



Perancangan Kemasan Fungsional Kue Biji Ketapang Untuk Meningkatkan Kesadaran Konsumen

Rumbel Galingging¹, Hafifah Tri Rahayu², Toni Sitompul³

^{1,2,3} Program Studi Teknologi Grafika, Sekolah Tinggi Media Komunikasi Trisakti- Jakarta, Indonesia

Article Info

Article history:

Received Juli 25, 2025
Revised Juli 27, 2025
Accepted Juli 27, 2025

Kata Kunci:

Kemasan Fungsional,
Kue Biji Ketapang,
Visual,
Standing Pouch,
Kesadaran Konsumen

Keywords:

Functional Packaging,
Ketapang Seed Cake,
Visual,
Standing Pouch,
Consumer Awareness.

ABSTRAK

Kue biji ketapang merupakan camilan tradisional khas Betawi yang masih dijual dalam kemasan plastik tanpa label yang memiliki ciri khas tekstur yang renyah, gurih, dan manis. Kondisi kemasan saat ini kurang fungsional akan berdampak pada perlindungan produk, minimnya informasi, dan rendahnya daya tarik visual. Penelitian ini bertujuan merancang sebuah kemasan fungsional untuk pentingnya perlindungan produk sehingga dapat meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk kue biji ketapang. Metode perancangan menggunakan pendekatan *Design Thinking* yang terdiri dari lima tahap yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*, serta diperkuat dengan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman produk. Hasil dari proses perancangan menghasilkan kemasan yang fungsional menggunakan *standing pouch* berbahan *Art Paper + OPP Metalize* dengan fitur *ziplock*, material ini dipilih untuk memberikan perlindungan optimal, kemudahan untuk membuka dan menutup kembali kemasan, serta mengusung desain visual berkonsep tradisional modern. Hasil perancangan yang membandingkan kemasan baru dengan kemasan lama, menunjukkan bahwa kemasan baru memberikan kesan dalam aspek fungsional, daya tarik visual, serta perancangan kemasan baru ini berpotensi meningkatkan kesadaran konsumen, sekaligus membuktikan kemasan tidak hanya melindungi produk, tetapi juga menjadi sarana komunikasi yang efektif bagi UMKM.

ABSTRACT

Ketapang seed cake is a traditional Betawi snack that is still sold in unlabeled plastic packaging that has a characteristic crunchy, savory, and sweet texture. The current packaging condition is less functional, which will have an impact on product protection, minimal information, and low visual appeal. This study aims to design a functional packaging for the importance of product protection so that it can increase consumer awareness of ketapang seed cake products. The design method uses the Design Thinking approach which consists of five stages, namely empathize, define, ideate, prototype, and test, and is reinforced with a SWOT analysis to identify product strengths, weaknesses, opportunities, and threats. The results of the design process produce functional packaging using a standing pouch made Art Paper + OPP Metalize with a ziplock feature, this material was chosen to provide optimal protection, ease of opening and closing the packaging, and carrying a modern traditional visual design concept. The design results that compare the new packaging show that the new packaging gives an impression in terms of functionality, visual appeal, and the design of this new packaging has the potential to increase consumer awareness, while proving the product, but also becomes an effective means of communication for UMKM.

This is an open access article under the [CC BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.



Corresponding Author:

Rumbel Galingging
Program Studi Teknologi Grafika
Sekolah Tinggi Media Komunikasi Trisakti
Jakarta, Indonesia
Email: rumbel.galingging@trisaktimultimedia.ac.id

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah salah satu sektor penting dalam perekonomian Indonesia, menurut data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM), pada tahun 2024 terdapat 25,5 juta yang telah bertransformasi dan masuk ke dalam ekosistem digital [4]. Dalam persaingan pasar modern, kemasan menjadi elemen penting yang tidak hanya melindungi produk, tetapi juga berfungsi sebagai alat pemasaran strategis. Desain kemasan yang efektif mampu membangun identitas merek, membedakan produk dari kompetitor, serta meningkatkan loyalitas dan keputusan pembelian konsumen [5]. Konsumen saat ini tidak hanya mencari produk yang lezat, tetapi juga kemasan yang estetik, mudah dibawa, dan praktis digunakan. Fenomena ini menunjukkan bahwa kemasan tidak hanya berfungsi sebagai wadah produk, tetapi juga dapat meningkatkan daya tarik, mudah dalam penggunaan, dan mampu menjaga kualitas produk. Selain itu, kemasan juga dapat berfungsi sebagai media komunikasi untuk menyampaikan informasi penting tentang produk.

