
PENERAPAN INOVASI DESAIN KEMASAN SEBAGAI BRANDING PRODUK USAHA PANCONG LUMER

Tiyas Suhartini¹, Annisa Hestiningtyas², Ahmad³

Program Studi S1 Terapan Bisnis Digital, Politeknik Nusantara Balikpapan^{1,2,3}
tiyassuhartini@gmail.com¹, annisahestiningtyas@poltara.ac.id², ahmad@poltara.ac.id³

Abstrak: Desain kemasan berperan penting dalam meningkatkan daya saing produk, terutama bagi usaha kecil dan menengah (UKM) di pasar yang kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan inovasi desain kemasan sebagai strategi branding pada produk Pancong Lumer Bang Ahmad. Melalui metode penelitian deskriptif kualitatif, penelitian ini mengidentifikasi preferensi konsumen dan elemen visual yang mendukung daya tarik kemasan, termasuk warna, layout, dan elemen visual seperti logo dan ilustrasi. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan analisis SWOT untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan desain kemasan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain kemasan yang menarik dapat meningkatkan daya tarik visual, memperkuat identitas merek, dan memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Elemen penting yang diidentifikasi meliputi penggunaan warna cerah yang mencerminkan identitas merek, tata letak yang rapi, serta ilustrasi yang menggambarkan produk secara menggugah selera. Penelitian ini menyimpulkan bahwa inovasi desain kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk tetapi juga sebagai alat promosi dan strategi branding yang efektif, memberikan rekomendasi praktis bagi UKM untuk meningkatkan daya saing di pasar melalui kemasan yang inovatif dan fungsional.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Branding, Desain Kemasan, Inovasi, Pancong Lumer, UKM.

PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, desain kemasan memainkan peran penting dalam menarik perhatian konsumen dan membedakan suatu produk dari pesaingnya. Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk tetapi juga menjadi sarana branding yang efektif untuk membangun citra produk di benak konsumen. Hal ini terutama penting bagi usaha kecil menengah (UKM) yang membutuhkan strategi inovatif agar tetap bersaing dan bertahan di pasar yang semakin ketat. Dalam konteks ini, usaha pancong lumer, yang merupakan salah satu produk kuliner khas dengan cita rasa unik, perlu mempertimbangkan penggunaan inovasi desain kemasan untuk memperkuat brand image dan menarik minat konsumen. Dalam konteks bisnis modern, pemahaman mendalam tentang model bisnis yang berkelanjutan dan inovatif tidak hanya meningkatkan daya saing tetapi juga memastikan keberlanjutan jangka panjang Perusahaan. Dalam dunia teknologi yang terus berkembang, desain bukan hanya tentang estetika ini tentang menciptakan interaksi yang efisien dan intuitif antara manusia dan mesin Ivani, K. A., Hestiningtyas, A., et al. (2024). Desain yang baik mengintegrasikan kecanggihan teknologi dengan kebutuhan dan kenyamanan pengguna, memastikan bahwa inovasi tidak hanya canggih tetapi juga dapat diakses dan berguna" (Ardhana et al., 2024).

Salah satu masalah yang dihadapi oleh banyak pelaku usaha makanan seperti pancong lumer adalah kurangnya perhatian terhadap desain kemasan yang menarik dan fungsional. Banyak usaha makanan tradisional yang menggunakan kemasan sederhana tanpa memperhatikan aspek estetika dan branding. Namun, dalam banyak kasus, desain kemasan yang kreatif dapat meningkatkan daya tarik visual produk,

memperkuat identitas merek, dan memberikan pengalaman positif kepada konsumen. Tanpa kemasan yang menarik, produk bisa sulit untuk bersaing, terutama jika berada di pasar yang memiliki banyak alternatif produk serupa. Beberapa studi telah menunjukkan pentingnya desain kemasan dalam strategi branding produk Makanan.

Menurut (Carvalho, (2022). menegaskan bahwa kemasan inovatif yang disesuaikan dengan preferensi konsumen dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Namun, meskipun ada banyak studi yang mengulas pentingnya desain kemasan sebagai bagian dari branding, masih terdapat celah penelitian pada penerapan inovasi desain kemasan untuk produk-produk lokal atau tradisional, seperti pancong lumer. Celah penelitian ini perlu dijawab agar lebih banyak UKM yang dapat memanfaatkan inovasi desain kemasan sebagai strategi branding.

