

# Pengaruh Desain Kemasan Produk UMKM terhadap Minat Konsumen

Nur Alisa Septivianti\*<sup>1</sup>

Ni Made Ida Pratiwi<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia

\*e-mail: [nuralisa63591@gmail.com](mailto:nuralisa63591@gmail.com)<sup>1</sup>, [idapратиwi@untag-sby.ac.id](mailto:idapратиwi@untag-sby.ac.id)<sup>2</sup>

## Abstrak

*Kegiatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah suatu bidang usaha yang dapat berkembang dan konsisten dalam perekonomian suatu negara maupun daerah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh desain kemasan terhadap minat konsumen. Jenis penelitian adalah deskriptif dan menggunakan metode kualitatif. Di dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa desain kemasan produk berpengaruh terhadap minat konsumen, karena dengan desain kemasan yang menarik konsumen akan semakin tertarik dengan produk tersebut.*

**Kata kunci:** UMKM, Desain Kemasan, Konsumen.

## Abstract

*Micro, Small, and Medium Enterprise Activities (UMKM) is one of the business fields that can develop and be consistent in the economy of a country or region. This research aims to determine the effect of packaging design on consumer interest. This type of research is descriptive and uses a qualitative method. In this research, it can be concluded that product packaging design affects consumer interest, because with packaging design that attracts consumers will be more interested in the product.*

**Keywords:** UMKM, Packaging Design, Consumer

## PENDAHULUAN

Mengacu pada kegiatan bisnis atau perusahaan yang dilakukan oleh individu, kelompok, usaha kecil, atau bahkan rumah individu. Kehadiran UMKM di Indonesia sangat merugikan, mengingat kontribusinya yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Salah satu sektor ekonomi Inggris yang sedang berkembang adalah industri makanan. Variasi produk yang beragam dan desain yang menarik adalah cara terbaik untuk menarik pelanggan dan berpartisipasi dalam pertumbuhan pasar.

Kemasan merupakan bahan yang biasa digunakan untuk membungkus suatu produk, kemasan juga memiliki fungsi sebagai identitas produk untuk meningkatkan penjualan. Dalam kemasan pasti melibatkan desain yang juga memiliki fungsi agar konsumen mengetahui informasi dari suatu produk. Kemasan juga merupakan suatu sarana pemasaran yang sangat efektif.

Pada zaman ini kemasan juga semakin berkembang dengan berbagai pilihan bahan seperti plastik, kaca, kertas daur ulang, dan juga aluminium foil, dari bahan-bahan tersebut memiliki fungsi masing-masing. Fungsi menurut pemakaiannya kemasan memiliki tiga jenis yang terdiri dari kemasan sekali pakai, kemasan digunakan berulang kali, dan kemasan multi-trip.

Desain kemasan pasti tidak bisa lepas dari nilai estetika, yang dimana nilai estetika memiliki jenis seperti bentuk, warna, tema, dan motif hias. Menurut herman kertajaya, produk tersebut perlu dilindungi dari pembeli dan disertai dengan atribut yang meliputi barcode, halal, no PIRT, komposisi, tanggal kadaluarsa, tanggal produksi, cara pemakaian, dan informasi perusahaan. Khususnya, jika Anda memiliki desain yang unik, perkembangan zaman kemasan akan menjadi semakin terlihat.

## METODE

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif yang bertujuan untuk memberikan gambaran yang sedang terjadi di zaman modernisasi saat ini. Dalam metode deskriptif ini memberikan gambaran yang akurat yang sesuai dengan fakta yang terjadi di lapangan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian ini menghasilkan pembahasan berpengaruhnya desain kemasan suatu produk terhadap minat konsumen.