Kue biji ketapang sebagai camilan tradisional khas Betawi yang terbuat dari campuran tepung terigu, kelapa parut, gula, dan telur. Adonan dibentuk menjadi potongan-potongan kecil, kemudian digoreng hingga kering dan renyah. Rasanya gurih dan manis, cocok untuk dinikmati sebagai teman minum teh atau kopi. memiliki ciri khas tekstur yang renyah dan gurih, namun kondisi kemasan saat ini kurang fungsional akan berdampak pada perlindungan produk, minimnya informasi, dan rendahnya daya tarik visual. Produk ini sangat rentan terhadap penurunan kualitas akibat paparan udara lembap atau benturan fisik yang dapat mengakibatkan produk menjadi melempem atau rasanya yang tidak sedap. Saat ini kemasan yang digunakan masih menggunakan plastik tanpa label, jenis kemasan ini terbukti memiliki keterbatasan, seperti mempercepat peningkatan kadar air dan penurunan mutu sensoris produk [7] yang dapat mengakibatkan kue tidak sedap rasanya. Lebih lanjut kemasan plastik saat ini hanya direkatkan oleh lilin yang tidak ergonomis, sulit dibuka dan tidak dapat ditutup kembali, sehingga mengurangi kenyamanan dan kepuasan konsumen yang dapat membuatnya sulit untuk bersaing dengan kompetitor lain karena kemasan yang masih seadanya. Meskipun memiliki cita rasa yang lezat dan tekstur renyah UMKM yang memproduksi kue ini masih menggunakan kemasan sederhana yang kurang menarik dan tidak optimal dalam menjaga kualitas produk. Hal ini dapat mempengaruhi daya saing produk di pasar yang semakin kompetitif. Di sisi lain, beberapa UMKM mulai menggunakan kemasan fleksibel seperti kemasan *standing pouch* dan sudah memiliki desain menarik. Menurut [6] mengidentifikasi bahwa faktor-faktor seperti keamanan produk, estetika, identitas, dan ergonomi dalam kemasan sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap makanan ringan tradisional. Untuk membangun daya tarik, penting untuk memahami bagaimana konsumen membuat keputusan pembelian. Menurut Taghavi & Seyedsalehi (2015) menyatakan bahwa keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh dua elemen, yaitu *verbal package* dan *non verbal package*. Dimana *verbal package* meliputi dari nama produk, informasi, dan merek. Sedangkan *non verbal package* meliputi citra dari produk tersebut, seperti warna, bentuk, ukuran dan gambar. Banyak produk yang bersaing untuk menghadirkan visual dan kemasan yang menarik dalam upaya untuk menarik perhatian calon pembeli.

Menjawab tentang fungsionalitas dan estetika tersebut, kemasan kue biji ketapang menggunakan alternatif kemasan modern salah satunya yaitu kemasan *standing pouch* dengan fitur *ziplock* sebagai

penggantis kemasan plastik berbahan *Art Paper + OPP metalize* dapat melindungi produk dari kelembaban, udara, bau, cahaya, dan *mikroorganisme* dan cocok digunakan untuk mengemas produk makanan [8]. Pada Perancangan ini dilengkapi dengan media pendukung, seperti kemasan toples yang dilengkapi label stiker dan *handle* (pegangan), kemasan pegangan *standing pouch*, kartu nama, dan *hangtag*. Fungsi kemasan sebagai pelindung atau pengaman produk dari berbagai faktor eksternal maupun internal, seperti dengan demikian, kualitas produk dapat terjaga dengan aman, dan makanan yang akan dikonsumsi sampai ke tangan konsumen dengan aman dan efektif [1].