Menurut (Nugraha, (2019). Mengungkapkan bahwa kemasan dapat meningkatkan nilai estetika produk sehingga menarik minat konsumen. Pada produk pancong, tampilan kemasan yang khas dan sesuai dengan selera pasar dapat menambah daya tarik produk tersebut. Konsumen cenderung merasa lebih puas dan percaya pada produk dengan kemasan yang terlihat profesional dan rapi, sehingga desain kemasan menjadi faktor penting dalam membangun loyalitas konsumen.

Kemasan juga menjadi media penting dalam menyampaikan pesan brand. Menurut (Wijaya, Kemasan Sebagai Media untuk Menyampaikan Nilai Brand., (2020), (Anggraeni, 2020) kemasan dapat menjadi sarana untuk menyampaikan nilai-nilai yang ingin ditanamkan oleh brand kepada konsumennya. Pada usaha pancong, pemilihan warna, bentuk, dan tulisan pada kemasan dapat disesuaikan dengan konsep branding yang ingin dibangun. Misalnya, warna-warna cerah dan gambar ilustrasi makanan dapat mencerminkan kesan ceria dan lezat, yang secara tidak langsung membentuk persepsi positif terhadap brand produk pancong tersebut.

Efektivitas kemasan sebagai alat promosi juga ditekankan oleh (Irawan, 2021) (Pratama, (2021)). Kemasan yang didesain dengan baik dapat membuat produk lebih menonjol di antara produk sejenis, khususnya di pasar yang kompetitif. Dengan kemasan yang unik dan mencolok, produk pancong dapat lebih mudah menarik perhatian pembeli. Hal ini penting terutama untuk usaha kecil yang ingin bersaing dengan produk makanan ringan lainnya. Desain kemasan yang menarik tidak hanya dapat memperkenalkan produk tetapi juga menciptakan keunggulan kompetitif.

Terakhir, pengaruh kemasan terhadap keputusan pembelian dijelaskan oleh (Puspitasari, (2022). yang menyebutkan bahwa kemasan dapat memengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Dalam konteks produk pancong, kemasan yang menarik dan memiliki informasi yang jelas seperti komposisi, rasa, dan keunggulan produk dapat mendorong konsumen untuk memilih produk tersebut. Dengan demikian, desain kemasan berperan tidak hanya sebagai pelengkap tetapi juga sebagai bagian dari strategi pemasaran yang efektif.

Berdasarkan permasalahan dan celah penelitian di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi penerapan inovasi desain kemasan sebagai strategi branding bagi produk pancong lumer. Penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis dampak inovasi desain kemasan terhadap persepsi konsumen terhadap produk dan merek.

Manfaat dari penelitian ini adalah memberikan wawasan kepada pelaku usaha pancong lumer dan produk serupa mengenai pentingnya desain kemasan yang inovatif sebagai strategi branding. Selain itu, hasil penelitian ini dapat memberikan rekomendasi praktis bagi UKM dalam menciptakan kemasan yang efektif, baik dari segi visual maupun fungsional, guna meningkatkan daya saing produk di pasar.

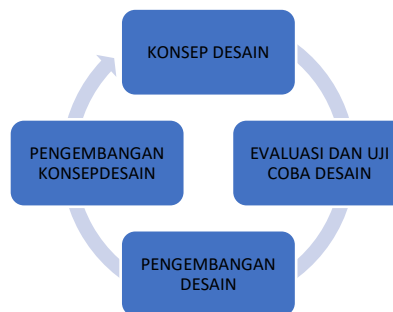
METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian desain (design research) dengan fokus pada “Penerapan Inovasi Desain Kemasan Sebagai Branding Produk Usaha Pancong Lumer”. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif, bertujuan untuk memahami preferensi konsumen dan elemen visual yang mendukung daya tarik kemasan sebagai Branding Produk.

Objek dalam penelitian ini adalah produk makanan Pancong Lumer Bang Ahmad. Produk ini menjadi fokus dalam perancangan kemasan yang akan dirancang untuk meningkatkan branding produk usaha.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi Observasi dengan tujuan dari pengamatan kemasan produk sejenis di pasaran untuk memahami elemen desain yang digunakan oleh kompetitor. Selanjutnya dilakukan Wawancara dengan pihak Owner atau staf terkait untuk mendapatkan wawasan mengenai preferensi kemasan dan elemen branding produk. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan metode Analisis Deskriptif Kualitatif Untuk memahami preferensi konsumen dan mengidentifikasi elemen desain visual yang diminati. Analisis SWOT untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang terkait dengan desain kemasan produk makanan Pancong Lumer. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan desain kemasan sebagai branding pada produk usaha pancong. Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam bagaimana desain kemasan berperan sebagai identitas brand dan alat promosi produk usaha pancong.

