

Desain Struktur Kemasan Produk Makanan Berbahan Dasar Kertas Karton sebagai Oleh-oleh Guna Meningkatkan Penjualan

Linda Rotua Marintan Gurning¹

¹Teknologi Grafika, Sekolah Tinggi Media Komunikasi Trisakti
**Correspondence author: Linda,linda.gurning@trisaktimultimedia.ac.id, Jakarta, Indonesia*

Abstrak. Kertas karton telah menjadi pilihan yang menarik dalam desain struktur kemasan produk makanan sebagai oleh-oleh untuk meningkatkan promosi. Kajian literatur ini bertujuan untuk menganalisis konsep, keuntungan, tantangan, praktik terbaik, dan dampak dari desain kemasan berbahan dasar kertas karton terhadap promosi produk makanan. Melalui kajian literatur, ditemukan bahwa penggunaan kertas karton sebagai bahan kemasan memberikan keberlanjutan dan fleksibilitas desain yang tinggi, meskipun ada tantangan terkait perlindungan produk. Praktik terbaik meliputi penggunaan cetakan dan warna menarik, informasi yang jelas, serta inovasi fungsional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain struktur kemasan berbahan dasar kertas karton memiliki dampak positif dalam meningkatkan promosi dan menaikkan penjualan produk makanan sebagai oleh-oleh. Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi industri makanan dalam memahami penggunaan kertas karton sebagai bahan kemasan yang efektif dalam meningkatkan promosi produk makanan sebagai oleh-oleh di destinasi wisata.

Kata kunci: Desain Struktur Kemasan, Kertas Karton, Oleh-oleh, Promosi, Produk makanan

Abstract. Paperboard has become an attractive option in the design of food product packaging structures as souvenirs to enhance promotion. This literature review aims to analyse the concept, advantages, challenges, best practices and impact of paperboard-based packaging design on food product promotion. Through the literature review, it was found that the use of paperboard as a packaging material provides high sustainability and design flexibility, although there are challenges related to product protection. Best practices include the use of attractive print and colour, clear information, and functional innovation. The results show that the design of paperboard-based packaging structures has a positive impact on improving promotion and increasing sales of food products as souvenirs. This research provides important insights for the food industry in understanding the use of paperboard as an effective packaging material in enhancing the promotion of food products as souvenirs in tourist destinations.

Keywords: : Packaging Structure Design, Paperboard, Souvenirs, Promotion, Food products



A. Pendahuluan

Industri makanan terus berkembang pesat dengan berbagai inovasi produk untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen. Salah satu aspek penting dalam pemasaran produk makanan adalah kemasan, yang tidak hanya berfungsi sebagai pelindung dan penyimpan produk, tetapi juga sebagai media promosi untuk menarik perhatian konsumen. Kemasan yang menarik dan berkesan dapat menjadi pendorong utama bagi konsumen untuk memilih produk tertentu sebagai oleh-oleh saat melakukan kegiatan perjalanan atau sebagai hadiah untuk orang-orang terdekat. Peran kemasan bagi sebuah produk adalah sebagai wadah yang memudahkan transportasi produk dari satu tempat ke tempat lain atau dari produsen ke konsumen. Selain itu, kemasan juga berfungsi untuk melindungi produk dari pengaruh cuaca, benturan dan tumpukan, serta memberikan informasi mengenai citra merek dan digunakan sebagai media promosi. Pertimbangan dalam desain kemasan adalah agar kemasan mudah dilihat, dimengerti, dan mudah diingat oleh konsumen (Widiati, 2020). Bahkan sebelum membeli produk, konsumen cenderung memperhatikan kemasan sebagai pertimbangan penting (Darmawan, 2017).

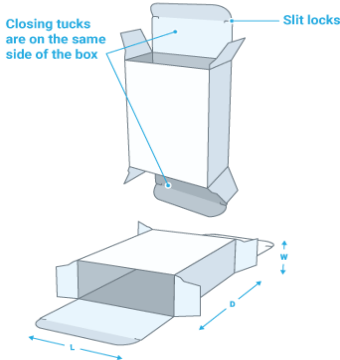
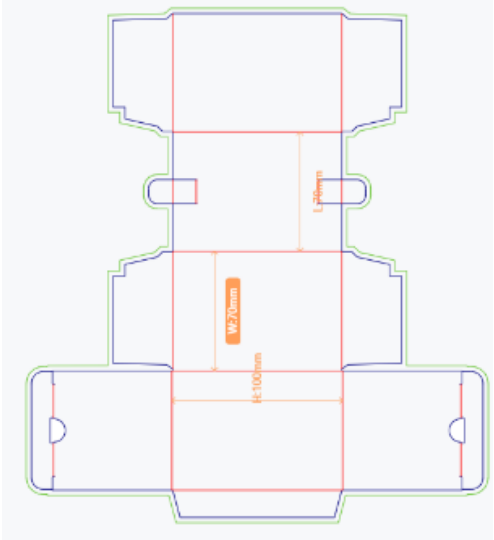
Fungsi dan peranan kemasan menjadi penting di dalam pengemasan produk pangan, termasuk produk oleh-oleh, sebab dengan kemasan produk pangan menjadi terlindungi, selain itu makanan memiliki sifat mudah rusak dalam hal sifat kimia yang terkandung. Ditinjau dari bahan makanan dan hubungannya dengan kemasan, terdapat 2 (dua) faktor yang dapat mempengaruhi kerusakan, yaitu (1) Kerusakan alami yang tidak dapat dicegah dengan kemasan meliputi perubahan kimia, fisika, biokimia, serta mikrobiologis, (2) Kerusakan lingkungan secara keseluruhan yang dapat dideteksi seperti kerusakan mekanis, perubahan kadar air, absorpsi, dan interaksi dengan oksigen serta perubahan cita rasa yang tidak diinginkan (Pulungan MA dkk, 2018). Hal ini mendukung pengertian akan pentingnya pemilihan bahan kemasan dan struktur kemasan terutama untuk kemasan primer bahan makanan, yang dalam penelitian ini fokus kepada makanan yang berfungsi sebagai oleh-oleh.