2. METODE

Strategi perancangan kemasan fungsional untuk kue biji ketapang ini dirumuskan berdasarkan analisis kebutuhan produk, target pengguna, dan konteks penggunaan. Tujuannya adalah untuk menciptakan sebuah kemasan yang tidak hanya berfungsi sebagai wadah, tetapi juga sebagai sarana komunikasi yang efektif, meningkatkan nilai produk, dan memberikan pengalaman positif bagi konsumen. Pilihan utama adalah pada kemasan jenis *standing pouch* berbahan kertas *Art Paper + OPP Metalize* dengan ukuran 13×20 cm yang dihiasi dengan ilustrasi khas Betawi.

Kebutuhan fungsional adalah fondasi dari perancangan ini, yang mencakup tiga fokus utama yaitu pada perlindungan produk, ergonomi, dan daya tarik visual :

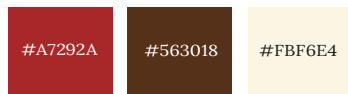
1. Perlindungan Produk . Kemasan kue biji ketapang yang saat ini masih dijual dalam kemasan plastik tanpa label yang memiliki ciri khas tekstur yang renyah, gurih, dan manis. Kondisi kemasan saat ini kurang fungsional akan berdampak pada perlindungan produk. Oleh karena itu, kemasan harus mampu menjaga kualitas produk dari kelembaban udara, maka kemasan yang dipilih yaitu *standing pouch* yang berbahan kertas *Art Paper + OPP Metalize* [8].
2. Ergonomi. kemasan yang mudah digunakan oleh konsumen dalam berbagai situasi. Aspek ergonomis dari *standing pouch* dengan ukuran 13×20 cm ini meliputi kemudahan penyimpanan karena menunjang portabilitas yang tidak terlalu besar ukurannya untuk dibawa, terlalu besar dan tidak terlalu kecil, sehingga nyaman untuk digenggam dan dibawa, namun cukup untuk beberapa kali sajian. Kemudahan bagi konsumen untuk memudahkan membuka dan menutup kemasan. Tanpa adanya sistem penutup dan mudah digunakan, konsumen akan kesulitan menyimpan kembali produk dengan aman, atau mengalami penurunan kualitas produk [3].
3. Daya Tarik Visual. Penggunaan ilustrasi dengan nuansa Betawi dengan visual abang dan none Jakarta, ornamen gigi balang, monas, dan batik modern secara langsung mengomunikasikan identitas produk sebagai camilan khas dari Jakarta. Menarik perhatian di, rak, meja, atau *etalase* toko. Warna yang terinspirasi dari budaya Betawi seperti warna merah, kuning, hijau, coklat yang dipadukan dengan ilustrasi yang unik akan membuat kemasan ini berbeda di antara kemasan produk sejenisnya. Strategi Material dan Produksi

Material yang digunakan dalam perancangan kemasan ini yaitu *standing pouch* berbahan kertas *Art Paper + OPP Metalize (Oriented Polypropylene Metalized)*. Alasan memilih material ini adalah:

1. Struktur dan Kekuatan: Struktur *standing pouch* yang fleksibel, memungkinkan kemasan dapat berdiri tegak di rak display, struktur ini mendukung kemudahan dalam penyusunan dan penyimpanan, kekuatan kombinasi antara bahan kertas dan berlapis logam tipis menjadikan kemasan tidak mudah robek atau rusak.
2. Lapisan: Lapisan *OPP Metalize* memberikan efek mengkilap yang menarik secara visual. Lapisan ini berfungsi sebagai melindungi produk dari kelembaban udara. Hal ini sangat penting bagi produk kue biji ketapang yang memiliki tekstur renyah dan rentan melempem bila terpapar udara atau kelembaban.
3. Ketahanan Terhadap Minyak: Kue biji ketapang mengandung minyak dari santan dan mentega, sehingga kemasan mampu menjaga produk dengan baik.