### Bentuk Kemasan

Konsumen sering menggunakan bentuk kemasan sebagai salah satu acuan dalam memilih suatu produk, konsumen juga mempunyai asumsi bahwa jika kemasan lebih besar, maka isinya juga lebih banyak. Penelitian yang dilakukan oleh Raghbir dan Krishna (1999) konsumen merasa isi atau volume produknya sering tidak sesuai atau lebih sedikit dari ukuran kemasannya, hal tersebut tetap tidak merubah persepsi konsumen untuk menggunakan bentuk kemasan sebagai acuan dalam menentukan suatu isi produk di dalamnya.

Bentuk kemasan mempengaruhi minat konsumen. Hal tersebut banyak diterapkan di momen-momen tertentu, seperti pada momen hari raya, natal, dan tahun baru. Pada saat perayaan tertentu sering diadakannya bundle product yang dimana mempunyai kesan yang lebih murah sehingga konsumen tertarik..

### Desain Kemasan Produk

Beberapa elemen juga perlu di pertimbangkan dalam mendesain suatu produk, Menurut kolter (2003) "ada enam hal yang harus dipertimbangkan yaitu, ukuran produk, bentuk produk, komponen apa saja yang ada dalam produk tersebut, teks yang digunakan, merek, serta warna. Warna juga memiliki peran tersendiri, warna digunakan untuk menyampaikan kesan yang bermakna kepada calon pembeli atau konsumen". Proffesor Jennifer Anker juga mengemukakan pendapatnya bahwa "ada 5 macam warna yang mendominasi pasar dengan pesan yang bermakna tersendiri. 5 warna tersebut yaitu mempunyai lambang tersendiri seperti biru muda melambangkan ketulusan, melambangkan ketertarikan, kompetensi, dan warna yang merah hijau ungu melambangkan keamanan dan warna kuning melambangkan ketahanan".

Dalam desain produk, penting juga bagi konsumen untuk membeli suatu produk, di dunia modern ini desain produk juga mempengaruhi proses penjualan suatu produk. Dalam desain kemasan harus memberikan informasi yang jelas tentang suatu produk yang dapat membuat konsumen mengetahui dengan jelas tentang produk tersebut. Kreatufitas dalam desain pasti membutuhkan pemahaman tentang produk, target pasar, dan personal branding suatu produk.

Tujuan kemasan tidak hanya untuk melindungi produk di dalamnya, desain dalam suatu produk juga dapat menarik secara visual yang merupakan salah satu aspek terpenting dalam pembuatan produk di zaman sekarang. Faktor lain yang dapat mempengaruhi desain produk adalah jenis huruf atau teks yang digunakan.

Font merupakan salah satu contoh gaya teks yang memiliki dampak persepsi pada suatu desain. Font komik sans-serif biasanya menampilkan teks sebagai sketsa, gambar, atau kalimat. Jenis huruf ini tidak sesuai untuk desain produk tetapi, berfungsi untuk penulisan buku komik atau novel. Dilakukan oleh Paras Chpra "yang menunjukkan bahwa ukuran teks dan pilihan jenis font berdampak pada perhatian pembaca".

## KESIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwa desain kemasan produk sangat berpengaruh pada zaman modern ini. Bentuk kemasan produk juga berpengaruh terhadap daya minat pembeli karena pembeli melihat produk pertama kali yaitu melalui bentuk dan desain. Dengan desain yang menarik dan informatif akan membuat konsumen lebih tertarik pada suatu produk tersebut. Tujuan kemasan produk tidak hanya untuk wadah suatu produk, tetapi juga dapat digunakan untuk menarik konsumen yang membuat peningkatan penjualan. .

**DAFTAR PUSTAKA**

Mufreni, A. N. (2016). Pengaruh desain produk, bentuk kemasan dan bahan kemasan terhadap minat beli konsumen (studi kasus teh hijau serbuk tocha). *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(2), 48-54.

Saputro, A., Anif, M., & Prasetyo, B. H. (2022). Desain Branding Kemasan Produk UMKM Yang Menarik dan Ekonomis. *Prosiding SISFOTEK*, 6(1), 194-201.