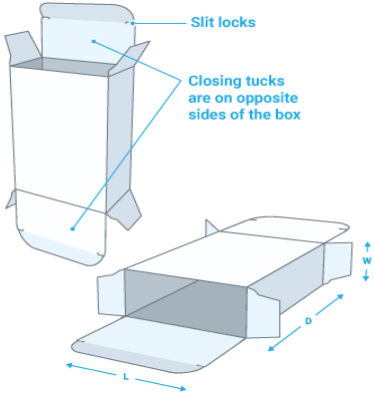
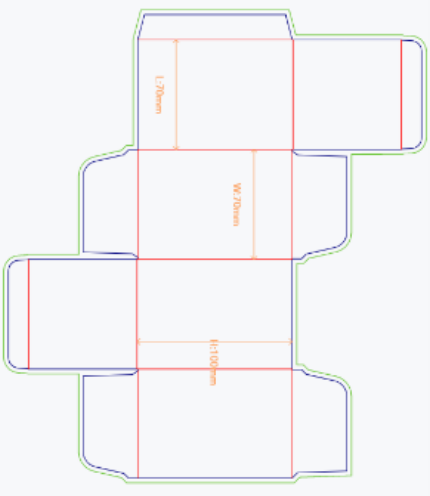
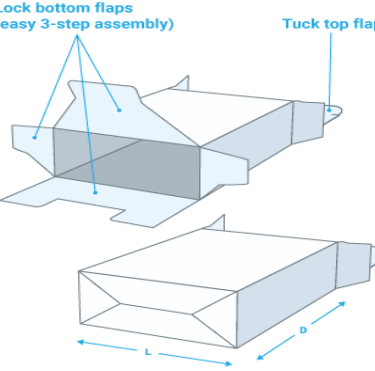
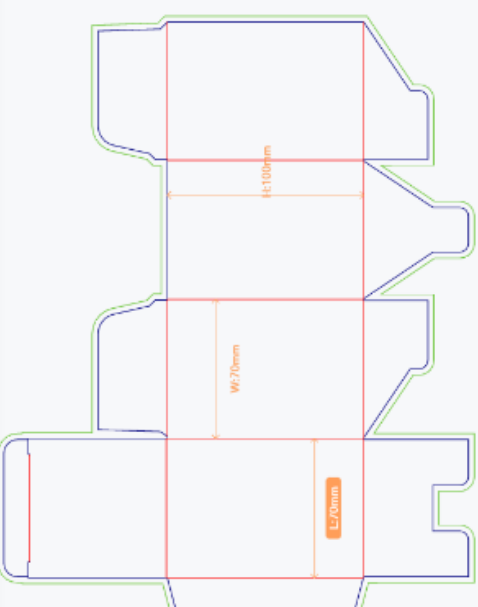
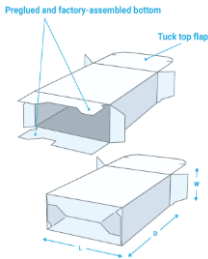
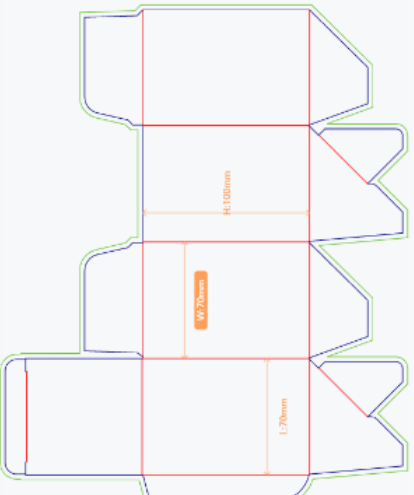
Kementerian Perindustrian Indonesia telah merilis program Making Indonesia 4.0 sebagai suatu rencana strategis untuk membimbing Indonesia dalam menghadapi era Industri 4.0. Melalui Making Indonesia 4.0, fokus utama akan diberikan pada lima sektor manufaktur, yakni: (1) industri makanan dan minuman, (2) tekstil dan pakaian, (3) otomotif, (4) kimia, serta (5) elektronik. Kelima sektor industri ini diharapkan akan menjadi pionir dalam menerapkan Industri 4.0 dan memberikan dampak positif yang signifikan bagi perekonomian Indonesia (Mubyarto dan Sohebien, 2019). Industri makanan menjadi salah satu yang menjadi focus. Meskipun industri makanan tersebut sangat luas, namun makanan sebagai oleh-oleh menjadi bagian dari industri makanan tersebut. Makanan oleh-oleh memiliki peran yang strategis yang banyak diproduksi oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Bagi mereka yang melakukan perjalanan ke berbagai tempat, baik itu kota maupun tujuan wisata, oleh-oleh telah menjadi suatu kebutuhan yang tak terelakkan. Makanan oleh-oleh tidak dapat diabaikan begitu saja; sebaliknya, makanan tersebut harus dijaga dengan menggunakan kemasan yang memiliki beberapa fungsi penting. Kemasan ini bertugas sebagai pelindung, mencerminkan identitas produk, menyampaikan informasi, menggambarkan konsep, menampilkan citra yang menarik, menghadirkan emosi, serta ergonomis. Dalam konteks pariwisata, kemasan menjadi perwakilan budaya