Teknik ilustrasi dalam perancangan desain kemasan kue biji ketapang ini mengambil konsep tradisional modern, yaitu memadukan elemen desain yang sederhana namun dengan nuansa tradisional. Gaya desain yang diusung adalah minimalis dan elegan, menghindari tampilan yang terlalu ramai agar informasi penting mudah tersampaikan. Bentuk kemasan menggunakan *standing pouch* yang di dalamnya dilapisi oleh *OPP metalize* yang dapat melindungi isi produk dari kelembaban udara sehingga produk akan tetap aman dan renyah.

Warna utama yang digunakan merupakan warna merah bata, coklat, dan krem. Pemilihan warna ini didasarkan pada karakteristik visual dan budaya dari kue tradisional Betawi. Warna merah bata menghadirkan nuansa hangat dan mencerminkan semangat serta kekayaan budaya. Cokelat menggambarkan khas kehangatan, tradisional, dan warna krem digunakan sebagai warna latar yang netral dan elegan, sehingga menciptakan kontras tanpa mengganggu keterbacaan. Warna yang digunakan merupakan warna tersier dan netral.



Gambar 1. Warna Utama.



Gambar 2. Warna Pendukung

Tipografi

Perancangan ini menggunakan dua jenis huruf *serif*. Pemilihan bentuk *serif* yang memberikan kesan klasik, elegan, namun tetap modern dan mudah dibaca. terdapat dua macam *font*, yaitu:

A. Bree Serif Regular

Font sebagai judul, dengan gaya transisional dan klasik, memiliki karakter klasik namun modern, serta mencerminkan citra produk camilan tradisional yang dikemas secara kekinian. mudah keterbacaan di media cetak, serta memberikan kesan hangat, sesuai dengan konsep desain kemasan *standing pouch*.

Bree Serif Regular

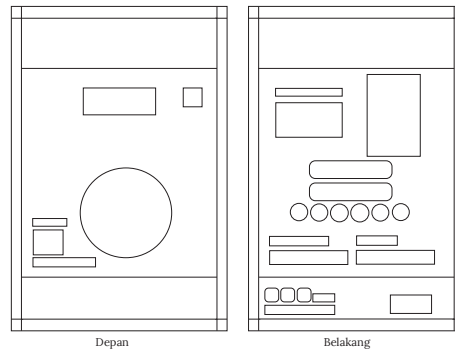
Gambar 3. *Font Bree Serif Regular*

B. Lora

Font lora sebagai *body text*. *Font* ini memiliki bentuk huruf yang halus dan proporsional, dengan kontras sedang antara garis tebal dan tipis. *Font* ini memberikan kesan klasik dan gaya modern yang hangat, profesional, dan elegan.

2.1 Tata Letak

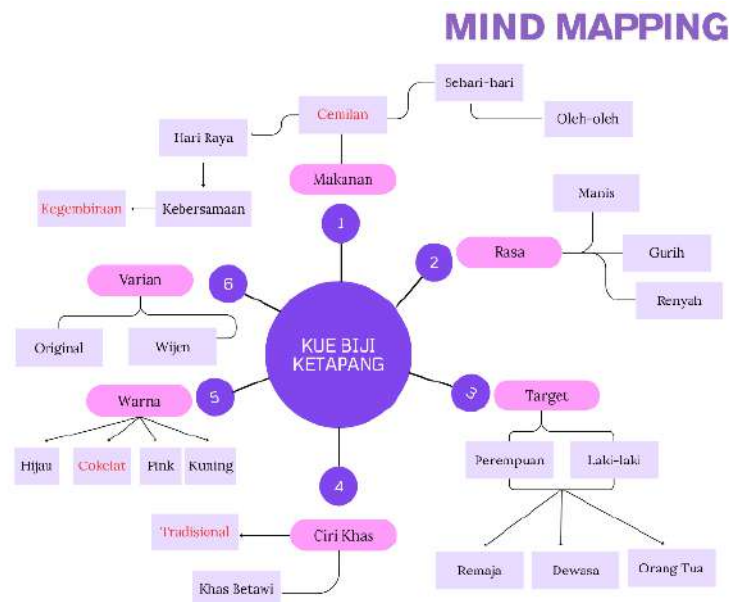
Perancangan ini menggunakan layout prinsip *balance* dan *unity*, yang dimana kesatuan layout secara keseluruhan dan semua elemen yang digunakan harus saling terkait dan disusun dengan tepat sehingga elemen ilustrasi dan teks disajikan secara informatif dan dapat memudahkan konsumen untuk menerima informasi yang disajikan.