Berikut Alur proses perancangan desain kemasan yang disusun berdasarkan langkah-langkah penelitian:



Gambar 1. Diagram Alir Penelitian

Pengembangan Konsep Desain Pada tahap ini, melalui metode yang digunakan untuk mengembangkan konsep dasar menjadi konsep desain yang lebih konkret. Studi pustaka dilakukan untuk memahami prinsip dasar desain kemasan, strategi pemasaran, serta branding produk makanan. Sumber literatur mencakup jurnal, buku, dan publikasi terkait desain kemasan makanan. Pengetahuan dari referensi ini digunakan untuk menentukan elemen penting dalam desain kemasan.

Observasi dilakukan terhadap produk-produk sejenis di pasaran. Melalui pengamatan dari beberapa desain kemasan, dapat diketahui elemen-elemen desain yang berhasil menarik perhatian konsumen, seperti warna, ukuran, dan bahan kemasan. Hasil observasi membantu menyusun elemen desain yang diharapkan lebih kompetitif.

Wawancara dilakukan dengan staff dari usaha, untuk mengetahui preferensi dan kebutuhan konsumen, termasuk warna, bahan, desain kemasan yang diinginkan dan informasi produk yang dianggap penting. Masukan ini memberikan panduan langsung dalam perancangan desain kemasan. Metode perancangan yang digunakan adalah metode design thinking. Metode Design Thinking adalah metode yang secara dinamis mendorong ragam pendekatan dan tindakan yang didasari keinginan untuk menciptakan

sebuah solusi. Design thinking menyediakan pendekatan berbasis solusi untuk menyelesaikan suatu masalah. Metode Design Thinking merupakan metode yang tepat untuk mengatasi permasalahan yang kompleks, belum terdefinisikan atau tidak diketahui inti permasalahannya. Metode ini melakukan pendekatan yang didapat berupa campuran berpikir imajinatif dan kritis, divergen-konvergen dan berlandaskan percobaan-percobaan lainnya (trial-error).

Analisis SWOT digunakan untuk memetakan Strengths(kekuatan): keunikan produk, bahan kemasan yang menarik perhatian. Weaknesses(kelemahan): pengaruh kemasan terhadap daya tahan produk atau tantangan produksi. Opportunities(peluang): potensi untuk menarik pasar yang lebih luas dengan kemasanyang menarik, branding yang kuat, atau kerja sama dengan distributor. Threats(ancaman): persaingan dari produk serupa, biaya produk yang tinggi, atau trean pasar.

Pada tahap pengembangan desain, elemen visual yang telah disusun diterapkan untuk menghasilkan kemasan yang siap diimplementasikan pada Pengaturan Layout Tata letak (layout) kemasan dirancang untuk menyusun informasi produk dengan baik, seperti nama produk (Pancong Lumer bang ahmad), logo dan informasi varian rasa. Layout ini juga diatur agar kemasan tampak rapi dan mudah dibaca, memperkuat daya tarik visual dan informasi yang diberikan. Warna dipilih berdasarkan karakter produk dan identitas merek. Warna yang dipilih harus mampu menarik perhatian konsumen serta memberikan karakteristik produk yang fresh dan berkualitas. Penambahan Elemen visual seperti logo atau ilustrasi ditambahkan untuk mencerminkan isi produk dan menambah daya tarik kemasan. Gambar atau ilustrasi ini dipilih dengan hati-hati agar tidak mengurangi estetika kemasan serta mampu memperkuat branding produk dan menarik minat konsumen.

PEMBAHASAN

Pada tahap Konsep Desain Menentukan Tujuan Desain untuk mengidentifikasi penerapan inovasi desain kemasan sebagai strategi branding bagi produk pancong lumer. Penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis dampak inovasi desain kemasan terhadap persepsi konsumen terhadap produk dan merek. Selanjutnya Mengidentifikasi Target Pasar yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen menjadi bagian penting untuk menentukan karakteristik kemasan yang sesuai. Target pasar produk Pancong Lumer mencakup konsumen muda hingga dewasa, yang mengutamakan kemasan modern dan fungsional. Oleh karena itu, desain kemasan diharapkan mencerminkan selera dan kebutuhan target pasar.

