

Pemetaan Desain Kemasan Produk UMKM Makanan: Analisis Visual di Toko Oleh-Oleh Bandung Berdasarkan Jenis, Bentuk, Material, dan Teknik Cetak

Diena Yudiarti¹, Bijaksana Prabawa², Wirania Swasty^{3*}, Salma Alya Salsabila⁴
Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom¹²³⁴
wirania@telkomuniversity.ac.id^{3*}

ABSTRAK. Peningkatan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor makanan, terutama di Kota Bandung, merupakan tantangan yang terus dihadapi. Salah satu aspek kunci yang dapat mendukung daya saing UMKM makanan adalah desain kemasan produk yang efektif. Meskipun demikian, UMKM sering menghadapi kendala dalam merancang desain kemasan yang sesuai dengan tren pasar dan kurangnya sumber daya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk melakukan pemetaan desain kemasan UMKM makanan di toko oleh-oleh Kota Bandung dengan fokus pada jenis desain, bentuk, material, dan teknik cetak yang digunakan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode observasi terhadap sampel kemasan dari berbagai toko oleh-oleh terkenal. Olah data menggunakan analisis visual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar kemasan hanya memiliki kemasan primer, dengan bentuk folding carton dan stand up pouch yang menggunakan teknik cetak offset dan dekorasi direct print sebagai pilihan utama. Material yang paling sering digunakan adalah kertas karton. Penelitian ini dapat digunakan sebagai panduan bagi UMKM di wilayah Bandung untuk lebih inovatif dalam desain kemasan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan daya saing UMKM makanan di Kota Bandung dan wilayah sekitarnya.

Diterima:
23/10/2023
Direvisi:
13/02/2024
Disetujui:
30/04/2024

Kata Kunci: Desain kemasan, UMKM makanan, analisis visual.

Mapping Packaging Design Of Food Msme Products: Visual Analysis In Souvenir Shops In Bandung Based On Type, Shape, Material, And Printing Technique

ABSTRACT. *Improving the competitiveness of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the food sector, especially in the city of Bandung, is an ongoing challenge. One key aspect that can enhance the competitiveness of food MSMEs is effective product packaging design. However, MSMEs often face obstacles in creating packaging designs that align with market trends due to limited resources. Therefore, this research aims to conduct a mapping of packaging designs for food MSMEs in souvenir shops in Bandung, focusing on the types of designs, shapes, materials, and printing techniques used. This study employs a qualitative descriptive approach with observational methods, analyzing visual data. The results reveal that most packaging consists of primary packaging, featuring folding carton and stand-up pouch forms, primarily utilizing offset printing and direct print decorations. The most frequently used material is cardboard. This research can serve as a guide for MSMEs in the Bandung region to innovate their packaging designs. The findings are expected to contribute to enhancing the competitiveness of food MSMEs in Bandung and its surrounding areas.*

Keywords: *Packaging design, food MSMEs, visual analysis.*

PENDAHULUAN

Peningkatan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor makanan, khususnya di Kota Bandung, merupakan tantangan yang terus dihadapi. Salah satu aspek penting yang dapat mendukung daya saing UMKM makanan adalah desain kemasan produk (Asri et al. 2020). Kemasan produk makanan bukan hanya harus bisa melindungi, mengangkut, dan memberikan informasi saja, melainkan harus ramah lingkungan dan bisa digunakan untuk promosi produk (Ankiel and Grzybowska-Brzezińska 2020).

Meskipun demikian, seringkali UMKM menghadapi kendala dalam merancang desain kemasan yang efektif, terutama dalam hal perencanaan desain yang sesuai dengan tren dan preferensi pasar. Lestari et al. (2023) telah mengamati suatu UMKM dan mendapati bahwa desain kemasan yang ada kurang menarik dan

mencerminkan identitas merek UMKM. Selain itu, desain kemasan yang ada belum memperhatikan hierarki informasi dalam desain layout, serta kurang diferensiasi sehingga kemasan produk terlihat standard. Pulungan, Nadira, dan Dewi (2018) menemukan kemasan produk makanan lokal hanya menggunakan plastik sebagai kemasan primer dan karton dupleks sebagai kemasan sekunder dengan bentuk, penampilan, dan warna yang tidak menarik. Swasty, Rahman, dan Fadilla (2019) terungkap bahwa sebagian besar pelaku UMKM mendesain sendiri kemasannya.

Dari data sekunder yang dipaparkan, dapat teridentifikasi masalah di antaranya kurangnya pemahaman tentang desain kemasan yang efektif (menarik dan memperhatikan prinsip desain). UMKM seringkali tidak memiliki pengetahuan desain yang cukup tentang tren dan prinsip-prinsip merancang desain kemasan yang efektif. Masalah lainnya adalah kurang tersedianya sumber daya untuk merancang desain kemasan. UMKM seringkali memiliki keterbatasan sumber daya, baik dari segi finansial (biaya produksi) maupun tenaga ahli untuk merancang desain kemasan yang efektif.