Gambar 4. Layout Kemasan Standing Pouch

2.2. Mind Mapping

Mind mapping merupakan teknik berpikir dengan menyusun ide dan konsep yang terorganisir dan teratur secara visual dari pemikiran yang membentuk kata kunci atau konsep baru. Dengan teknik ini penulis dapat menemukan berbagai kata kunci yang berhubungan dengan usaha kue biji ketapang milik Mpok Isah.



Gambar 5. Mind Mapping

Keyword

Keyword merupakan hasil yang di dapat dari mind mapping yaitu kata kunci:

1. Kegembiraan, menggambarkan suasana ceria yang dihadirkan oleh cemilan kue biji ketapang ini, baik saat dinikmati bersama keluarga maupun sebagai oleh-oleh khas Betawi. Nuansa visual dengan ilustrasi karakter abang none versi masa remaja menambahkan kesan bahagia dan menyenangkan.
2. Cemilan, produk kue biji ketapang ini merupakan cemilan khas yang cocok dinikmati kapan saja. sekaligus mempertegas bahwa ini adalah produk *ready-to-eat* yang renyah dan menggugah selera.
3. Cokelat, warna dominan kemasan seperti coklat tua mencerminkan rasa gurih, manis dari kue biji ketapang. Warna ini juga memperkuat kesan alami dan tradisional.
4. Tradisional, elemen visual seperti motif Betawi, pakaian adat, karakter abang none khas Jakarta menunjukkan akar budaya produk ini. Tradisi Betawi tercermin dari visual dan narasi desain, menegaskan bahwa produk ini memiliki nilai warisan kuliner lokal.

Moodboard

Moodboard atau kumpulan ide yang akan dikembangkan dari *keyword* yang telah didapatkan sebagai acuan dalam proses perancangan kemasan kue biji ketapang.



Gambar 6. Moodboard



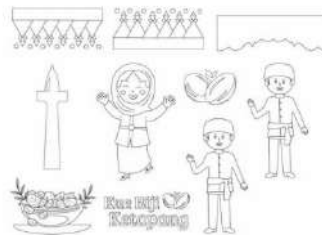
Gambar 7. Keyvisual

Keyvisual

keyvisual merupakan hasil utama dari *moodboard* yang telah dibuat dan akan digunakan dalam perancangan desain kemasan kue biji ketapang yang akan dibuat.

Sketsa

Dalam perancangan media utama, yaitu kemasan *standing pouch*, dibuat sketsa untuk ilustrasi budaya Betawi. Tujuan pembuatan sketsa adalah mengeksplorasi berbagai alternatif ide dan komposisi visual yang akan dijadikan ilustrasi di dalam kemasan.