Table 1. Studi Pustaka

Nama Peneliti	Judul Peneliti	Tahun	Hasil
(Shah, (2020)	Impact of Product Packaging on Consumer Buying Behavior: Evidence from Karachi"	2020	Kemasan yang menarik secara estetika dengan kualitas tinggi memberikan nilai tambah pada produk dan mendorong perilaku pembelian impulsif.
(Narayana, (2022)).	<i>Innovations in Sustainable Packaging: Transitioning from Plastic to Bioplastics</i>	2022	Teknologi inovatif menggunakan serat selulosa dari daun gugur untuk membuat kemasan kertas, mendapat pendanaan dari Uni Eropa karena potensinya menggantikan bahan plastik secara berkelanjutan.

(Team, 2023))	Consumer Preferences in Sustainable Food Packaging	2023	Studi ini menunjukkan bahwa aspek keberlanjutan, seperti kemampuan daur ulang dan masa simpan yang lebih panjang, menjadi faktor utama dalam desain kemasan modern. Hasil ini menekankan pentingnya desain inovatif dalam memenuhi kebutuhan konsumen.
---------------	--	------	--

Penulis melakukan observasi dengan pendekatan deskriptif. Observasi dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang diinginkan. Observasi beserta dengan wawancara dilakukan pada tanggal 02 November 2023 di Jl.SyarifudinYoes deretan NamMin & Isob. Sebrang Rumah Skincare 88 Balikpapan Selatan. Sebagai berikut:

1. Apa karakteristik utama yang ingin Anda tonjolkan dari produk ini melalui desain kemasan?

Jawaban : Saya akan menonjolkan gambar kue pancong yg menarik dibagian kemasan, seperti logo pancong lumer.

2. Siapa target pasar utama untuk produk ini?

Jawaban : Target pasar saya adalah Remaja(anak gen z seusia saya) dan Orang Dewasa/orang tua

3. Bagaimana gaya atau tema visual kemasan yang Anda inginkan? (Misalnya, modern, tradisional, minimalis, atau berwarna cerah)

Jawaban : Tema yang saya berikan / inginkan adalah lebih kedesain modern dan berwarna cerah karna menyesuaikan target pasar saya, yaitu gen z

4. Apakah Anda memiliki preferensi warna atau elemen visual tertentu yang harus ada pada kemasan?

Jawaban : Tentu, Saya akan beri warna kuning yang tidak terlaui cerah menurut saya lebih menarik jika diberi warna seperti itu, kebetulan identik pada outlet.

5. Apakah Anda lebih suka desain yang sederhana atau yang penuh dengan elemen visual? Mengapa

Jawaban : Ya, Saya lebih suka jika diberi desain elemen visual karna lebih memanjakan mata,terlebih lagi karna target pasar saya gen z.

6. Apa informasi penting yang ingin ditampilkan secara jelas di kemasan? (misalnya, bahan baku, logo, cara penyimpanan)

Jawaban : Informasi yg ingin saya tampilkan dikemasan adalah varain rasanya, karna penting bagi konsumen untuk melihat apa saja varain yang ada dipancong lumer.

7. Apakah Anda ingin menambahkan elemen yang meningkatkan engagement, seperti kode QR atau informasi media sosial?

Jawaban :Ya, Saya perlu menambahkan elemen informasi media sosial, agar lebih mudah diketahui banyak orang produk pancong lumer.



Gambar 2. Wawancara

➤ **Analisis SWOT**

Analisis SWOT Pancong Lumer Bang Ahmad Pancong Lumer Bang Ahmad adalah salah satu usaha kuliner yang mungkin dikenal dengan kelezatannya, khususnya bagi mereka yang gemar dengan makanan tradisional yang dimodifikasi dengan inovasi. Berikut adalah analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk usaha *Pancong Lumer Bang Ahmad*.