Oleh karena itu, kajian mengenai pemetaan desain kemasan UMKM makanan di Kota Bandung menjadi penting, salah satunya untuk mengetahui kondisi desain kemasan makanan UMKM di Kota Bandung. Penelitian ini dapat memberikan gambaran umum tentang desain kemasan makanan UMKM di Kota Bandung dan memberikan rekomendasi perbaikan desain kemasan makanan UMKM di Kota Bandung.

Kemasan merupakan bagian penting dari produk, terutama ketika produk tersebut dipajang di rak toko. Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai wadah untuk melindungi produk dari kerusakan, tetapi juga dapat menjadi media promosi. Dengan demikian, kemasan dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk (Swasty, Mustikawan, and Koesoemadinata 2019). Secara umum, kemasan berfungsi untuk menjaga (*to protect*), sebagai wadah (*to contain*), dan media promosi (*to promote*) (Wahyudi and Satriyono 2017). Julianti (2014) menguraikan lebih detail mengenai fungsi kemasan yaitu melindungi kualitas

produk, membuat produk tahan lebih lama, membantu distribusi produk dari produsen sampai ke tangan konsumen, membuat produk dapat diproduksi secara massal, sebagai sarana komunikasi produk dan branding kepada konsumen, serta memicu minat beli dan mempengaruhi keputusan pembelian.

Kotler & Keller (2016) membagi jenis kemasan menjadi tiga yaitu *primary package*, *secondary package*, dan *shipping package*. Sebagai contoh produk minuman dikemas dalam botol plastik (*primary package*) dalam kotak cardboard (*secondary package*) dalam kotak corrugated (*shipping package*) (Kotler and Keller 2016).

Kemasan memiliki peran yang sangat penting dalam melindungi produk dari faktor-faktor eksternal yang dapat merusaknya. Kemasan harus bisa menahan aroma produk, oksigen, dan kelembapan agar tidak menembus kemasan untuk menjaga produk dalam kemasan tahan lama dan dalam kondisi yang baik. Berbagai jenis material kemasan digunakan sesuai dengan sifat produk yang dikemas. Sebagian besar kemasan untuk produk seperti kopi, teh, atau produk bukan makanan yang perlu dilindungi dari aroma, oksigen, sinar, dan gas menggunakan material seperti PET, lem, aluminium foil, dan LLDPE (laminated film) (Julianti 2017). Barrier material menjadi kunci dalam menjaga produk tetap segar dan tahan lama di dalam kemasan. Pilihan format kemasan juga beragam, dengan stand up pouch, sachet, dan polybag menjadi yang paling umum digunakan (Julianti 2017).

Struktur dan material dalam desain kemasan sangat bervariasi. Klimchuk & Krasovec (2012) menguraikan berbagai struktur dan material kemasan, di antaranya kardus, corrugated paperboard, folding karton (karton lipat), kotak jadi, canister, plastik, blister, kaca, logam, kaleng, tube, kemasan fleksibel, label, tutup, dan kemasan siap pakai. Sementara itu, Wahyudi & Satriyono (2017) mencatat beragam material kemasan seperti kertas dan karton, plastik rigid, flexible plastic, kaleng, gelas, dan kayu.

Proses cetak pada kemasan juga memiliki berbagai teknik, termasuk offset litografi, flexography, Grafir, letterpress (Klimchuk and Krasovec 2012), serta teknik khusus seperti screen printing, emboss, stempel foil, pelapis, in-mold albeling untuk plastik, applied ceramic labelling untuk kaca, acid etching, tergantung pada jenis material kemasan yang digunakan.

Selain itu, proses cetak juga memiliki variasi yang signifikan. Menurut (DuPuis and Silva 2011), ada lima proses cetak kemasan yang umum digunakan, yaitu offset litografi, flexography, rotogravure, silkscreen (sablon), dan digital printing. Sedangkan Wahyudi & Satriyono (2017) mencatat bahwa teknik cetak mencakup cetak offset, cetak saring (sablon), dan cetak digital, dengan pilihan dekorasi seperti direct print dan label. Dengan begitu banyak pilihan bentuk, material, format, dan teknik cetak yang tersedia, pemilihan kemasan menjadi faktor penting dalam mempertimbangkan bagaimana melindungi dan mempromosikan produk dengan baik di pasaran.

