

PENGEMBANGAN DESAIN KEMASAN PADA UKM AMANDA BROWNIES

Sanjaya Ramdhani¹

Sri Zetli²

¹Program Studi Teknik Industri, Universitas Putera Batam

²Program Studi Teknik Industri, Universitas Putera Batam

email: sanjayaramdhani@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze consumer standards for Amanda Brownies product packaging using the BackMarking and House of Quality methods. The results of the study indicate that there are 19 criteria that are consumer standards for the product packaging. In competitor analysis, BackMarking identified the main competitors in the Amanda Brownies UKM product packaging category. Based on the results of the House of Quality analysis, the normalized raw weight value shows the greatest demand from consumers regarding Amanda Brownies packaging design, with a value range between 0.013. Several criteria that are consumer priorities in packaging design are Attractive Packaging Shape (B1), Packaging that Displays Expiration Date Clearly (B7), Packaging Material Thickness (B16), and Packaging that Displays Slogan/Tagline (B19). In designing packaging products, the technical elements that are the main priority are Letter Color Variants (Priority 1), Writing Font Dimensions (Priority 2), Color Variants (Priority 3), and Tagline Description (Priority 4). These findings provide important insights for the development of Amanda Brownies product packaging that suits consumer needs and preferences.

Keywords: Amanda Brownies, Product Packaging,

PENDAHULUAN

Usaha kecil dan menengah adalah kegiatan bisnis yang memungkinkan mereka memperluas peluang kerja dan menyediakan layanan ekonomi.

Yang komprehensif untuk komunitas mereka dalam memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi untuk mencapai ini dapat berperan dalam meningkatkan pendapatan lokal dan mempromosikan stabilitas nasional. Usaha kecil dan menengah (UKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia. Salah satunya Brownies Amanda, Amanda Brownies merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang kuliner pembuatan bolu kukus terbilang masih baru Jadi untuk peningkatan penjualan di Batam cukup tinggi karena dalam 59% penjualan maka dari itu, persaingan sangat ketat dengan ukm lainnya, pengelola ukm Amanda Brownies Batam di pasarkan Lewat online dengan menggunakan aplikasi Grabfood Instagram dan juga bisa di kunjungi secara langsung. Berdasarkan (Rohmatin Yuyun Yuniar, 2022) Metode Quality Function Deployment (QFD) merupakan metode untuk melakukan pengembangan produk melalui empat tahap, dimulai dari perencanaan produk (Product Planning) dan persyaratan teknis (Technical). Berdasarkan penelitian (Maulana Yudi, 2022) Desain produk menerjemahkan persyaratan teknis ke dalam fungsi komponen. Rencana proses mengidentifikasi langkah-langkah proses dan parameter untuk mengubahnya menjadi karakteristik proses.



Gambar1 Kemasan Amanda Brownies

Amanda Brownies saat ini ada masalah dengan syarat dalam penanggung jawab dengan tidak adanya tanggal kadaluarsa karena tanggal, bulan, tahun adalah tanggal kadaluarsa (best before date) suatu produk pangan yang terjamin mutunya sepanjang disimpan sesuai petunjuk pabrik (Hermanto Stefanus, 2019). Dari hal tersebut maka perlu dilakukan perancangan ulang kemasan pada Amanda Brownis.

KAJIAN TEORI

2.1 Desain Kemasan

Berdasarkan Kotler dan Armstrong (Sudjana, 2020) Desain pengemasan produk sebagai aset perusahaan memiliki nilai ekonomi yang tinggi sehingga merupakan perlindungan hukum, yang dapat meniru pihak lain dengan niat buruk.

2.2 Fungsi Kemasan

Kemasan standar meningkatkan waktu produk dan memberikan perlindungan yang cukup untuk nilai penjualan dan produk tambahan. Kemasan harus memenuhi harapan konsumen. Berdasarkan (Ari, 2019) mengatakan bahwa ada fungsi kemasan yaitu:

1. Melindungi Produk ini rentan terhadap kerusakan akibat sinar UV, panas, kelembapan.

2. Meningkatkan efisiensi, misalnya memudahkan proses penghitungan, pengiriman dan penyimpanan produk.

2.3 Jenis Kemasan

Struktur kemasan di bagi menjadi tiga jenis, yaitu:

1. Kemasan Primer (consumer pack) Paket yang terhubung langsung dan bersentuhan dengan produk biasanya memiliki ukuran yang relatif kecil dan juga dikenal sebagai paket ecere. Contoh kemasan makanan ringan.

