

## PERANAN DESAIN KEMASAN PRODUK CERIPING GEDHANG DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN PT BUMAY KACBAWJAYA

Yolandha Cindy Kafita<sup>1</sup>, Ni Made Ida Pratiwi<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

e-mail: [yolandhacindykafita@gmail.com](mailto:yolandhacindykafita@gmail.com)<sup>1</sup>, [idapратиwi@untag-sby.ac.id](mailto:idapратиwi@untag-sby.ac.id)<sup>2</sup>

### ABSTRACT

*Banana is a plant whose fruit is often consumed by the people of Indonesia. There are many types of bananas in Indonesia, such as Ambon bananas, King bananas, Horn bananas, and many other types. Not only processed by frying, Indonesians are also very happy with banana chips. The process of making banana chips is actually not too difficult, but it requires patience, time, and special attention so that the banana chips can be successful. From this, many Indonesians prefer to buy banana chips instead of making their own. Product packaging design is one of the factors in supporting consumer purchasing interest. Product Packaging Design must also be carefully thought out by entrepreneurs because it contains important elements in attract consumers' attention and influence their purchasing decisions such as product information, functionality, visual appeal, and message clarity.*

**Keywords:** *Packaging Design, Banana Chips, Purchase Intention*

### ABSTRAK

Pisang merupakan tumbuhan yang buahnya sering dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Banyak sekali jenis buah pisang yang ada di Indonesia, seperti pisang Ambon, pisang Raja, pisang Tanduk, dan masih banyak lagi jenis yang lainnya. Tidak hanya diolah dengan cara digoreng, masyarakat Indonesia juga sangat senang dengan olahan keripik pisang. Dalam proses pembuatan keripik pisang, sebenarnya tidak terlalu sulit dibuat, tetapi membutuhkan kesabaran, waktu, dan perhatian khusus agar keripik pisang yang dibuat bisa berhasil. Dari hal inilah, masyarakat Indonesia banyak yang lebih memilih untuk membeli keripik pisang ketimbang membuat sendiri. Desain kemasan produk menjadi salah satu faktor dalam menunjang minat pembelian konsumen. Desain Kemasan Produk juga harus dipikirkan dengan cermat oleh para wirausaha karena didalamnya memuat elemen penting dalam menarik perhatian konsumen dan memengaruhi keputusan pembelian mereka seperti, informasi produk, fungsionalitas, daya tarik visual, dan kejelasan pesan.

**Kata Kunci:** Desain Kemasan, Keripik Pisang, Minat Beli

### Article history

Received: desember 2024

Reviewed: desember 2024

Published: desember 2024

Plagirism checker no 963282

Doi : prefix doi :

10.8734/musytari.v1i2.365

**Copyright : author**

**Publish by : musytari**



This work is licensed under

a [creative commons](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

[attribution-noncommercial](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

[4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

## PENDAHULUAN

PT BUMAY KACBAWJAYA, yang berlokasi di Jalan Kalikepiting Jaya X No.8, Surabaya, merupakan salah satu jenis usaha makanan dan minuman yang sudah ada sejak 20 tahun lebih. Usaha ini memproduksi dan menjual berbagai jenis produk seperti Kacang Bawang Rempah, Ceriping Gedhang, Rengginang Kentang, Keripik Gayam, Bamergo, Rambak Pisang, Menthe Bawang, Keripik Gadung, Makarina, Sinom, Cincau Rempah, dan Minuman Coklat. Keberhasilan PT BUMAY KACBAWJAYA tidak terlepas dari peran Ibu Siti, pemilik UMKM,

yang merupakan seorang yang pekerja keras dan senang berwirausaha. Sejak remaja, beliau sudah berani menjual produk, terinspirasi oleh orang tuanya yang juga seorang pengusaha.

Ibu Siti selalu berusaha mencari inovasi baru terhadap segala sumber daya yang ada di Indonesia, sehingga dapat menciptakan produk olahan baru dengan mengutamakan rasa dan kualitas. Salah satu aspek penting yang diperhatikan oleh Ibu Siti adalah kemasan produk. Desain kemasan yang menarik dan fungsional menjadi faktor penting dalam menarik minat beli konsumen karena kemasan tak hanya berfungsi menjadi pelindung produk, namun bisa menjadi alat pemasaran yang efektif.