● **Strengths (Kekuatan)**

Kelezatan dan cita rasa yang unik, Membuat Pancong Lumer Bang Ahmad memiliki cita rasa yang khas dan berbeda dari pancong biasa, terutama dengan tambahan topping atau bahan pelengkap yang membuatnya lebih menarik bagi pelanggan yang mencari pengalaman kuliner baru. Merek yang sudah terkenal. Jika usaha ini telah berkembang dengan baik, merek "Bang Ahmad" dapat menjadi kekuatan tersendiri, menciptakan loyalitas pelanggan dan reputasi yang baik di pasar lokal. Harga yang Terjangkau Jika harga yang ditawarkan kompetitif dengan produk serupa di pasar, ini menjadi nilai tambah yang menarik bagi konsumen yang mencari makanan enak dengan harga terjangkau. Konsistensi Kualitas Kualitas rasa yang konsisten akan menciptakan kepuasan pelanggan dan mendukung keberlanjutan bisnis, membuat pelanggan kembali lagi.

● **Weaknesses (Kelemahan)**

Ketergantungan pada Lokasi Jika usaha ini masih terbatas pada satu lokasi atau wilayah tertentu, maka ketergantungan pada tempat fisik dapat menjadi kelemahan, terutama jika ada masalah aksesibilitas atau kompetisi yang ketat di area tersebut. Tingkat Inovasi Terbatas Meskipun rasa pancong bisa dibuat berbeda dengan berbagai topping, jika inovasi menu tidak berkembang dengan cepat, ada potensi penurunan minat pelanggan setelah beberapa waktu. Keterbatasan Skala Produksi Jika usaha ini masih berskala kecil, mungkin ada kendala dalam memenuhi permintaan yang lebih tinggi atau sulitnya menjaga konsistensi rasa dan kualitas ketika permintaan melonjak. Ketergantungan pada Sumber Bahan Baku Jika bahan baku utama pancong atau topping tertentu sulit didapatkan atau tergantung pada pemasok tertentu, hal ini bisa memengaruhi harga dan pasokan.

● **Opportunities (Peluang)**

Peluang Ekspansi Jika Pancong Lumer Bang Ahmad sudah dikenal di satu daerah, ada peluang untuk ekspansi ke wilayah lain, membuka cabang atau bahkan menjual produk secara online dengan sistem pengiriman. Meningkatkan Kehadiran Digital Pemanfaatan media sosial dan platform pemesanan online bisa meningkatkan eksposur usaha ini, menjangkau lebih banyak pelanggan potensial, serta mempermudah konsumen yang tidak ingin keluar rumah. Tren Makanan Kekinian, Seiring meningkatnya minat konsumen terhadap makanan dengan tampilan menarik dan rasa yang unik (foodie culture), produk pancong lumer yang menggabungkan tradisi dengan inovasi bisa menjadi tren yang semakin populer.

● **Threats (Ancaman)**

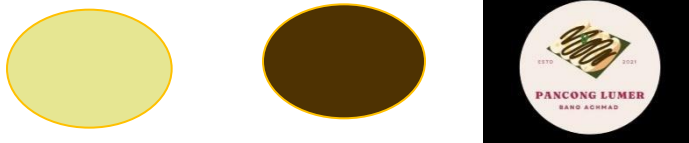
Kompetisi yang Ketat Usaha kuliner selalu memiliki tingkat kompetisi yang tinggi, terutama dengan banyaknya usaha serupa yang mungkin menawarkan harga lebih murah atau variasi menu yang lebih banyak. Perubahan Selera Konsumen Selera konsumen bisa berubah dengan cepat, dan jika tidak bisa mengikuti tren atau permintaan pasar, usaha ini bisa kehilangan pelanggan setia. Fluktuasi Harga Bahan Baku, Perubahan harga bahan baku atau kekurangan pasokan bahan tertentu (seperti kelapa

untuk pancong) bisa mempengaruhi margin keuntungan dan harga jual produk, Risiko Kesehatan dan Keamanan Pangan
Jika ada masalah dengan kebersihan atau kualitas makanan, hal ini bisa merusak reputasi dan mengurangi kepercayaan pelanggan, Perubahan Regulasi atau Pajak Perubahan kebijakan pemerintah terkait dengan regulasi usaha kuliner, pajak, atau perizinan bisa menambah beban operasional dan menyulitkan pengelolaan usaha.