Kajian ini berhubungan dengan temuan-temuan penelitian sebelumnya tentang pentingnya desain kemasan dalam meningkatkan daya saing produk UMKM. Penelitian oleh Erlyana (2018) dan Najib et al. (2022) menunjukkan bahwa kemasan produk lokal seringkali kurang menarik dan memiliki nilai jual yang rendah dibandingkan dengan produk dari perusahaan besar. Dengan demikian, kajian ini dapat memperkuat temuan-temuan sebelumnya dan memberikan gambaran umum tentang bagaimana UMKM di Kota Bandung merancang desain kemasan produknya.

Penelitian yang dilakukan oleh Sutanto et al. (2021) telah menganalisis pemetaan visual desain kemasan minyak telon tradisional dan modern secara kualitatif dengan parameter berupa elemen visual grafis kemasan (warna, bentuk, tipografi, ilustrasi, merek, dan tata letak). Namun, penelitian tersebut tidak membahas jenis kemasan, material, dan teknik cetak kemasan. Selain itu, penelitian Sutanto et al. (2021) berfokus pada kemasan minyak telon. Penelitian Wantoro et al. (2021) berfokus

pada visual foto pada kemasan makanan suatu brand, namun tidak membahas visual bentuk dan bahan kemasan.

Penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya karena tidak hanya menganalisis elemen visual grafis kemasan, tetapi juga memperhatikan jenis kemasan, material, dan teknik cetak yang digunakan. Selain itu, fokus penelitian ini lebih luas, tidak hanya terbatas pada satu jenis produk atau elemen visual tertentu, melainkan mencakup berbagai kemasan dan elemen visual dari berbagai jenis produk.

Dengan demikian, tujuan kajian ini adalah untuk melakukan pemetaan desain kemasan UMKM makanan di toko oleh-oleh Kota Bandung. Secara khusus, lingkup penelitian ini bertujuan untuk: mengidentifikasi jenis desain kemasan, bentuk, material, dan teknik cetak yang digunakan oleh UMKM makanan di toko oleh-oleh Kota Bandung. Dengan mencapai tujuan ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran umum dan tren tentang desain kemasan UMKM makanan di Kota Bandung.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode observasi. Kajian pemetaan desain kemasan ini dilakukan di wilayah Kota Bandung dan untuk penelitian ini ruang lingkungannya dibatasi pada UMKM makanan/minuman. Sampel yang dijadikan objek kajian diperoleh dari beberapa toko oleh-oleh terkenal di Kota Bandung, seperti Kartika Sari, Prima Rasa, Kunafe, dan lain-lain yang menjual berbagai produk makanan UMKM yang dikemas.

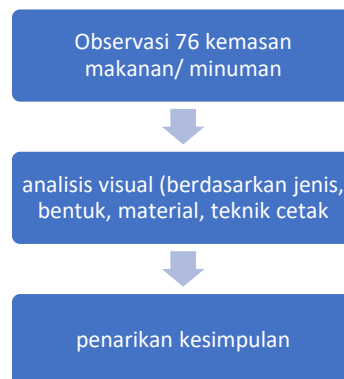
Penentuan *sample size* menggunakan *convenience sampling* dengan mempertimbangkan ketersediaan sumber daya (waktu, anggaran, dan tenaga peneliti) serta tingkat variasi dalam populasi. Dikarenakan variasi antara jenis, bentuk, material kemasan cukup besar dalam populasi, maka tidak diperlukan sampel yang sangat besar untuk mendapatkan wawasan yang cukup.

Pengolahan data menggunakan metode analisis visual berupa analisis penelitian berbasis gambar (*the image-based research analysis*) yang difokuskan pada

interpretasi materi visual yang dituangkan dalam bentuk matriks sebagaimana dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu (Kamil, Abidin, dan Hassan 2019; Swasty dan Mustafa 2023). Sampel 76 kemasan produk UMKM (Gambar 1) yang dipilih kemudian dianalisis visual menggunakan indikator dari teori yang ada dengan mengamati jenis (Kotler and Keller 2016), bentuk (Julianti 2017; Klimchuk and Krasovec 2012), material (Julianti 2014; Klimchuk and Krasovec 2012), dan teknik cetak (Wahyudi and Satriyono 2017). Langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan untuk menjawab rumusan penelitian (Gambar 2).