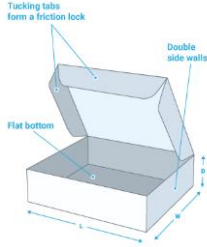
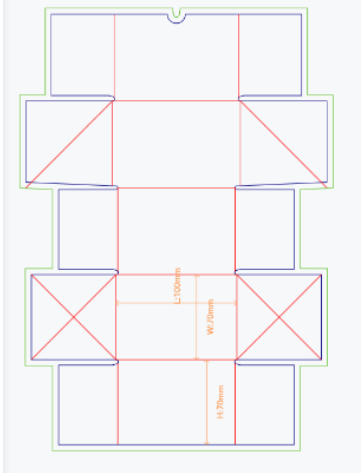
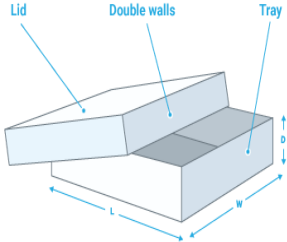
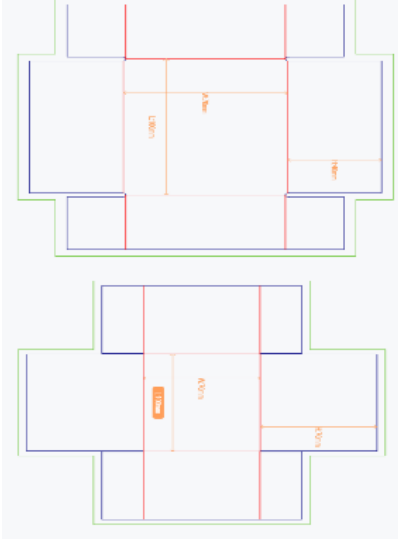
yang kuat untuk mengungkapkan karakteristik unik daerah tersebut (Hartanti M dan Nurviana N, 2019)

Kemasan dikelompokkan ke dalam beberapa kategori yaitu (1) Kemasan Primer, yaitu kemasan yang bersentuhan langsung dengan produk, (2) Kemasan Sekunder yaitu kemasan yang berisikan sejumlah kemasan sekunder yang mana tidak berkontak langsung dengan produk yang dikemas, (3) Kemasan Tersier yaitu kemasan ketiga yang isinya sejumlah kemasan sekunder dan memiliki fungsi untuk pengiriman lokal, antar pulau, atau antar negara (Widiati, 2020). Setiap pembuatan kemasan memiliki suatu struktur pembentuk yang khas. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), struktur merujuk pada cara sesuatu diatur atau dibentuk. Struktur ini mengacu pada pola tertentu yang digunakan dalam menyusun suatu objek. Dalam konteks perancangan kemasan, struktur mencakup bentuk dan pola kemasan yang akan dihasilkan. Tentunya di dalam perancangan kemasan hendaklah memiliki beberapa konsep perancangan sebagai acuan dalam desain kemasan yang akan dibuat. Apalagi untuk mendukung kegiatan promosi dari produk yang ada di dalam sebuah kemasan. Beberapa hal yang penting untuk diperhatikan adalah (1) Konsep Visual, meliputi konsep kemasan, ilustrasi dan warna, (2) konsep typografi yang akan digunakan, dan (3) Konsep warna (Prasetya D dkk, 2023). Setiap kemasan yang dibuat memiliki struktur pembentuknya masing-masing. Struktur yang dimaksud adalah bentuk dan pola kemasan yang akan dibuat. Terdapat beberapa macam struktur kemasan yang umum digunakan di pasaran, seperti yang dapat dilihat pada tabel berikut (Pacdora.com,2023) :

