potential to support local economic growth; however, they still face several challenges that limit product value addition. This study aims to identify the root causes of low product value and propose improvements through product and packaging design development as well as the preparation of Standard Operating Procedures (SOPs) for production. The study employed a qualitative descriptive approach using a case study method at a traditional beverage MSME located in RW 7 Sunter Agung, North Jakarta. Data were collected through observation and interviews with the business owner and analyzed using the Why–Why Analysis method to determine the root causes of the problem. The results show that the MSME produces approximately 20–25 bottles per day or 500–600 bottles per month, with a selling price of IDR 5,000 per bottle. The main issues identified were the use of simple packaging without brand identity and adequate product information, as well as the absence of documented production SOPs. The analysis revealed that the root causes of low product value were suboptimal packaging design and the lack of production process standardization. Based on these findings, improvement proposals were developed, including more informative product and packaging designs and the preparation of SOPs covering raw material preparation, processing, packaging, and product storage. These recommendations are expected to serve as a reference for business owners in enhancing product value and supporting sustainable business development.*

Keyword: *Product Value-Added, Traditional Beverage MSMEs, Packaging Design, Production SOP, Why–Why Analysis.*

Abstrak: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) minuman tradisional memiliki potensi yang besar dalam meningkatkan perekonomian masyarakat, namun masih menghadapi berbagai kendala yang menyebabkan rendahnya nilai tambah produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi akar penyebab rendahnya nilai tambah produk minuman tradisional serta menyusun usulan perbaikan melalui pengembangan desain produk dan kemasan serta

penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP) produksi. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus pada salah satu UMKM minuman tradisional di RW 7 Sunter Agung, Jakarta Utara. Data diperoleh melalui observasi dan wawancara dengan pemilik usaha, kemudian dianalisis menggunakan metode Why–Why Analysis untuk menemukan akar penyebab permasalahan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM memiliki kapasitas produksi sekitar 20–25 botol per hari atau 500–600 botol per bulan dengan harga jual Rp5.000 per botol. Permasalahan utama yang ditemukan adalah kemasan produk yang masih sederhana tanpa identitas merek dan informasi produk yang memadai serta belum adanya SOP produksi yang terdokumentasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa akar penyebab rendahnya nilai tambah produk berasal dari belum optimalnya desain kemasan dan belum adanya standarisasi proses produksi. Berdasarkan temuan tersebut, penelitian menghasilkan usulan perbaikan berupa pengembangan desain produk dan kemasan yang lebih informatif serta penyusunan SOP produksi yang mencakup tahapan persiapan bahan baku, pengolahan, pengemasan, dan penyimpanan produk. Usulan perbaikan tersebut diharapkan dapat menjadi acuan bagi pelaku usaha dalam meningkatkan nilai tambah produk dan mendukung pengembangan usaha secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Nilai Tambah Produk, UMKM Minuman Tradisional, Desain Kemasan, SOP Produksi, Why–Why Analysis.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Keberadaan UMKM tidak hanya berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat, tetapi juga berperan dalam mendorong pengembangan produk berbasis potensi lokal. Salah satu jenis usaha yang berkembang di masyarakat adalah UMKM minuman tradisional yang memanfaatkan bahan baku alami dan rempah-rempah sebagai produk unggulan. Produk minuman tradisional memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan karena selain memiliki nilai ekonomi, juga mengandung nilai budaya yang menjadi bagian dari warisan kuliner Indonesia. Namun demikian, perkembangan usaha minuman tradisional masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam meningkatkan nilai tambah produk agar mampu bersaing dengan produk modern yang telah memiliki kemasan dan identitas produk yang lebih baik.

Nilai tambah merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi daya saing suatu produk. Produk yang memiliki nilai tambah tinggi umumnya memiliki kemampuan untuk memberikan manfaat yang lebih besar kepada konsumen, baik melalui kualitas produk, kemasan, informasi produk, maupun citra yang dibangun oleh produsen. Menurut Kotler dan Keller (2016), kemasan merupakan salah satu elemen pemasaran yang berfungsi tidak hanya sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media komunikasi yang mampu membentuk persepsi konsumen terhadap kualitas suatu produk. Oleh karena itu, kemasan yang dirancang dengan baik dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan nilai tambah dan daya tarik produk di pasar.