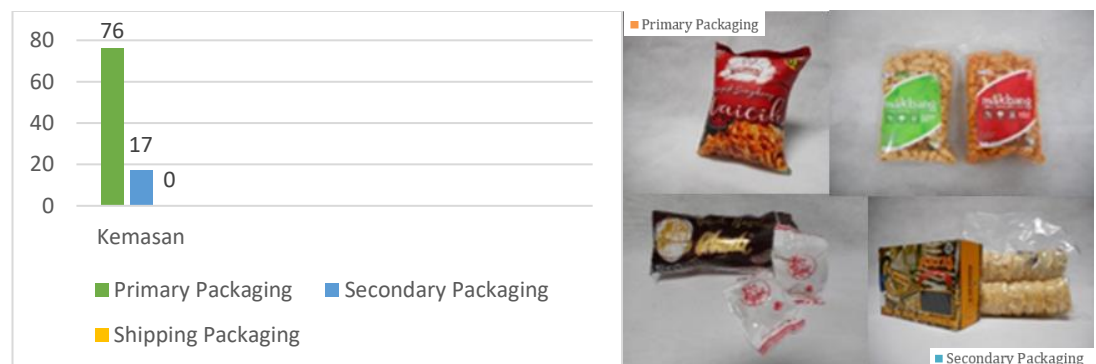
Gambar 1. Beberapa Foto Sampel Kemasan UMKM sebagai Objek Penelitian
Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 2. Alur Penelitian
Sumber: Dokumentasi Pribadi

PEMBAHASAN

Setelah mengumpulkan data dan melihat hasil *mapping* desain kemasan makanan yang terdapat di toko oleh-oleh Kota Bandung, dapat diketahui bahwa dari sebanyak 76 sampel kemasan setelah diklasifikasi berdasarkan jenis menurut Kotler & Keller (2016), dapat ditemukan 76 kemasan yang memiliki kemasan *primary package* dan dapat ditemukan 17 buah kemasan yang memiliki kemasan *secondary package*. Akan tetapi dari hasil *mapping* desain kemasan ini dari sebanyak 76 buah sampel kemasan, tidak ada yang memiliki kemasan *shipping package*. Sesuai dengan data yang telah didapat bisa diketahui, kebanyakan kemasan yang terdapat di toko oleh-oleh Kota Bandung ini hanya memiliki kemasan *primary packaging* (Gambar 3).

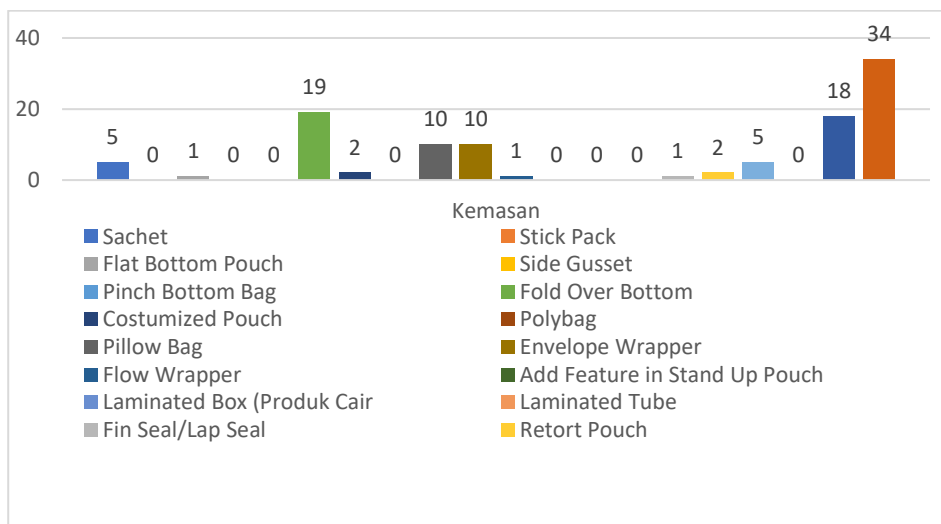
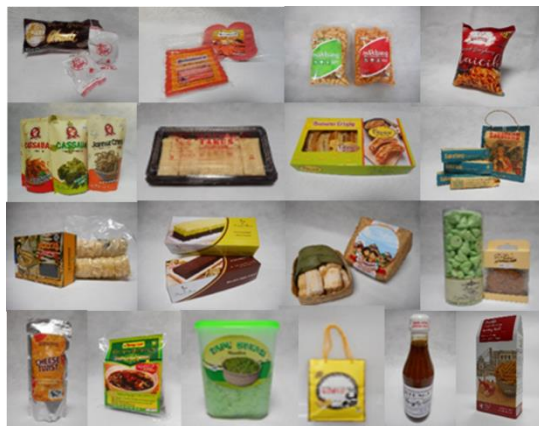