Tabel 1. Bentuk Struktur Kemasan

No	Nama Bentuk	Pola
1.	<p>Straight Tuck Box : Jenis kemasan yang memiliki desain sederhana dan fungsional. Kedua ujung bagian atas dan bawah dapat dibuka dan ditutup dengan mudah secara langsung atau lurus. Biasanya, bagian atas dan bawahnya tumpul atau rata</p> 	
2.	<p>Reverse Tuck Box Kemasan yang memiliki desain di mana bagian atas dan bawahnya dapat dibuka dan ditutup dengan cara yang berlawanan atau terbalik</p>	

	 <p>Slit locks</p> <p>Closing tucks are on opposite sides of the box</p>	
<p>3.</p>	<p>Lock Bottom Tuck Box Kemasan yang memiliki desain kunci pada bagian bawahnya untuk mengunci dan membuatnya lebih kokoh. Kemasan ini dirancang untuk meningkatkan kestabilan dan ketahanan kemasan ketika berdiri</p>  <p>Lock bottom flaps (easy 3-step assembly)</p> <p>Tuck top flap</p>	
<p>4.</p>	<p>Kemasan yang memiliki desain otomatis untuk mengunci Auto Lock Bottom Tuck Box bagian bawahnya dengan mudah dan cepat tanpa perlu menggunakan perekat atau lem tambahan.</p>  <p>Preglued and factory-assembled bottom</p> <p>Tuck top flap</p>	

5	<p>One-Piece Box Kemasan yang terdiri dari satu bagian utuh tanpa bagian yang terpisah. Dalam kemasan ini, seluruh kotak dibuat dari satu lembar bahan yang dilipat dan dirakit menjadi bentuk kotak secara menyeluruh.</p> 	
6.	<p>Two Piece Box Kemasan yang terdiri dari dua bagian terpisah yang dapat disatukan untuk membentuk satu kotak utuh. Dalam kemasan ini, bagian atas dan bagian bawah memiliki dua komponen yang terpisah dan biasanya bagian atasnya diletakkan di atas bagian bawahnya</p> 	

Sumber : Pacdora.com

Pengetahuan akan desain struktur kemasan menjadi penting di dalam menentukan pilihan dari produk yang akan dikemas. Setidaknya terdapat tiga alasan utama mengapa sebuah produk perlu dikemas, yaitu (1) Melindungi produk dari produsen hingga sampai ke tangan konsumen, sebab produk yang telah dikemas cenderung lebih terjaga kebersihannya, menarik, dan memiliki ketahanan yang baik terhadap potensi kerusakan akibat cuaca, (2) Membedakan dengan produk pesaing sehingga fungsi pemasaran dapat dilaksanakan (3) Meningkatkan penjualan, karena dengan kemasan yang menarik mampu mempromosikan produk yang akan dijual melalui kemasan yang terdisplay (Lubis NMA, 2022).

Penampilan kemasan produk memiliki dampak yang signifikan bagi pandangan mata konsumen. Kemasan berperan sebagai media komunikasi antara produk dengan konsumen, karena melalui kemasan tersebut konsumen menerima pesan tentang isi produk di dalamnya. Baik melalui informasi tertulis di kemasan maupun melalui desain kemasan yang memberikan citra atau kesan tertentu. Hal ini dapat mempengaruhi

keputusan konsumen untuk membeli atau tidak membeli produk tersebut. Untuk tetap bertahan dalam dunia bisnis saat ini, perusahaan perlu memastikan bahwa produknya memiliki kemasan terbaik dan menarik guna menarik perhatian para konsumen. Hal ini akan membantu perusahaan dalam menghadapi persaingan yang sengit dan memenangkan hati konsumen sehingga mampu meningkatkan penjualan.

Memang banyak pilihan bahan dalam membuat sebuah kemasan, terutama kemasan untuk oleh-oleh setelah mengunjungi sebuah destinasi. Karton menjadi salah satu bahan kemasan yang cukup populer karena sifatnya yang ramah lingkungan dan dapat didaur ulang. Penggunaan karton sebagai bahan kemasan untuk produk makanan sebagai oleh-oleh menawarkan keuntungan dalam hal daya tarik visual dan pengalaman unik bagi konsumen. Namun, penting untuk memperhatikan desain struktur kemasan agar sesuai dengan karakteristik produk dan dapat meningkatkan efektivitas promosi. Meskipun desain kemasan berbahan karton sebagai souvenir telah menarik perhatian para pelaku industri makanan, namun terdapat tantangan dan pertanyaan yang perlu dijawab untuk mengoptimalkan desain tersebut. Pertanyaan-pertanyaan tersebut antara lain Bagaimana desain struktur kemasan karton dapat memberikan daya tarik visual yang kuat? Bagaimana mengatur tata letak elemen-elemen promosi pada kemasan secara optimal, serta bagaimana mendukung kelestarian lingkungan melalui pemilihan material dan teknik produksi yang tepat? Untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan ini, penelitian dengan pendekatan kajian literatur akan menjadi langkah awal yang relevan dan efektif. Melalui kajian literatur, dapat disusun gambaran yang komprehensif mengenai desain struktur kemasan berbahan dasar kertas karton untuk produk makanan sebagai oleh-oleh, serta mengidentifikasi perkembangan terbaru dan peluang-peluang untuk perbaikan lebih lanjut. Selain itu, dengan menganalisis kritis berbagai sumber literatur, pada akhirnya dapat mendefinisikan pentingnya penelitian ini dalam konteks pemasaran produk makanan dan penjualan.