Kemasan yang baik mampu meningkatkan daya tarik produk bagi konsumen, memberikan informasi yang jelas mengenai produk, serta menciptakan kesan positif terhadap merek. Dalam konteks persaingan pasar yang semakin ketat, kemasan yang inovatif serta menarik bisa menjadi keunggulan kompetitif bagi produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana pemanfaatan desain kemasan produk keripik pisang dapat meningkatkan minat beli konsumen.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Kemasan Produk

Kemasan dapat diartikan sebagai semua aktivitas yang berhubungan dengan merancang serta membuat wadah untuk suatu produk. Kemasan mencakup merek, wadah itu sendiri, dan label. Terdapat tiga alasan utama untuk membuat pengemasan, yaitu :

- a. Kemasan melindungi produk selama perjalanannya dari produsen ke konsumen
- b. Kemasan bisa melaksanakan pemasaran secara tidak langsung. Melalui kemasan, identifikasi produk menjadi lebih efektif serta dapat mencegah pertukaran dengan produk pesaing
- c. Kemasan dapat meningkatkan laba sehingga suatu usaha perlu membuat kemasan yang semenarik mungkin sehingga bisa meningkatkan minat beli konsumen. (Marianne Rosner Klimchuk & Sandra A. Krasocev, 2006:49, dalam Erlyana, 2018).

### Desain Kemasan

Desain kemasan selalu terkait dengan estetika, yang berasal dari pemilihan warna, informasi, dan fakta produk. Tujuannya adalah untuk menarik perhatian konsumen. Pada awalnya, kemasan hanya bertujuan melindungi produk, namun seiring waktu dan berubahnya gaya hidup, kini kemasan berfungsi sebagai *silent seller* (Nf Mufreni, 2016).

### Elemen-Elemen Dalam Kemasan

- a. Warna, Warna kemasan adalah aspek pertama yang menarik minat pembeli. Studi menunjukkan bahwa 62-90% cara orang menilai dan mengevaluasi suatu barang dipengaruhi oleh warna.
- b. Layout, tipografi, dan informasi yang jelas
- c. Kualitas bahan kemasan, Kemasan yang terbuat dari kertas atau material berkualitas rendah dengan pencetakan yang kurang baik tidak akan menarik minat konsumen. Di sisi lain, bahan kemasan yang berkualitas tinggi akan memberikan nilai akuisisi pelanggan yang lebih besar.
- d. Inovasi desain kemasan, Desain kemasan yang diciptakan dengan inovasi unggul selalu menarik perhatian konsumen. Contohnya adalah kemasan yang mudah untuk dibuka, kemasan yang tahan terhadap guncangan, kemasan yang ramah lingkungan, atau kemasan yang mengurangi risiko pecah atau tumpah (Kemazan, 2022).

## Minat Beli Konsumen

Minat beli merupakan kemungkinan bahwa pembeli akan bertransaksi dengan mencari informasi berdasarkan beragam sumber. Pembeli menunjukkan ketertarikan terhadap produk atau layanan tertentu, namun belum tentu mereka akan mengonfirmasi pembelian produk atau layanan tersebut. (Bella Fidanty Shahnaz et al., 2016).

## Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yaitu metode agar bisa meraih keunggulan bersaing yang berkelanjutan, baik bagi perusahaan yang memproduksi barang maupun jasa. Strategi pemasaran bisa dianggap menjadi salah satu landasan yang digunakan dalam merancang rencana perusahaan secara keseluruhan (Hendika Wibowo Zainul Arifin Sunarti Fakultas Ilmu Administrasi, 2015)

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu dengan mewawancarai secara mendalam dan pengamatan langsung terhadap subjek penelitian. Data tambahan diperoleh dari berbagai referensi yang relevan, seperti jurnal ilmiah dan buku, untuk memperkaya analisis dan pemahaman tentang fenomena yang diteliti.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi, dapat menghasilkan pembahasan pemanfaatan desain kemasan produk dalam meningkatkan minat beli konsumen.

## Kemasan Produk Ceriping Gedhang PT BUMAY KACBAWJAYA

Pada produk keripik pisang yang lain, untuk kemasan kebanyakan menggunakan kemasan plastik bening biasa yang kurang menarik dari segi tampilan dan bisa dikatakan sebagai kemasan yang jadul. Ibu Siti memilih menggunakan kemasan standing pouch yang dari segi tampilannya menarik, selain itu juga telah dilengkapi dengan ziplock yang dapat memperpanjang usia atau ketahanan produk supaya lebih awet dan memudahkan konsumen dalam menutup maupun menyimpan kembali kemasan dengan rapat.