Gambar 3. Diagram Data Jenis Kemasan dan Contohnya
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Berikutnya, berdasarkan hasil analisis *mapping* 76 sampel desain kemasan makanan yang terdapat di toko oleh-oleh Kota Bandung, setelah diklasifikasi berdasarkan bentuk menurut Julianti (2017), dapat ditemukan kemasan dengan bentuk saset sebanyak 5 kemasan, kemasan dengan bentuk *flat bottom pouch* sebanyak 1 kemasan, kemasan dengan bentuk *fold over bottom* sebanyak 19 kemasan, kemasan dengan bentuk *customized pouch* sebanyak 2 kemasan, kemasan dengan bentuk *pillowbag* sebanyak 10 kemasan, kemasan dengan bentuk *envelope wrapper* sebanyak 10 kemasan, kemasan dengan bentuk *flow wrapper* sebanyak 1 kemasan, kemasan dengan bentuk *fin seal* sebanyak 1 kemasan, kemasan dengan

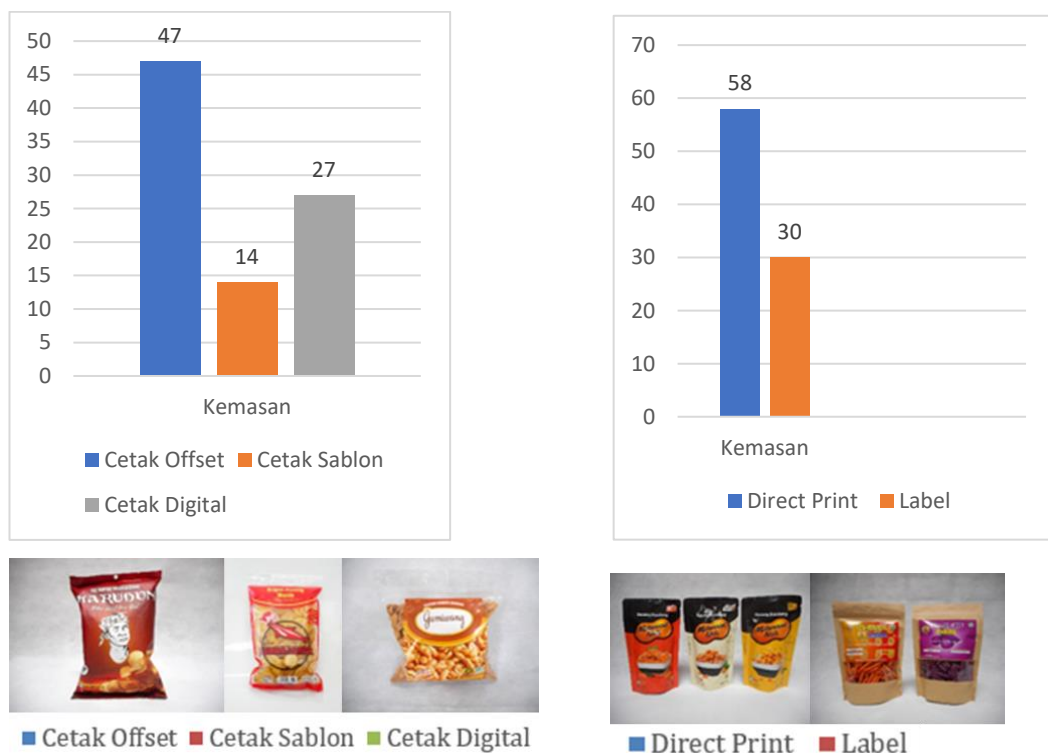
bentuk *retort pouch* sebanyak 2 kemasan, dan kemasan dengan bentuk vacuum sebanyak 5 kemasan (Gambar 4).

Lalu setelah diklasifikasi berdasarkan bentuk menurut Klimchuk & Krasovec (2012) dapat ditemukan kemasan dengan bentuk kotak jadi sebanyak 18 buah kemasan dan kemasan dengan bentuk folding carton sebanyak 34 kemasan. Dari data kemasan yang sudah diperoleh dapat diketahui, kebanyakan kemasan yang terdapat di toko oleh-oleh Kota Bandung memiliki bentuk *folding carton* dan *stand up pouch* dengan jenis *fold over bottom*. Hal ini sejalan dengan Julianti (2017) yang berpendapat bahwa kemasan paling umum digunakan adalah stand up pouch, sachet, dan polybag.