Penelitian ini akan memberikan kontribusi desain struktur kemasan bagi para pelaku industri makanan dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas kemasan berbahan dasar kertas karton sebagai oleh-oleh dalam meningkatkan penjualan. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi pengembangan desain kemasan yang inovatif, menarik, dan berkelanjutan secara lingkungan. Dengan demikian, penelitian ini akan berkontribusi pada upaya untuk meningkatkan daya saing produk makanan dalam pasar yang semakin kompetitif. Penelitian yang dilakukan merupakan suatu tinjauan pustaka (*literature review*) yang menghimpun temuan dari beberapa penelitian yang berfokus pada desain struktur kemasan produk makanan yang terbuat dari bahan dasar kertas karton. Dalam tinjauan literatur akan dilibatkan penelitian-penelitian sebelumnya, jurnal akademis, buku, laporan penelitian, serta sumber informasi terpercaya lainnya yang relevan dengan topik penelitian yang dibahas (Jaya, 2020). Tinjauan literatur membantu Peneliti dalam mengidentifikasi perbedaan antara penelitian sebelumnya, memahami teori dan konsep yang telah ada, serta mendapatkan gambaran mengenai isu-isu penelitian yang relevan.

Pengumpulan data dilakukan dengan mencari jurnal dari berbagai sumber. Untuk mencari jurnal, penelusuran dilakukan melalui google scholar dalam rentang waktu lima tahun terakhir, yakni tahun 2019 – 2023 dengan kata kunci struktur kemasan, kertas karton, produk makanan, dan oleh-oleh.

Jurnal dan artikel yang dicari adalah yang tersedia secara gratis (open access) di berbagai database Sedangkan proses analisis data dimulai dengan mengidentifikasi sumber data yang sesuai, menggunakan kata kunci dan kerangka waktu yang telah ditetapkan sebelumnya. Jurnal-jurnal yang relevan dari sumber-sumber yang diidentifikasi kemudian dipelajari secara teliti untuk menemukan konsep, teori, metodologi, temuan, dan saran penelitian selanjutnya. Jurnal yang telah disusun kemudian dianalisis dengan cermat untuk mengamati perbedaan dan persamaan temuan penelitian, termasuk mengidentifikasi kesenjangan yang ada dalam penelitian tersebut

B. Hasil dan Pembahasan

Desain kemasan memainkan peran penting dalam mempromosikan produk makanan sebagai oleh-oleh atau souvenir. Hal ini menjadi alat yang ampuh yang tidak hanya melindungi produk tetapi juga menarik pelanggan dan meningkatkan pengalaman konsumen secara keseluruhan (Lubis NMA, 2022). Dalam beberapa tahun terakhir kertas karton muncul sebagai bahan pilihan populer untuk desain kemasan dikarenakan keberlanjutan dan fleksibilitas desainnya. Hasil penelusuran mendapatkan eksplorasi tentang pentingnya desain kemasan khususnya struktur dari bahan karton dalam memproduksi produk makanan sebagai oleh-oleh.

Penelitian literatur review menggunakan 14 (empat belas) hasil penelitian yang dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Hasil Literatur Review

Tahun	Penulis dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil
2019	Usman R, Marta W Visualisasi dan Transformasi Kemasan Tradisional Ranah Minang Dalam Analisa Pemasaran	Metode Kualitatif	Struktur Kemasan menggunakan One Piece Box dengan bahan anyaman pandan dipadukan dengan kertas karton untuk menampilkan unsur grafis dan informasi yang ada dalam kemasan.
2019	Abitama I Perancangan Desain Kemasan Ledre Super Bojonegoro	Metode Kualitatif dengan analisis data melalui SWOT	Struktur Kemasan menggunakan Lock Bottom Tuck Box dan visualisasi desain melalui tahapan Thumbnail, Tightissue dan Validasi Desain Kemasan
2019	Wijaya G, dkk Perancangan Kemasan dan Media Pendukung Angan Cake	Metode Kualitatif dengan analisis VIEW (Visibility, Information, Emotional Appeal, Workability)	Struktur Kemasan Sekunder menggunakan Two Piece Box dengan gaya desain modern dan elegan.
2019	Hartanti M, Nurviana N Kejian Kesiapan Masyarakat Menerima Penggunaan Teknologi AR, Studi Kasus : Kemasan Oleh-oleh UMKM Khas Jawa Barat	Metode Kualitatif dengan analisis Triangulasi	Struktur Kemasan Sekunder menggunakan Straight Tuck Box dengan desain kemasan dilengkapi dengan teknologi AR.