Gambar 1 Desain Kemasan Produk Ceriping Gedhang

Elemen-Elemen pada Kemasan Produk Ceriping Gedhang PT BUMAY KACBAWJAYA

1. Logo: Terdapat Logo usaha dengan tulisan Bu May dan ilustrasi wajah dari pemilik UMKM juga Logo Bangga Buatan Indonesia, dan Logo Halal

2. Nama Produk: Ceriping Gedhang
3. Jargon Usaha: Anti Galau
4. Foto Produk: keripik pisang di dalam mangkuk putih dan gambar buah pisang
5. Pilihan Netto: 150gr dan 200gr
6. No. PIRT
7. Varian Rasa
8. Deskripsi Produk: Ceriping Gedhang enak dinikmati bersama keluarga dan teman-teman dalam situasi apapun
9. Komposisi: pisang, garam, gula, minyak goreng
10. Informasi Produksi
11. Alamat E-mail dan akun media sosial
12. Kode Produksi dan Baik Digunakan

## Peran Desain Kemasan Produk Ceriping Gedhang Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen

Desain kemasan menjadi salah satu faktor kunci yang memengaruhi minat beli konsumen terhadap suatu produk. Dari analisis desain kemasan yang telah dilakukan, terlihat bahwa elemen-elemen yang ada di dalamnya sangat membantu calon pembeli dalam mendapatkan informasi mengenai produk ceriping gedhang dan sekaligus informasi tentang UMKM, terutama akun media sosialnya. Dengan demikian, kejelasan informasi dalam desain kemasan produk dan pemilihan kemasan yang tepat dapat meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap produk ceriping gedhang dari PT BUMAY KACBAWJAYA.

Selain itu, penggunaan kemasan standing pouch yang menarik dan dilengkapi dengan ziplock menawarkan keunggulan tersendiri. Kemasan ini tak hanya menarik secara visual, namun praktis karena dapat memperpanjang masa simpan produk dan memudahkan konsumen untuk menutup dan menyimpan kemasan dengan rapat. Oleh karena itu, desain kemasan yang baik tak hanya berfungsi melindungi produk, namun sebagai sarana pemasaran yang efektif untuk menarik perhatian dan minat beli konsumen.

## KESIMPULAN

Desain kemasan berperan penting ketika meningkatkan minat beli konsumen, kemasan yang menarik dan juga memuat informasi yang jelas dapat menarik perhatian calon konsumen. Elemen-elemen yang terdapat dalam suatu kemasan juga harus diperhatikan lagi agar dapat lebih menonjolkan produk dibandingkan dengan produk kompetitor. Selain dari sisi visual, kemasan yang fungsional juga memberikan nilai tambah bagi konsumen. Fitur-fitur seperti ziplock, kemasan yang dapat didaur ulang dapat meningkatkan kenyamanan dan kepuasan konsumen. Informasi yang lengkap dan jelas mengenai produk dapat membantu konsumen guna mengambil keputusan pembelian yang lebih cepat. Karena pada dasarnya, desain kemasan yang baik tak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, namun bisa menjadi alat pemasaran yang efektif sehingga dengan menggabungkan aspek visual, fungsionalitas, dan adanya informasi yang jelas, desain kemasan dapat meningkatkan minat beli konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

Bella Fidanty Shahnaz, N., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2016). Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen di Toko Online. *Management Analysis Journal*.

<http://maj.unnes.ac.id>

Erlyana, Y. (2018, September.). Analisis Peranan Desain Kemasan Terhadap Brand Identity Dari Sebuah Produk Makanan Lokal Indonesia Dengan Studi Kasus: Produk Oleh-Oleh Khas Betawi "Mpo Romlah." In *National Conference of Creative Industry*.

Hendika Wibowo Zainul Arifin Sunarti Fakultas Ilmu Administrasi, D. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Di Jeng Solo). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) / Vol* (Vol. 29, Issue 1).

[www.depkop.go.id](http://www.depkop.go.id)

Kemazan. (2022, October 28). *Bagaimana Elemen Kemasan Mempengaruhi Perilaku Konsumen Untuk Membeli Produk*.

Nf Mufreni, A. (2016). Pengaruh Desain Produk, Bentuk, Kemasan, dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Te Hijau Serbuk Tocha). *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(2), 48-54.

<http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jem>