Gambar 4. Diagram Data Bentuk Kemasan
Sumber: Dokumentasi Pribadi

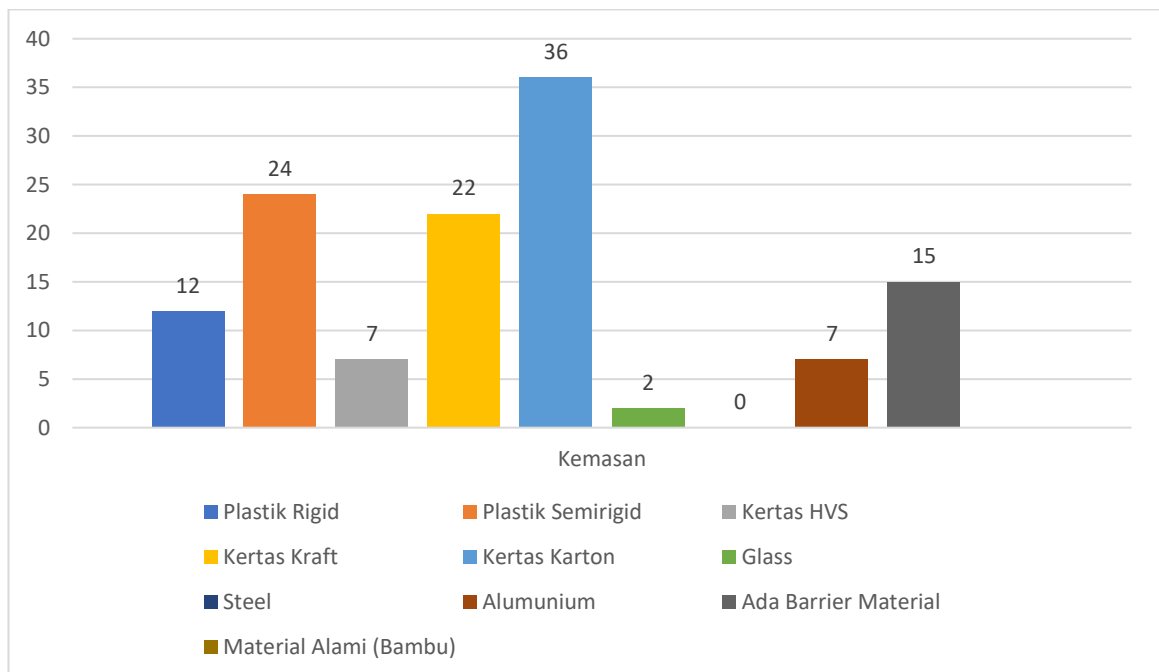
Selanjutnya, dari hasil analisis 76 sampel desain kemasan yang terdapat di toko oleh-oleh Kota Bandung, setelah diklasifikasi berdasarkan teknik cetaknya menurut Wahyudi & Satriyono (2017), dapat ditemukan kemasan dengan teknik cetak *offset* sebanyak 47 kemasan, kemasan dengan teknik cetak saring (sablon) sebanyak 14 kemasan, dan kemasan dengan teknik cetak digital sebanyak 27 kemasan. Selain itu, kemasan-kemasan ini juga diklasifikasi berdasarkan pilihan dekorasi menurut Wahyudi & Satriyono (2017) yang dapat diketahui, sebanyak 30 kemasan memakai dekorasi label dan 58 kemasan memakai dekorasi *direct print*. Berdasarkan data yang telah diperoleh, diketahui bahwa kebanyakan kemasan-kemasan ini menggunakan teknik cetak *offset* dan menggunakan dekorasi yaitu *direct print* (Gambar 5).



Gambar 5. Diagram Data Teknik Cetak (kiri); Pilihan Dekorasi (kanan)
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Dari hasil analisis 76 sampel desain kemasan yang terdapat di toko oleh-oleh Kota Bandung, setelah diklasifikasi berdasarkan jenis bahan/ materialnya mengikuti Julianti (2014) dan Klimchuck & Krasovec (2012), diketahui bahwa kemasan yang

menggunakan material kertas karton sebanyak 36 kemasan, kemasan yang menggunakan material plastik semirigid sebanyak 24 kemasan, kemasan yang menggunakan material kertas kraft sebanyak 22 kemasan, kemasan kemasan yang memiliki *barrier material* (*Alumunium Foil, Metallized film, Coated Film, Laminated Film*) sebanyak 15 kemasan, kemasan yang menggunakan material plastik rigid sebanyak 12 kemasan, kemasan yang menggunakan material kertas HVS sebanyak 7 kemasan, kemasan yang menggunakan alumunium sebanyak 7 kemasan, kemasan yang menggunakan material beling (*glass*) sebanyak 2 kemasan, dan kemasan yang menggunakan bahan alami yaitu anyaman bambu sebanyak satu buah kemasan (Gambar 6). Dengan data yang telah diperoleh, dapat diketahui bahwa material kertas karton merupakan material yang paling sering dipakai sebagai material kemasan makanan yang terdapat di toko oleh-oleh Kota Bandung, sedangkan penggunaan material alami seperti anyaman bambu, jarang digunakan.