Peran kemasan dalam meningkatkan nilai tambah produk telah banyak dibuktikan melalui berbagai penelitian. Silayoi dan Speece (2007) menjelaskan bahwa atribut kemasan seperti desain visual, bentuk kemasan, dan informasi produk memiliki pengaruh terhadap persepsi konsumen dan keputusan pembelian. Penelitian Cousté, Martos-Partal, dan Martínez-Ros (2012) juga menunjukkan bahwa informasi dan klaim yang ditampilkan pada kemasan mampu memengaruhi sikap konsumen terhadap suatu merek serta meningkatkan minat pembelian. Selain itu, Marsh dan Bugusu (2007) menyatakan bahwa kemasan memiliki fungsi

yang lebih luas, yaitu sebagai sarana perlindungan produk, media informasi, serta alat pemasaran yang dapat meningkatkan nilai suatu produk di mata konsumen.

Pada sektor UMKM, pengembangan desain kemasan telah menjadi salah satu strategi yang banyak digunakan untuk meningkatkan nilai jual produk. Penelitian Kusnadi et al. (2024) menunjukkan bahwa perbaikan kemasan mampu meningkatkan nilai jual produk UMKM karena memberikan identitas yang lebih jelas dan meningkatkan daya tarik produk. Sementara itu, Uchyani dan Irianto (2016) menjelaskan bahwa perbaikan kemasan dapat membantu memperluas peluang pemasaran dan meningkatkan daya saing produk UMKM.

Perkembangan penelitian mengenai desain kemasan menunjukkan bahwa kebutuhan dan preferensi konsumen perlu menjadi pertimbangan dalam proses perancangan kemasan. Jatmiko, Kurniawan, dan Ma'arif (2023) menemukan bahwa desain kemasan yang dirancang berdasarkan kebutuhan konsumen mampu meningkatkan daya tarik produk dan memberikan kesan yang lebih positif terhadap produk yang ditawarkan. Hasil penelitian tersebut diperkuat oleh Harahap, Kurniawan, dan Fadlia (2024) yang menyatakan bahwa pengembangan kemasan berdasarkan preferensi konsumen dapat meningkatkan kualitas visual dan nilai produk. Selain itu, penelitian Okka, Zulfah, dan Stania (2024) menunjukkan bahwa desain kemasan yang memperhatikan aspek fungsional dan visual dapat memberikan nilai tambah yang lebih tinggi bagi produk pangan.

Selain desain produk dan kemasan, peningkatan nilai tambah produk juga dipengaruhi oleh kualitas proses produksi yang digunakan. Produk yang dihasilkan melalui proses yang terstandarisasi cenderung memiliki kualitas yang lebih konsisten dibandingkan produk yang dihasilkan tanpa adanya standar kerja yang jelas. Menurut Heizer, Render, dan Munson (2017), standarisasi proses merupakan salah satu elemen penting dalam manajemen operasional karena dapat membantu menciptakan konsistensi pelaksanaan pekerjaan, mengurangi variasi proses, dan mendukung kualitas produk yang dihasilkan. Pendapat tersebut diperkuat oleh Slack, Brandon-Jones, dan Johnston (2022) yang menjelaskan bahwa standarisasi proses kerja merupakan bagian penting dari upaya perbaikan berkelanjutan yang bertujuan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi proses produksi.

Salah satu bentuk standarisasi proses yang umum digunakan dalam kegiatan produksi adalah Standar Operasional Prosedur (SOP). SOP berfungsi sebagai pedoman kerja yang menjelaskan tahapan-tahapan pelaksanaan pekerjaan secara sistematis sehingga setiap aktivitas dapat dilakukan secara konsisten. Keberadaan SOP tidak hanya membantu menjaga kualitas proses produksi, tetapi juga mempermudah pengawasan dan pengendalian kegiatan produksi. Oleh karena itu, penyusunan SOP menjadi salah satu langkah penting dalam mendukung peningkatan kualitas dan nilai tambah produk pada UMKM.