➤ **Pengembangan Desain**

Pada tahap pengembangan desain, elemen visual yang telah disusun diterapkan untuk menghasilkan kemasan yang siap diimplementasikan. Kemasan merupakan hal yang penting dalam sebuah branding dimana setiap pemilik usaha ingin memiliki brand awareness yang menarik dimata konsumen. Bentuk dan desain kemasan yang menarik dapat menarik konsumen karena kemasan dapat digunakan kembali, kemasan merupakan baguian luar yang membungkus sebuah produk dan berfungsi untuk melindungi produk. Sisi ergonomis diperlukan dalam pembuatan suatu kemasan sehingga produk dapat dengan mudah dibawa. Setelah mendapatkan bentuk kemasan yang memiliki sisi ergonomis maka dirancanglah pola atau jaring-jaring pada kemasan.

- **Pemilihan Warna:** Warna memiliki peran yang cukup penting dalam meningkatkan brand awareness terhadap konsumen, dikarenakan warna memiliki banyak macam sehingga dapat membedakan produk pancong lumer bang ahmad dengan produk yang lainnya. Warna memiliki keunikan dan arti pada tiap pemilihannya serta memiliki kesan terhadap mereka yang melihat logo tersebut. Untuk logo menggunakan logo yang sudah ada.



Gambar 3. Palet Warna & Logo

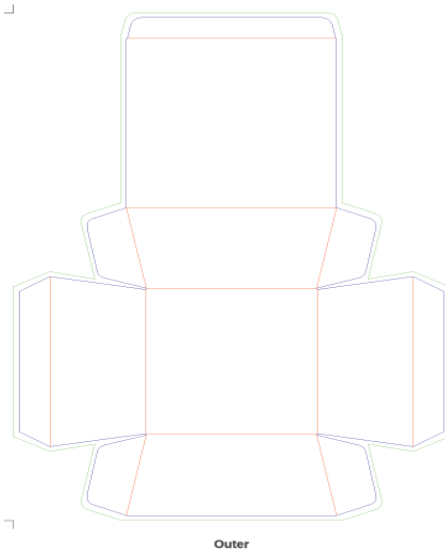
- **Penambahan Gambar dan Visualisasi:** Penambahan gambar atau ilustrasi pada kemasan sangat penting untuk menggambarkan karakter dan kualitas produk. Penggunaan gambar atau visualisasi yang tepat dapat meningkatkan daya tarik produk, menjelaskan apa yang akan dibeli konsumen, dan memberi kesan premium atau autentik. Gambar Produk yang Menggoda, menggunakan gambar pancong yang sedang disajikan dengan topping lumer yang menggoda bisa memperkuat daya tarik produk. Gambar tersebut harus memvisualisasikan produk dengan detail yang menggugah selera, seperti kelezatan topping yang meleleh di atas pancong. Gambar yang realistis dan terang dapat menggambarkan kualitas bahan yang digunakan, serta memberikan kesan fresh dan homemade



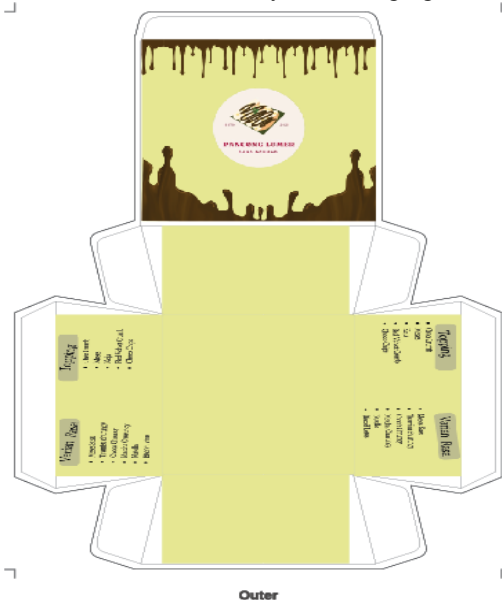
Gambar 4. Penambahan Gambar & Logo

- **Pengaturan Layout:** Pengaturan layout atau tata letak pada kemasan sangat mempengaruhi seberapa efektif kemasan dalam menyampaikan pesan kepada konsumen. Layout yang baik akan memudahkan konsumen dalam memahami informasi dan menciptakan kesan profesional pada produk. Penataan Logo dan Nama Produk Logo dan nama merek *Bang Ahmad* harus ditempatkan di posisi yang paling menonjol seperti tengah kemasan. Hal ini bertujuan agar konsumen dapat langsung mengenali merek ketika melihat kemasan. Selain itu, pastikan ukuran font cukup besar agar mudah terbaca, terutama jika kemasan disusun dalam rak yang lebih tinggi atau lebih rendah. Pembagian Ruang yang Jelas Pembagian ruang yang jelas pada kemasan sangat penting agar informasi tentang produk dapat dilihat dengan mudah tanpa terasa penuh. Informasi seperti varian rasa dan topping bisa diletakkan dengan rapi dalam kolom atau area tertentu, sehingga setiap elemen memiliki ruang untuk "bernafas" dan tidak membingungkan konsumen.