2019	Lailiyah N, dkk Analisa Kemasan Terasi Boang Kab Rembang serta Inovasinya (Iconic Printing Packaging) Untuk Menghadapi Industri 4.0	Metode kualitatif deskriptif	Struktur Kemasan Sekunder menggunakan Straight Tuck Box dengan iconic printing packaging
2020	Winoto W, dkk Perancangan Desain Kemasan dan Brand Bagiak "Sherly" Oleh-oleh Khas Banyuwangi	Metode Kualitatif	Struktur Kemasan Sekunder menggunakan Custom Dimention Tuck End dengan produk snackables, refil, dan hantaran.
2020	Maharani SD, dkk Perancangan Kemasan Makanan Pie Lumpur "Pesona Bakery" Sebagai Oleh-oleh Khas Sidoarjo	Metode Kualitatif dengan analisis data melalui SWOT	Struktur Kemasan Sekunder menggunakan Auto Lock Bottom Tuck Box dengan gaya desain penuh ilustrasi namun tetap terlihat simple.
2020	Chidtian ASC dan Widyasari Kemasan Jajanan Tradisional Produk UMKM Kampung Kue	Metode Kualitatif	Struktur Kemasan menggunakan One-Piece Box dengan gaya desain tradisional dan modern
2020	Analianasari, dkk Desain Kemasan Aneka Dodol Berbasis Bahan Baku Lokal Sebagai Oleh-oleh Khas Liwa Lampung Barat	Metode Kualitatif	Struktur Kemasan menggunakan One-Piece Box dengan visual ciri khas batik ceulugham
2021	Hayati LA Peran Packaging Terhadap Tingkat Nilai Jual Produk Olahan Keripik Buah	Metode kualitatif deskriptif dengan case study	Perlu inovasi pengemasan olahan keripik buah sebagai strategi ampuh meningkatkan penjualan.
2022	Nalhadi A, dkk Perancangan Kemasan Produk Kue Gipang Pangrih Menggunakan Metode Quality Function Deployment	Metode kuantitatif dengan menggunakan Quality Function Deployment	Struktur Kemasan menggunakan One-Piece Box melalui metode QFD yang mampu memberi desain yang diinginkan konsumen
2022	Nabilla T, Isma MA Inovasi Kemasan Otak-otak Bandeng Bu Tutik Surabaya	Practive Based Reserch dengan analisis menggunakan SWOT	Struktur Kemasan menggunakan One-Piece Box dengan gaya desain flat design style dengan gaya visual modern, desain minimalis, dan warna cerah
2022	Istianah R Desain Kemasan Mochi Gunung Kiwari	Metode Kualitatif dengan analisis data melalui SWOT	Struktur Kemasan menggunakan One-Piece Box dengan penambahan logo, deskripsi produk, netto, komposisi dan expire.
2023	Prasetya D, dkk Perancangan Desain Kemasan Kumbu Makanan Khas Palembang	Metode Kualitatif	Struktur Kemasan menggunakan One-Piece Box dengan pengembangan desain kemasan menggunakan metode Chuck Groth.

Hasil kajian literatur menunjukkan beberapa studi kasus kemasan makanan sebagai oleh-oleh menggunakan bahan kertas karton secara potensial mayoritas menggunakan struktur desain One Piece Box. One-Piece Box" adalah istilah untuk menyebut kemasan yang terdiri dari satu bagian utuh tanpa bagian yang terpisah. Dalam kemasan ini, seluruh kotak dibuat dari satu lembar bahan yang dilipat dan dirakit menjadi bentuk kotak secara menyeluruh. Kemasan One-Piece Box diperuntukkan bagi berbagai produk, seperti makanan, minuman, hadiah, dan barang-barang lainnya. Kemasan ini memberikan kepraktisan dan keamanan dalam penyimpanan dan pengemasan produk. Desain kemasan lain yang dipilih adalah desain struktur kemasan jenis Straight Tuck Box. Desain Kemasan "Straight Tuck Box" sering digunakan untuk berbagai produk konsumen, seperti makanan, minuman, kosmetik, perhiasan, dan sebagainya. Desainnya yang praktis dan mudah digunakan membuatnya populer dalam industri retail dan menjadikannya pilihan yang efisien untuk memamerkan produk dan memberikan perlindungan pada isinya. (Pacdora.com, 2023).