Dalam upaya meningkatkan nilai tambah produk, diperlukan identifikasi terhadap penyebab utama permasalahan yang terjadi pada usaha. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi akar masalah adalah Why–Why Analysis. Menurut Liker (2021), Why–Why Analysis merupakan metode analisis akar masalah yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan "mengapa" secara berulang hingga ditemukan penyebab utama dari suatu permasalahan. Metode ini banyak digunakan dalam kegiatan perbaikan proses karena mampu membantu organisasi mengidentifikasi sumber masalah secara sistematis sebelum menentukan tindakan perbaikan yang tepat.

Berdasarkan hasil observasi awal pada salah satu UMKM minuman tradisional di RW 7 Sunter Agung, Jakarta Utara, diketahui bahwa usaha tersebut memproduksi sekitar 20–25 botol per hari atau sekitar 500–600 botol per bulan dengan harga jual Rp5.000 per botol. Produk yang dihasilkan masih menggunakan kemasan sederhana berupa botol plastik polos tanpa identitas merek, logo, informasi komposisi, tanggal produksi, maupun identitas produsen. Selain itu, proses produksi yang dilakukan belum memiliki Standar Operasional Prosedur (SOP) sehingga seluruh tahapan produksi masih dilakukan berdasarkan pengalaman pemilik

usaha. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa nilai tambah produk belum optimal baik dari aspek desain produk maupun standarisasi proses produksi.

Berdasarkan penelitian terdahulu, sebagian besar penelitian mengenai peningkatan nilai tambah produk UMKM berfokus pada pengembangan desain kemasan atau perbaikan proses produksi secara terpisah. Penelitian Kusnadi et al. (2024), serta Jatmiko et al. (2023) lebih menitikberatkan pada aspek pengembangan kemasan sebagai upaya peningkatan daya tarik produk. Sementara itu, penelitian mengenai standarisasi proses produksi umumnya berfokus pada penyusunan SOP untuk meningkatkan kualitas proses kerja. Oleh karena itu, masih terdapat peluang penelitian yang mengintegrasikan analisis akar masalah dengan penyusunan usulan perbaikan pada aspek desain produk dan standarisasi proses produksi secara bersamaan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi akar penyebab rendahnya nilai tambah produk minuman tradisional menggunakan metode Why–Why Analysis serta menyusun usulan perbaikan berupa desain produk dan kemasan serta Standar Operasional Prosedur (SOP) produksi. Kebaruan penelitian ini terletak pada penggunaan metode Why–Why Analysis sebagai dasar dalam mengidentifikasi akar masalah yang selanjutnya digunakan untuk menyusun usulan perbaikan desain produk dan standarisasi proses produksi secara terintegrasi. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang dapat digunakan oleh UMKM dalam meningkatkan nilai tambah produk dan mendukung pengembangan usaha secara berkelanjutan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan deskriptif kualitatif dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami dan menggambarkan secara mendalam kondisi aktual yang terjadi pada objek penelitian serta mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan rendahnya nilai tambah produk minuman tradisional. Menurut Creswell dan Creswell (2018), penelitian kualitatif digunakan untuk mengeksplorasi dan memahami suatu fenomena berdasarkan pengalaman dan kondisi nyata yang terjadi di lapangan. Metode studi kasus digunakan karena penelitian difokuskan pada satu objek penelitian secara spesifik, yaitu salah satu UMKM minuman tradisional yang berlokasi di RW 7 Sunter Agung, Jakarta Utara.

Pemilihan objek penelitian dilakukan secara purposive dengan mempertimbangkan adanya permasalahan yang berkaitan dengan rendahnya nilai tambah produk. Berdasarkan hasil observasi awal, produk yang dihasilkan masih menggunakan kemasan sederhana tanpa identitas merek dan informasi produk yang memadai. Selain itu, proses produksi yang diterapkan belum memiliki Standar Operasional Prosedur (SOP) sehingga pelaksanaan produksi masih mengandalkan pengalaman pemilik usaha. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya identifikasi penyebab utama permasalahan sebagai dasar dalam penyusunan usulan perbaikan yang sesuai dengan kebutuhan UMKM.