Gambar 8. Sketsa

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karya utama pada perancangan kemasan kue biji ketapang yaitu kemasan *standing pouch*. Berikut adalah spesifikasi dari karya tersebut:

1. Ukuran kemasan : 13 x 20 cm
2. Bahan kemasan : *Art Paper + OPP Metalize 165 Microns (Oriented Polypropylene Metalize)*
3. Jumlah kemasan : 2 buah
4. Jenis *Font* : *Lora, Bree Serif Regular*
5. *Finishing* : Glossy (mengkilap)
6. *Fitur* : Ziplock (klip)
7. Warna : Cokelat dan Merah



Gambar 9. *Final Design* Kemasan Kue Biji Ketapang Original



Gambar 10. *Final Design* Kemasan Kue Biji Ketapang Wijen

3.1 *Final Design* Media Pendukung

3.1.1 Label Toples

Label toples berupa media cetak berbentuk stiker yang ditempelkan pada permukaan toples kemasan produk kue biji ketapang, berfungsi sebagai identitas produk yang mencantumkan informasi penting seperti nama produk, komposisi, varian rasa, tanggal kadaluarsa, label halal agar mudah dikenali oleh konsumen.

1. Ukuran : 29,2 x 4,8 cm
2. Bahan : Stiker *Vinyl Quantac* 230 gsm
3. Jumlah : 2 Buah
4. Jenis font : *Lora, Bree Serif Regular*
5. Warna : Cokelat dan Merah



Gambar 11. Stiker Label Toples Original dan Wijen

3.1.2 Label Tutup Toples

Label tutup toples merupakan elemen pendukung desain kemasan yang ditempelkan di bagian atas (tutup) toples, label ini berfungsi untuk memperkuat branding dan mempercantik tampilan produk.

1. Ukuran : 8,5 x 8,5 cm
2. Bahan : Stiker *Vinyl Quantac* 230 gsm
3. Jumlah : 2 Buah
4. Jenis font : *Lora, Bree Serif Regular*
5. Warna : Cokelat dan Merah



Gambar 12. Stiker Label Tutup Toples Original dan Wijen

1. Kemasan Pegangan Toples

Kemasan toples yang dilengkapi dengan media tambahan berupa pegangan (*handle*) yang berfungsi untuk memberikan kenyamanan bagi konsumen untuk memudahkan membawa produk.

1. Ukuran kemasan isi 1 toples : 10 x 9,5 x 16,5 cm
2. Ukuran kemasan isi 2 toples : 19,5 x 9,5 16,5 cm
3. Bahan kemasan : Art Cartoon 310 gsm
4. Jumlah kemasan : 2 Buah
5. Jenis font : *Lora, Bree Serif Regular*
6. *Finishing* : *Cutting*
7. Warna : Cokelat dan Merah



Gambar 13. Kemasan Isi 1 Toples



Gambar 14. Hasil Desain Kemasan Isi 2 Toples

2. Kemasan Pegangan *Standing Pouch*

Kemasan untuk *standing pouch* yang dilengkapi dengan media tambahan berupa pegangan (*handle*) yang berfungsi untuk memberikan kenyamanan bagi konsumen untuk memudahkan membawa produk.

1. Ukuran kemasan : 15 x 5 x 27 cm
2. Bahan kemasan : Art Cartoon 310 gsm
3. Jumlah kemasan : 2 Buah
4. Jenis font : *Lora, Bree Serif Regular*
5. *Finishing* : *Cutting*
6. Warna : Cokelat dan Merah



Gambar 15. Kemasan Pegangan *Standing Pouch*

3. Kartu Nama

Kartu nama merupakan lembar kecil yang berisi tentang identitas brand seperti nama usaha, nomor kontak yang bertujuan untuk memudahkan konsumen jika ingin melakukan pemesanan.

1. Ukuran : 9 x 5,5 cm
2. Bahan : *Art Carton* 260 gsm
3. Jumlah : 2 Buah (Depan dan Belakang)
4. Jenis font : *Lora, Bree Serif Regular*
5. Finishing : *Cutting*
4. Warna : *Cream* dan *Cokelat*



Gambar 16. KartuNama

4. Hangtag

Hangtag merupakan label kecil yang digantung pada produk kemasan dengan ilustrasi visual, bertujuan untuk menambah kesan elegan dan kartu ucapan terima kasih kepada pembeli dan menambahkan informasi kontak untuk memudahkan konsumen jika ingin membeli kembali.