Gambar 6. Diagram Data Bahan kemasan
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Hasil temuan ini dapat dikaitkan dengan teori dan penelitian terkait. Misalnya, penelitian oleh Erlyana (2018) menunjukkan bahwa kemasan produk lokal

seringkali kurang menarik dan memiliki nilai jual yang rendah dibandingkan dengan produk dari perusahaan besar. Penelitian ini menemukan bahwa kemasan oleh-oleh makanan Kota Bandung umumnya terbuat dari bahan kertas karton dengan teknik cetak offset standar tanpa adanya finishing tambahan seperti grafir, emboss, atau acid etching. Bahkan ada kemasan yang hanya menggunakan bahan plastik ditempel label seadanya. Padahal desain kemasan dapat menjadi faktor peningkatan daya saing produk UMKM, sebagaimana diungkap oleh Najib et al. (2022). Dalam hal ini, penggunaan kemasan dengan desain yang menarik dan sesuai dengan preferensi konsumen dapat meningkatkan persepsi kualitas produk (Sosianika et al. 2022).

Secara keseluruhan, hasil analisis mapping desain kemasan makanan di toko oleh-oleh Kota Bandung menunjukkan bahwa sebagian besar kemasan hanya memiliki kemasan *primary packaging*, dengan bentuk *folding carton* dan *stand up pouch* yang menggunakan teknik cetak offset dan dekorasi *direct print*. Material yang paling sering digunakan adalah kertas karton. Hasil temuan ini dapat digunakan sebagai acuan bagi produsen makanan dalam merancang kemasan yang menarik dan berbeda dengan kompetitor, sehingga seperti menggunakan kemasan sekunder (*family pack*), memberi finishing tambahan seperti emboss atau stemple foil yang membuat titik perbedaan dengan kompetitor, sehingga dapat meningkatkan daya saing produk.

KESIMPULAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami perkembangan desain kemasan produk UMKM di Toko oleh-oleh makanan di Kota Bandung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar kemasan hanya memiliki kemasan *primary packaging* dengan bentuk *folding carton* dan *stand up pouch* yang menggunakan teknik cetak offset serta dekorasi *direct print* sebagai pilihan utama. Material kertas karton dominan digunakan dalam kemasan makanan di toko oleh-oleh Kota Bandung.

Penelitian ini mengungkapkan bahwa sebagian besar UMKM di Kota Bandung belum memanfaatkan potensi penuh desain kemasan untuk meningkatkan daya saing produk mereka. Hal ini dapat menjadi peluang bagi UMKM untuk lebih berinovasi dalam desain kemasan, seperti menggunakan kemasan sekunder, memberikan finishing tambahan, dan mempertimbangkan bahan kemasan yang lebih bervariasi. Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya UMKM untuk memperhatikan desain kemasan sebagai salah satu elemen kunci dalam strategi pemasaran dan branding produk mereka.

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai panduan oleh UMKM di Kabupaten Bandung dan sekitarnya untuk meningkatkan daya saing produk mereka. Dengan memahami tren desain kemasan yang efektif, UMKM dapat mengoptimalkan desain kemasan produk mereka dan bersaing lebih baik di pasar.

Kekurangan penelitian ini adalah fokus pada satu kota, sehingga hasilnya belum tentu dapat digeneralisasikan pada UMKM di wilayah lain di Indonesia. Penelitian ini juga tidak membahas detail mengenai elemen visual grafis kemasan (warna, tipografi, ilustrasi, merek, dan tata letak) dan kriteria desain kemasan yang baik. Selain itu, penelitian ini tidak mencakup aspek preferensi konsumen terhadap desain kemasan, yang dapat menjadi informasi tambahan yang berharga bagi UMKM. Untuk penelitian lanjutan, disarankan untuk memperluas cakupan geografis, melibatkan analisis lebih mendalam terkait elemen visual grafis kemasan dan kriteria desain kemasan yang baik, serta mengeksplorasi preferensi konsumen agar hasilnya bermanfaat bagi pengembangan desain kemasan UMKM makanan di Indonesia secara umum.

UCAPAN TERIMAKASIH

Artikel ini merupakan hasil dari skema Penelitian Dasar tahun 2023. Para penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (PPM) Universitas Telkom atas dukungan keuangan yang telah diberikan.