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi dan wawancara dengan pemilik usaha sebagai informan utama. Observasi dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai kondisi produk, kemasan, dan proses produksi yang sedang berjalan. Wawancara dilakukan secara semi terstruktur guna memperoleh informasi yang lebih mendalam mengenai permasalahan yang dihadapi usaha, proses produksi yang diterapkan, serta kebutuhan pengembangan usaha. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber literatur seperti buku, jurnal ilmiah, artikel penelitian terdahulu, dan dokumen lain yang relevan dengan topik nilai tambah produk, desain kemasan, standarisasi proses produksi, dan analisis akar masalah.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara. Observasi dilakukan secara langsung terhadap kondisi produk, kemasan, serta tahapan proses produksi yang diterapkan oleh UMKM. Melalui observasi, peneliti memperoleh gambaran mengenai kondisi aktual usaha dan berbagai permasalahan yang berpotensi memengaruhi nilai tambah

produk. Wawancara dilakukan kepada pemilik usaha untuk memperoleh informasi mengenai proses produksi, kendala yang dihadapi, dan faktor-faktor yang menyebabkan rendahnya nilai tambah produk. Penggunaan kedua teknik tersebut bertujuan untuk memperoleh data yang komprehensif dan sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Analisis data dilakukan menggunakan metode Why–Why Analysis. Menurut Liker (2021), Why–Why Analysis merupakan salah satu metode *root cause analysis* yang digunakan untuk mengidentifikasi akar penyebab suatu permasalahan melalui serangkaian pertanyaan "mengapa" secara berulang hingga ditemukan penyebab utama yang mendasarinya. Metode ini dipilih karena memiliki prosedur yang sederhana, sistematis, dan mudah diterapkan pada usaha skala mikro dan kecil. Dalam penelitian ini, Why–Why Analysis digunakan untuk mengidentifikasi akar penyebab rendahnya nilai tambah produk yang berkaitan dengan aspek desain produk, kemasan, dan proses produksi.

Tahapan penelitian diawali dengan identifikasi kondisi eksisting UMKM melalui observasi dan wawancara. Selanjutnya dilakukan pengumpulan data mengenai desain produk, kemasan, serta proses produksi yang sedang diterapkan. Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis menggunakan metode Why–Why Analysis untuk menemukan akar penyebab utama permasalahan. Hasil analisis digunakan sebagai dasar dalam penyusunan usulan perbaikan berupa rancangan desain produk dan kemasan serta rancangan Standar Operasional Prosedur (SOP) produksi yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan UMKM. Tahap akhir penelitian adalah penyusunan rekomendasi perbaikan yang diharapkan dapat menjadi acuan bagi pelaku usaha dalam meningkatkan nilai tambah produk dan mendukung pengembangan usaha di masa mendatang.

Untuk menjamin keabsahan data, penelitian menggunakan teknik triangulasi sumber. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan hasil observasi dan wawancara sehingga informasi yang diperoleh dapat saling melengkapi dan memperkuat temuan penelitian. Menurut Creswell dan Creswell (2018), triangulasi merupakan salah satu teknik yang digunakan untuk meningkatkan kredibilitas hasil penelitian kualitatif melalui penggunaan berbagai sumber data. Dengan demikian, data yang digunakan dalam penelitian diharapkan mampu menggambarkan kondisi aktual objek penelitian secara lebih akurat dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan salah satu UMKM minuman tradisional yang berlokasi di RW 7 Sunter Agung, Jakarta Utara. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha, kapasitas produksi yang dihasilkan berkisar antara 20–25 botol per hari atau sekitar 500–600 botol per bulan dengan harga jual sebesar Rp5.000 per botol. Produk dikemas menggunakan botol plastik sederhana dan dipasarkan kepada masyarakat sekitar.