Kertas karton menjadi jenis bahan yang populer digunakan karena keberlanjutan dan keserbagunaannya. Kertas karton menawarkan alternatif yang ringan dan ramah lingkungan bila dibandingkan dengan plastik atau logam. Selain itu dengan menggunakan kertas karton, kegiatan cetak kemasan tidak bermasalah sehingga sangat memungkinkan menggunakan desain visual yang kreatif dan menarik bagi pembeli. Desain struktur kemasan yang efektif berbahan dasar kertas karton dapat memberikan keuntungan promosi yang signifikan bagi produk makanan dan meningkatkan kesadaran merek. Namun demikian penggunaan kertas karton tetap memiliki tantangan tertentu terutama untuk perlindungan produk. Kertas karton tidak tahan lama seperti bahan plastik atau logam, dan rentan terhadap kelembaban atau kerusakan fisik. Namun solusi desain yang inovatif yang menggabungkan dengan lapisan pelindung dapat mengatasi hal tersebut dan memastikan integritas produk. Kertas karton telah menjadi bahan kemasan yang populer dalam industri makanan, terutama dalam konteks produk makanan sebagai oleh-oleh di destinasi wisata. Namun Keterediaan kertas karton yang berkualitas dan ramah lingkungan mungkin menjadi tantangan terutama dalam skala produksi besar. Perlu adanya kerjasama dengan pemasok bahan baku dan pemilihan sumber yang berkelanjutan.

Peningkatan daya tarik kemasan produk dapat dicapai melalui desain cetakan yang menarik dan pemilihan warna yang tepat. Memasukkan motif dan elemen visual yang terinspirasi oleh budaya lokal dan destinasi wisata dapat mencerminkan identitas unik dan menarik minat wisatawan (Usman R dan Marta W, 2019). Tidak hanya memperhatikan unsur estetika dan desain, tetapi kemasan produk makanan berbahan dasar kertas karton sebaiknya menyediakan informasi yang jelas tentang produk, termasuk logo merek, instruksi penggunaan, tanggal kedaluwarsa, dan informasi nutrisi. Hal ini membantu konsumen membuat keputusan pembelian yang lebih informan dan meningkatkan kepercayaan terhadap merek. Inovasi fungsional pada desain kemasan yang inovatif dan fungsional dapat meningkatkan pengalaman konsumen. Misalnya, kemasan yang mudah dibuka dan ditutup kembali, atau kemasan yang dapat digunakan kembali setelah produk selesai dikonsumsi. (Pacdora.com,2023).

Desain struktur kemasan yang menarik dan kreatif tentunya berdampak terhadap promosi dan kesadaran merek. (Hayati L A, 2021). Menciptakan desain struktur kemasan yang menarik dan inovatif dapat menjadi cara promosi yang efektif. Dengan menggunakan kertas karton sebagai bahan kemasan, terdapat

peluang untuk membuat kemasan yang unik, mencolok, dan menarik perhatian para wisatawan. Hal ini akan membantu produk makanan menjadi lebih menonjol di toko oleh-oleh, serta meningkatkan minat dan keinginan untuk membelinya. Desain kemasan yang mencerminkan identitas merek dan budaya lokal dapat membangun kesadaran merek yang kuat. Wisatawan yang membawa oleh-oleh dengan kemasan menarik dapat menjadi duta merek di tempat asal mereka, meningkatkan visibilitas merek dan kemungkinan merekomendasikan produk kepada orang lain. Pada akhirnya tercapainya tujuan akhir yaitu meningkatnya penjualan.

C. SIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian literatur yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa desain struktur kemasan produk makanan berbahan dasar kertas karton sebagai oleh-oleh dalam kegiatan meningkatkan promosi memiliki potensi yang besar dalam mencapai tujuan meningkatkan penjualan. Memanfaatkan kertas karton sebagai bahan kemasan memberikan keunggulan dalam aspek keberlanjutan dan ramah lingkungan, serta memberikan fleksibilitas dalam desain. Kertas karton dapat menjadi pilihan alternatif yang berkelanjutan dan dapat didaur ulang untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Meskipun memiliki kelebihan, penggunaan kertas karton sebagai bahan kemasan produk makanan juga memiliki tantangan. Tantangan ini terkait dengan perlindungan produk yang membutuhkan perhatian khusus agar produk tetap segar dan aman selama perjalanan dan penyimpanan. Desain kemasan produk makanan berbahan dasar kertas karton yang efektif mencakup penggunaan cetakan dan warna yang menarik, informasi yang jelas, serta inovasi fungsional yang meningkatkan pengalaman konsumen. Desain struktur kemasan berbahan dasar kertas karton dapat memiliki dampak positif terhadap promosi produk dan kesadaran merek. Desain yang menarik dapat membantu produk makanan sebagai oleh-oleh menonjol di toko dan meningkatkan keinginan untuk membeli. Selain itu, desain yang mencerminkan identitas merek dan budaya lokal dapat membangun kesadaran merek yang kuat.