REFERENSI

- Ankiel, Magdalena, and Mariola Grzybowska-Brzezińska. 2020. "Informative Value of Packaging as a Determinant of Food Purchase." *Marketing of Scientific and Research Organizations* 36 (2): 31–44. <https://doi.org/10.2478/minib-2020-0015>.
- Asri, Arif Faisal, Chemah Tamby Chik, Mohammad Helmi Moh Rais, and Nursyafikah Othman. 2020. "SME Product Packaging: How to Attract Consumers?" *International Journal of Business Society* 4 (7): 102–9. <https://doi.org/10.30566/ijo-bs/2020.23>.
- DuPuis, S., and J. Silva. 2011. *Package Design Workbook*. Massachusetts: Rockport Publishers.
- Erlyana, Yana. 2018. "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: Sustainable Tourism Industry for Economic Development*, 1079–97. Jakarta: Universitas Bunda Mulia.
- Julianti, Sri. 2014. *The Art of Packaging: Mengenal Metode, Teknik, Dan Strategi Pengemasan Produk Untuk Branding Dengan Hasil Maksimal*. Jakarta: Gramedia.
- . 2017. *A Practical Guide to Flexible Packaging: Material, Teknologi, Dan Aplikasi*. Jakarta: Gramedia.
- Kamil, Muhammad Jameel Mohamed, Shahrman Zainal Abidin, and Oskar Hasdinor Hassan. 2019. "Assessing the Attributes of Unconscious Interaction between Human Cognition and Behavior in Everyday Product Using Image-Based Research Analysis." In *Research into Design for a Connected World. Smart Innovation, Systems and Technologies, Vol 134.*, edited by A. Chakrabarti, 63–73. Singapore: Springer. https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-981-13-5974-3_6.
- Klimchuk, Marianne R., and Sandra A. Krasovec. 2012. *Packaging Design: Successful Product Branding From Concept to Shelf (2nd Ed)*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Kotler, P., and K. L. Keller. 2016. *Marketing Management*. 15th Ed. New Jersey: Pearson Education.
- Lestari, Siti Khodijah, M. Rizky Kadafi, Tasri Jatnika, Ayoeningsih Dyah Woelandhary, and Ida Susanti. 2023. "Workshop Redesain Kemasan Produk UMKM 'Ayam Bakekok.'" *DIKMAS Jurnal Pendidikan Masyarakat Dan Pengabdian* 3 (2): 559–66. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.37905/dikmas.3.2.559-566.2023> Abstrak.
- Najib, Moh Farid, Agustunus Februadi, Tjetjep Djatnika, Wahyu Rafdinal, Carolina Magdalena Lasambouw, and Neneng Nuryati. 2022. "Inovasi Desain Kemasan (Packaging) Sebagai Faktor Peningkatan Daya Saing Produk UMKM." *DINAMISIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 6 (1): 56–64. <https://doi.org/https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i1.8397>.
- Pulungan, M. H., N. Nadira, and I. A. Dewi. 2018. "Re-Design of Apple Pia Packaging Using Quality Function Deployment Method." *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* 131 (1): 1–6.

<https://doi.org/10.1088/1755-1315/131/1/012030>.

- Sosianika, Adila, Arie Indra Gunawan, Moh Farid Najib, Fatya Alty Amalia, Widi Senalajari, and Rafiati Kania. 2022. "Peran Penting Kemasan Dalam Meningkatkan Persepsi Kualitas Produk Makanan." *Bhakti Persada Jurnal Aplikasi IPTEKS* 8 (2): 85–92. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31940/bp.v8i2.85-92>.
- Sutanto, Shania, Cindy Muljosumarto, and Ani Wijayanti Suhartono. 2021. "Analisa Pemetaan Visual Desain Kemasan Minyak Telon Tradisional Dan Modern." *DKV Adiwarna* 1 (18): 1–9.
- Swasty, Wirania, and Muhizam Mustafa. 2023. "Using Multiple Case Studies to Examine the Role of Colours in SME Food Packaging." *Wacana Seni* 22: 82–96. <https://doi.org/10.21315/ws2023.22.6>.
- Swasty, Wirania, Arry Mustikawan, and Mohammad Isa Pramana Koesoemadinata. 2019. "Kajian Warna & Ilustrasi Primary Display Panel Kemasan Menggunakan Metode Kuesioner Dan Eye-Tracking." *Jurnal Manajemen Teknologi* 18 (1): 38–53. <https://doi.org/10.12695/jmt.2019.18.1.3>.
- Swasty, Wirania, Yanuar Rahman, and Atria N Fadilla. 2019. "Pelatihan Kemasan Produk Kuliner Yang Persuasif Bagi Koperasi Dan Ukm Kabupaten Bandung." *Charity* 2 (1): 1–9. <https://doi.org/10.25124/charity.v2i1.2067>.
- Wahyudi, Nanang, and Sonny Satriyono. 2017. *Mantra Kemasan Juara*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Wantoro, Ivan Kurniawan, and Shifana Anggraeni. 2021. "Perbandingan Visual Foto Pada Kemasan Indomie Varian Mi Goreng Tahun 2006 dan 2010." *Visualita Jurnal Online Desain Komunikasi Visual* 10 (1): 1–11.