Hasil observasi menunjukkan bahwa kemasan produk masih menggunakan botol polos tanpa identitas merek, logo, informasi komposisi, tanggal produksi, tanggal kedaluwarsa, maupun identitas produsen. Selain itu, proses produksi belum memiliki Standar Operasional Prosedur (SOP) sehingga seluruh tahapan produksi masih dilakukan berdasarkan pengalaman pemilik usaha. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa nilai tambah produk belum optimal baik dari aspek desain produk maupun proses produksi.

Analisis Akar Masalah Menggunakan Why–Why Analysis

Analisis Why–Why Analysis dilakukan untuk mengidentifikasi penyebab utama rendahnya nilai tambah produk. Hasil analisis menunjukkan bahwa pada aspek desain produk, rendahnya nilai tambah disebabkan oleh belum adanya perancangan kemasan yang mampu memberikan identitas dan informasi produk secara memadai. Kemasan yang digunakan saat ini

masih berfungsi sebagai wadah produk sehingga belum mampu mendukung peningkatan daya tarik dan diferensiasi produk di pasar.

Pada aspek proses produksi, hasil analisis menunjukkan bahwa belum adanya SOP produksi menyebabkan seluruh proses kerja dilakukan berdasarkan pengalaman pemilik usaha. Kondisi tersebut terjadi karena belum pernah dilakukan dokumentasi dan standarisasi proses produksi. Akibatnya, setiap tahapan kerja belum memiliki pedoman yang dapat digunakan sebagai acuan dalam menjaga konsistensi pelaksanaan proses produksi.

Menurut Liker (2021), identifikasi akar masalah merupakan langkah penting dalam kegiatan perbaikan karena solusi yang diberikan harus didasarkan pada penyebab utama permasalahan, bukan hanya pada gejala yang muncul. Oleh karena itu, hasil analisis akar masalah pada penelitian ini digunakan sebagai dasar dalam penyusunan usulan perbaikan yang sesuai dengan kondisi UMKM.

Usulan Perbaikan Desain Produk dan Kemasan

Berdasarkan hasil analisis, penelitian mengusulkan perbaikan pada desain produk dan kemasan melalui penambahan identitas merek, logo, serta informasi produk yang meliputi komposisi bahan, tanggal produksi, tanggal kedaluwarsa, dan identitas produsen. Selain itu, desain kemasan diusulkan menggunakan tampilan visual yang lebih menarik agar mampu meningkatkan identitas produk dan memberikan informasi yang lebih lengkap kepada pembeli.

Perbaikan desain kemasan juga diarahkan untuk memperkuat citra produk sehingga memiliki karakteristik yang mudah dikenali oleh masyarakat. Kemasan yang informatif dan memiliki identitas yang jelas diharapkan mampu memberikan nilai tambah serta meningkatkan daya tarik produk dibandingkan dengan kemasan sebelumnya.

Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media komunikasi yang dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas suatu produk. Pendapat tersebut diperkuat oleh Silayoi dan Speece (2007) yang menyatakan bahwa atribut kemasan memiliki pengaruh terhadap persepsi dan keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, pengembangan desain kemasan menjadi salah satu langkah yang penting dalam upaya meningkatkan nilai tambah produk minuman tradisional.

Usulan Standar Operasional Prosedur (SOP) Produksi

Selain perbaikan desain kemasan, penelitian juga mengusulkan penyusunan SOP produksi yang mencakup tahapan persiapan bahan baku, proses pengolahan, pengemasan, dan penyimpanan produk. SOP tersebut diharapkan dapat menjadi pedoman kerja bagi pelaku usaha sehingga proses produksi dapat dilakukan secara lebih terstruktur dan konsisten.

Penyusunan SOP dilakukan berdasarkan kondisi aktual proses produksi yang diterapkan pada UMKM. Dengan adanya SOP, setiap tahapan pekerjaan memiliki urutan dan standar yang jelas sehingga dapat membantu mengurangi variasi pelaksanaan kerja. Selain itu, SOP juga dapat digunakan sebagai sarana pengendalian proses apabila usaha mengalami perkembangan di masa mendatang.