1. Ukuran : 9 x 5 cm
2. Bahan : *Kertas Ivory* 270 gsm
3. Jumlah : 2 Buah
4. Jenis font : *Lora, Bree Serif Regular*
5. Finishing : *Cutting*
6. Warna : *Cream*



Gambar 17. *Hangtag*

5. X-Banner

X-Banner merupakan karya pendukung yang mengisi kemasan yang dibuat dalam perancangan ini yang berisikan gambar *mockup* dan penjelasan singkat tentang perancangan kemasan untuk produk kue biji ketapang.

1. Ukuran : 60 x 160 cm
2. Bahan : *Albatros*
3. Jumlah : 1 Buah



Gambar 18. X-Banner

4. KESIMPULAN

Perancangan ini telah membuat kemasan fungsional untuk produk kue biji ketapang milik Mpok Isah, yaitu kemasan *standing pouch* berukuran 13 x 20 cm dengan material kertas *Art Paper + OPP Metalize* yang mampu melindungi produk dengan baik, kemasan yang ergonomi memudahkan konsumen untuk dapat membuka dan menutup kembali kemasan serta kenyamanan untuk penyimpanan dan menciptakan visual ilustrasi khas Betawi, palet warna yang hangat, dan tipografi yang seimbang mampu menciptakan identitas, komunikatif, dan memiliki daya tarik emosional bagi target konsumen yang dapat menarik kesadaran konsumen. Kemasan makanan memiliki peran strategis tidak hanya sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media komunikasi nilai-nilai keberlanjutan, informasi gizi, serta identitas produk lokal. Kesadaran konsumen sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial demografis seperti gender, usia, dan tingkat pendidikan. Konsumen lebih memperhatikan aspek kemasan, termasuk informasi bahan, simbol daur ulang, dan narasi keberlanjutan. Teknik produksi dan biaya menunjukkan bahwa desain kemasan ini layak untuk direalisasikan, terutama bagi pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Pilihan untuk menggunakan teknik cetak digital menawarkan keuntungan berupa kuantitas minimum pemesanan yang rendah mulai dari 100-500 pcs. Jika ingin memproduksi lebih dari 500 pcs disarankan menggunakan teknik cetak *offset*.

REFERENSI

- [1] Dameria Anne. (2014) *Packaging Handbook*. Where creative ideas become reality. Jakarta : Link & Match Graphic.
- [2] Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu Group. Jl. Wonosari KM. 6.5 No 243 Kalangan Yogyakarta.
- [3] Hutabarat Julianus. (2017). *Dasar Dasar Pengetahuan Ergonomi*. Media Nusa Creative. Bukit Cemara Tidar H5 No. 34, Malang.
- [4] Kemenkop UKM : 25,5 juta UMKM telah go digital. (2024, 5 Februari). ANTARA News. <https://www.antaranews.com/berita/4397157/kemenkop-ukm-255-juta-umkm-telah-go-digital>. Diakses 18 Januari 2025.
- [5] Maslakhah, I. (2017). Pengaruh Kemasan Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Citra Merek Serta Preferensi Taghavi, M.S and SeyedSalehi, A. (2015). The effect of packaging and brand on children's and parents' purchasing decisions and the moderating role of pester power. *British Food Journal*, 117(8).
- [6] Suryani, E., & Yulius, M. N. (2017). Faktor-Faktor Desain Kemasan Makanan Ringan Tradisional. *Jurnal Teknik Industri – Universitas Bung Hatta*, 6(2), 47-55.
- [7] Tholhah, & Candra, K. P. (2019). Pengaruh Jenis Plastik Kemasan Terhadap Sifat Kimia, Mikrobiologi Dan Sensoris Selama Masa Simpan Kue Kacang Produksi Beberapa UMKM Di Kota Samarinda Dan Balikpapan. *Journal of Tropical AgriFood*, 1(1), 36–40.
- [8] Widyamurti, Nidyah. (2018). Pemasaran Pariwisata Melalui Kemasan Produk Ukm Standing Pouch Berbahan Paper Metal Di Era Ekonomi Kreatif. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan* (Vol. 1, Issue 1).