Dalam konteks meningkatkan penjualan, melalui kegiatan promosi, desain struktur kemasan produk makanan berbahan dasar kertas karton memberikan peluang yang menarik. Dengan mempertimbangkan keberlanjutan, fleksibilitas desain, perlindungan produk, dan praktik terbaik dalam desain kemasan, para pelaku industri makanan dan pariwisata dapat menciptakan kemasan yang menarik, ramah lingkungan, dan efektif dalam meningkatkan promosi dan kesadaran merek. Selain itu, penelitian ini juga memberikan kontribusi dalam memahami pentingnya penggunaan kertas karton sebagai bahan kemasan yang berkelanjutan dan ramah lingkungan dalam konteks produk makanan sebagai oleh-oleh pada destinasi wisata.

D. DAFTAR PUSTAKA

- Abitama I dan Abidin M R.(2019). Perancangan Desain Kemasan Ledre Super Bojonegoro.Jurnal Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya
- Analianasari, Berliana D, dan Jaya TS.(2020). Desain Kemasan Aneka Dodol Bahan Baku Lokal Sebagai Oleh-Oleh Khas Liwa Lampung Barat. Jurnal Qardhul Hasan Vol/ 6 Nomor 1 April 2020
- Darmawan, D. 2017. Pengaruh Kemasan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sayuran Hidroponik. Jurnal Agrimas UNIMAS
- Hartanti M, dan Nurviana N,(2019). Kajian Kesiapan Masyarakat Menerima

- Penggunaan Teknologi Augmented Reality, Studi Kasus : Desain Kemasan Oleh-oleh UMKM Khas Jawa Barat. IDEA Jurnal Desain, Vol.18 No.1 Februari 2019
- Hayati L A.(2021). Peran Packaging Terhadap Tingkat Nilai Jual Produk Olahan Keripik Buah. Jurnal Indonesia Sosial Sains Vo.2 No.4 April 2021
- Istianah R. (2022). Desain Kemasan Mochio Kiwari. Jurnal IRAMA Vo.4 No.2 (2022)
- Jaya I Made Laut Merta.(2020). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif , Teori, Penerapan, dan Riset Nyata. Penerbit Quadrant Yogyakarta
- Lailiyah N, Muatsiroh F dan Wirawan M L.(2019). Analisis Kemasan Terasi Bonang Kabupaten Rembang serta Inovasinya (Iconic Printing Packaging) untuk menghadapi Industri 4.0. Seminar dan Konferensi Nasional IDEC Surakarta
- Lubis, N. M. A. (2022). Analisa Perancangan Desain Kotak Kemasan Botol Perfume dengan Model Kano dan Metode Quality Function Deployment pada UD Kaizen Perfume. Medan Area University
- Maharani S D, Aryanto H, M Arini BD.(2020). Perancangan Kemasan Makanan Pie Lumpur “Peson Bakery” Sebagai Oleh-oleh Khas Sidoarjo. Vol.1 Nomor 16 (2020)
- Mubyarto Muhammad M dan Sihibien GMD.(2019). Determinan Daya Saing Sektor Manufaktur Unggulan Menuju Program Masking Indonesia 4.0, Seminar Nasional Official Statistic 2019.
- Nabilla T dan Islam M A.(2022). Inovasi Kemasan Otak-Otak Bandeng Bu Tutik Surabaya. Jurnal Barik Vo.4 No.1 Tahun 2022, 37-51
- Nalhadi A, Subentar B, Supriyadi.(2022). Perancangan Kemasan Produk Kue Gipang Pangrih Menggunakan Metode Quality Function Deployment. JITEKH Vol.10 No.2 Tahun 2022, 52-59
- Pacdora.(28.07.2023). 4900+ Packaging Templates, Dielines, and Mockups, <https://pacdora.com/mockups/folding-box-mockups>
- Prasetya D, Anita DN, Rahmanto S.(2023). Perancangan Desain Kemasan Kumbu Makanan Khas Palembang. Besaung Jurnal Seni dan Budaya, Vol.8 No.1 Maret 2023
- Pulungan MH., dll.(2018).Teknologi Pengemasan dan Penyimpanan. UB Press Malang
- Usman R dan Marta W.(2019). Visualisasi dan Transformasi KemasanMakanan Tradisional Ranah Minang Dalam Analisa Pemsaran. Seminar Nasional dan Desain Reinvensi Budaya Visual Nusantara.
- Widiati, A. 2020. Peranan Kemasan (Packaging) dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di “Mas Pack” Terminal Kemasan Pontianak. Jaakfe untan Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura
- Widyasari ASCREC.(2020). Kemasan Jajajn Tradisional Produk UKM Kampung Kue (Studi Kasus UD.Dieva Cake). GESTALT Vo.2 Juni 2020 : 1-12
- Wijaya G, Bangsa PG, dan Malkisedek M H.(2019). Perancangan Kemasan dan Media Pendukung Angan Cake.Jurnal DKV Adiwarna Universitas Krsiten Petra. Vol.1 Nomor 14 (2019)
- Winoto W T, Natadjaja L, Febriani R.(2020). Perancangan Desain Kemasan dan Brand Bagiak “Sherly” Oleh-oleh Khas Banyuwangi. Jurnal DKV Adiwarna Universitas Krsiten Petra, Vol.1 Nomor 16 (2020)