Penyusunan SOP yang diusulkan dalam penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan konsistensi proses produksi, tetapi juga mendukung pengelolaan operasional usaha secara lebih terstruktur. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Suprayitno dan Alhazami (2025) yang menunjukkan bahwa penguatan aspek operasional dan pengelolaan rantai pasok dapat berkontribusi terhadap peningkatan kinerja usaha dan daya saing UMKM.

Usulan penyusunan SOP pada penelitian ini tidak hanya berfungsi sebagai pedoman kerja, tetapi juga dapat menjadi dasar dalam penyusunan sistem dokumentasi proses produksi. Dokumentasi yang terstruktur memungkinkan setiap tahapan produksi dapat dipantau dan dievaluasi secara berkala sehingga mendukung konsistensi pelaksanaan pekerjaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Suprayitno (2025) yang menunjukkan bahwa

penggunaan checksheet sebagai alat dokumentasi dan pengendalian mutu dapat mendukung implementasi SOP serta meningkatkan efektivitas pengawasan terhadap pelaksanaan proses kerja. Oleh karena itu, keberadaan SOP yang didukung oleh dokumentasi yang baik diharapkan mampu membantu UMKM dalam menjaga kualitas proses produksi secara berkelanjutan.

Menurut Heizer, Render, dan Munson (2017), standarisasi proses merupakan salah satu elemen penting dalam manajemen operasional karena mampu meningkatkan konsistensi pelaksanaan pekerjaan dan mendukung kualitas hasil yang dihasilkan. Dengan adanya SOP, UMKM memiliki acuan dalam menjalankan setiap tahapan produksi sehingga proses kerja menjadi lebih sistematis dan mudah dikendalikan.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rendahnya nilai tambah produk dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu desain produk yang belum optimal dan belum adanya standarisasi proses produksi. Kemasan yang digunakan belum mampu memberikan identitas dan informasi produk secara memadai, sedangkan proses produksi belum memiliki pedoman kerja yang terdokumentasi. Kondisi tersebut menyebabkan nilai tambah produk belum dapat dimaksimalkan.

Melalui metode Why–Why Analysis, penelitian berhasil mengidentifikasi akar penyebab permasalahan dan menghasilkan usulan perbaikan berupa pengembangan desain produk serta penyusunan SOP produksi. Usulan pengembangan kemasan difokuskan pada peningkatan identitas produk dan penyediaan informasi yang lebih lengkap, sedangkan usulan SOP difokuskan pada standarisasi tahapan proses produksi agar lebih terstruktur.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Kusnadi et al. (2024) yang menunjukkan bahwa pengembangan kemasan dapat meningkatkan nilai jual produk UMKM. Selain itu, penelitian Harahap et al. (2024) dan Jatmiko et al. (2023) juga menunjukkan bahwa desain kemasan yang lebih baik mampu meningkatkan daya tarik dan persepsi kualitas produk. Pada aspek proses produksi, usulan penyusunan SOP sejalan dengan konsep manajemen operasional yang menekankan pentingnya standarisasi proses untuk meningkatkan konsistensi pelaksanaan kerja dan kualitas hasil produksi (Slack et al., 2022).

Dengan demikian, usulan perbaikan yang dihasilkan dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi UMKM dalam meningkatkan nilai tambah produk melalui pengembangan desain kemasan dan standarisasi proses produksi sehingga mampu mendukung peningkatan daya saing usaha.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada salah satu UMKM minuman tradisional di RW 7 Sunter Agung, Jakarta Utara, dapat disimpulkan bahwa rendahnya nilai tambah produk dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu desain produk dan kemasan yang belum optimal serta belum adanya standarisasi proses produksi. Hasil observasi menunjukkan bahwa produk masih menggunakan kemasan sederhana tanpa identitas merek, logo, dan informasi produk yang memadai, sementara proses produksi masih dilakukan berdasarkan pengalaman pemilik usaha tanpa pedoman kerja yang terdokumentasi.