- Ukuran dari Layout Kemasan Pancong Lumer
P = 90 mm; L = 90 mm; T = 50 mm



Gambar 5. Layout Packaging



Gambar 6. Desain Akhir Packaging



Gambar 7. Cetak Kemasan Pancong Lumer

KESIMPULAN

Desain kemasan memiliki peran dalam membangun citra produk dan menarik perhatian konsumen, khususnya untuk produk Pancong Lumer Bang Ahmad. Penerapan inovasi dalam desain kemasan dapat digunakan sebagai strategi branding yang efektif, dengan menonjolkan aspek visual, fungsional, dan informatif yang sesuai dengan preferensi target pasar. Desain kemasan Pancong Lumer diarahkan untuk mencerminkan selera modern dan kebutuhan target pasar, seperti Gen Z dan orang dewasa. Pemilihan warna cerah, gaya visual modern, serta elemen menarik dari generasi muda hingga dewasa. Desain kemasan Pancong Lumer diharapkan mampu menciptakan brand awareness yang kuat, meningkatkan loyalitas konsumen, serta membedakan produk dari pesaing. Kombinasi antara elemen visual yang menarik, fungsionalitas, dan komunikasi informasi yang jelas menjadi kunci untuk memenangkan pasar yang semakin kompetitif.

REFERENSI

- Anggraeni, L. (2020). Pengaruh Inovasi Desain Kemasan terhadap Brand Awareness dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12-20.
- Ardhana, V. Y. P., Deta, B., Suardinata, Hanalde, A., Patty, H. W. M., Rodi, M., Liantoni, F., Makmur, A., Haryadi, D., Handayani, T., Iriani, L., Hestingtyas, A., & Amri, Z. (2024). *Pengantar Ilmu Komputer*. Padang: CV. Pustaka Inspirasi Minang.

-
- Carvalho, A. e. (. (2022).). Inovasi Desain Kemasan sebagai Strategi Branding: Pengaruh terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Konsumen., *Jurnal Pemasaran*, 45-58.
- Irawan, M. (2021). Efektivitas Kemasan sebagai Alat Promosi di Pasar Makanan Ringan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 97-110.
- Ivani, K. A., Hestiningtyas, A., Ahmad, A., Pratama, A., & Salamsjah, S. (2024). Training on entrepreneurship skills improvement with Business Model Canvas (BMC) implementation for students of SMA Nusantara Balikpapan. *Community Development Journal*, 5(3).
- Narayana, S. e. ((2022)). Innovations in Sustainable Packaging: Transitioning from Plastic to Bioplastics. *Journal of Sustainable Materials*, 23-34.
- Nugraha, R. ((2019).). Peran Desain Kemasan dalam Meningkatkan Daya Tarik Konsumen. *Jurnal Desain dan Branding*, 21-35.
- Pratama, F. &. ((2021)). Analisis Inovasi Kemasan dalam Menarik Perhatian Konsumen pada Produk Lokal. *Jurnal Desain dan Inovasi*, 45-60.
- Puspitasari, S. ((2022).). Pengaruh Desain Kemasan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Riset Pemasaran*, 32-48.
- Shah, S. S. ((2020). Impact of Product Packaging on Consumer Buying Behavior: Evidence from Karachi. International. *Journal of Marketing Studies*, 45-58.
- Team, M. C. (2023)). Consumer Preferences in Sustainable Food Packaging. *McKinsey & Company Research Report.*, 1-25.
- Wijaya, D. ((2020). Kemasan Sebagai Media untuk Menyampaikan Nilai Brand. *Jurnal Manajemen Pemasaran* , 60-73.
- Wijaya, D. ((2020). Kemasan Sebagai Media untuk Menyampaikan Nilai Brand. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 60-73.