Hasil analisis menggunakan metode Why–Why Analysis menunjukkan bahwa akar penyebab rendahnya nilai tambah produk pada aspek desain produk berasal dari belum adanya perancangan kemasan yang mampu memberikan identitas dan informasi produk secara jelas. Sementara itu, pada aspek proses produksi, akar permasalahan disebabkan oleh belum adanya dokumentasi dan standarisasi proses kerja yang dapat dijadikan acuan dalam pelaksanaan produksi.

Berdasarkan hasil identifikasi akar masalah tersebut, penelitian menghasilkan usulan perbaikan berupa pengembangan desain produk dan kemasan melalui penambahan identitas merek, logo, serta informasi produk yang lebih lengkap. Selain itu, penelitian juga

menghasilkan usulan penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang mencakup tahapan persiapan bahan baku, proses produksi, pengemasan, dan penyimpanan produk. Usulan perbaikan tersebut diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha dalam meningkatkan nilai tambah produk dan mendukung pengelolaan usaha yang lebih terstruktur.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, pelaku UMKM disarankan untuk mengembangkan kemasan produk yang lebih informatif dan memiliki identitas yang jelas agar produk lebih mudah dikenali dan memiliki nilai tambah yang lebih baik. Selain itu, penyusunan SOP produksi perlu dilakukan sebagai pedoman dalam menjalankan setiap tahapan proses produksi sehingga kegiatan produksi dapat berlangsung secara lebih sistematis dan konsisten.

Penelitian ini masih terbatas pada tahap identifikasi akar masalah dan penyusunan usulan perbaikan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan implementasi dan evaluasi terhadap usulan desain kemasan serta SOP yang telah disusun guna mengetahui efektivitasnya dalam meningkatkan nilai tambah produk dan mendukung daya saing UMKM.

REFERENSI

Cousté, N. L., Martos-Partal, M., & Martínez-Ros, E. (2012). The power of a package: Product claims drive brand attitude and purchase intention. Journal of Advertising Research, 52(3), 364–375. https://doi.org/10.2501/JAR-52-3-364-375

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (5th ed.). Sage Publications.

Harahap, E. F., Kurniawan, W., & Fadlia, G. (2024). Bakery packaging improvement through Kansei engineering: A multi-objective analysis of consumer preferences. Jurnal Ilmiah Teknik Industri, 23(1), 87–97. https://doi.org/10.23917/jiti.v23i1.4464

Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2017). Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management (12th ed.). Pearson Education.

Jatmiko, H. A., Kurniawan, A., & Ma'arif, R. (2023). Redesigning food packaging using Kansei engineering method: Case study at Griya Produksi SME. Jurnal Ilmiah Teknik Industri, 22(1), 58–66. https://doi.org/10.23917/jiti.v22i1.21563

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education Limited.

Kusnadi, K., Sariningsih, E., Ariningrum, H., Puspita, I. L., & Abadi, S. (2024). Peningkatan nilai jual melalui kemasan produk UMKM olahan kacang bawang di Pekon Sudimoro Kecamatan Semaka. NEAR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 4(1), 31–37. https://doi.org/10.32877/nr.v4i1.1790

Liker, J. K. (2021). The Toyota Way: 14 Management Principles from the World's Greatest Manufacturer (2nd ed.). McGraw-Hill Education.

Okka, A., Zulfah, H., & Stania, U. K. (2024). Redesign of food packaging using Kansei engineering and sustainability design. BIO Web of Conferences, 148, 04017. https://doi.org/10.1051/bioconf/202414804017

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

Slack, N., Brandon-Jones, A., & Johnston, R. (2022). Operations Management (11th ed.). Pearson.

Suprayitno, A., & Alhazami, L. (2025). Penyuluhan strategi distribusi dan rantai pasok pupuk organik untuk mendorong peningkatan penjualan pada Lembaga Pemberdayaan Masyarakat (LPM) RPTA Meruya Jakarta Barat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Penelitian Terapan, 3*(4). https://doi.org/10.38035/jpmpt.v3i4.1707

Suprayitno, A. (2025). Analisa implementasi checksheet sebagai alat dokumentasi dan pengendalian mutu dalam perawatan sarana prasarana di Universitas XYZ. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi, 7*(1). https://doi.org/10.38035/jemsi.v7i1.6198