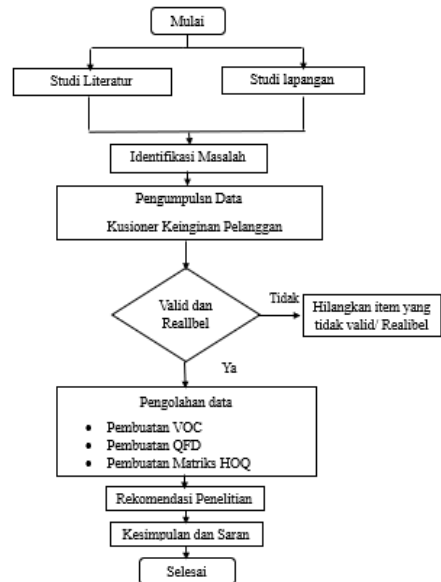
2. Kemasan Sekunder (transport pack) Paket kedua berisi banyak paket sekunder. Jenis paket ini tidak terhubung langsung ke produk yang dikemas. Misalnya, kardus/pengemasan kardus.

3. Kemasan Tersier Paket ketiga berisi banyak paket sekunder. Paket ini bekerja secara lokal, antara pulau - pulau.

2.4 Quality Function Deployment (QFD)

Alat yang digunakan untuk menggunakan struktur QFD adalah matriks yang disebut House of Quality. Matriks ini menjelaskan kebutuhan dan harapan pelanggan, dan bagaimana mereka dipenuhi.

METODE PENELITIAN



Gambar 2 Desain Penelitian

Adapun metode dalam pengumpulan data adalah kuisiomer dengan konsumen untuk mengetahui masalah terkait dengan kemasan dan menyebarkan kuisiomer untuk mengetahui tingkat kepuasan dan Tingkat kepentingan terhadap kemasan produk. hal yang berhubungan dengan kemasan Amanda Brownies yaitu sebagai berikut:

1. Menentukan Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk di Amanda Brownies. Dimana jumlah konsumen yang membeli produk amanda belum tidak diketahui jumlahnya. Maka sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *Linear Time Function* dalam menentukan besaran sampel adalah

$$n = \frac{T - t_0}{t_1}$$

n = banya sampel

T= Waktu yang tersedia untuk penelitian=(20 hari x12jam)=240jam

To = Waktu tetap tidak tergantung pada besarnya sampel, yaitu Dimana pengambilan sampel tidak tergantung pada besarnya sampel) (2 jam x 20 hari = 40 jam)

t1 = Waktu yang digunakan responden untuk mengisi kuisisioner (0,25 x 20 hari= 5jam)

$$n = \frac{240-40}{5} = 40$$

2. Uji validasi

Tes Uji validitas dilakukan dengan memeriksa perbandingan nilai r hitung (*corrected item total correlation*) dengan tabel R. Tabel R -Count> R dan nilai R positif, elemen atau pertanyaan dianggap valid dengan rumus:

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x \sum y)}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi

x = item skor

y = skor total dari item Y

n = jumlah banyaknya sampel

3. Uji Reabilitas

Pengujian reliabilitas adalah perangkat yang dapat diandalkan yang cukup

untuk digunakan sebagai pengumpulan data, menggunakan koefisien *Cronbach -Alpha*. Instrumen dapat digambarkan sebagai dapat diandalkan jika ada koefisien *Cronbach Alpha*> 0,6 [9]. Tes reliabilitas ini dilakukan dalam program *Windows SPSS 17* [8]. Dengan persamaan berikut:

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2} \right]$$

Keterangan:

r = reliabilitas instrumen

k = jumlah butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah varian pada butir

σ^2 = Varian total

4. Penyusunan *Hause Of Quality* (HOQ)

Tahap 1 Pembuatan matriks kebutuhan pelanggan Pada tahap ini melakukan terjun ke lapangan dan berinteraksi dengan pelanggan serta mengumpulkan data kualitatif berupa keinginan kebutuhan pelanggan terhadap kemasan Kue Brownies Amanda.

Tahap 2 Pembuatan matriks perencanaan mengukur kebutuhan pelanggan dan menetapkan sasaran kinerja kepuasan dalam bentuk nilai. Pembuatan *matriks*.

Tahap 3 Pembuatan respon teknis Dengan demikian, pada fase ini, kebutuhan pelanggan yang bersifat non teknis diubah menjadi data yang bersifat teknis.

berdasarkan atribut kemasan produk yang diketahui tiga kriteria yaitu dapat dilihat pada table 1

Tabel 1 Simbol *Matriks Relationship*

Simbol	Deskripsi	Hubungan	Nilai
●	Lingkaran Hitam Penuh	Kuat	9
○	Lingkaran Tengah Kosong	Sedang	3
▽	Segitiga Tengah Kosong	Lemah	1

Tahap 4 Penentuan hubungan respon teknis dengan kebutuhan pelanggan mengetahui seberapa kuat hubungan antara daya tanggap teknologi.

Tahap 5 Penentuan tingkat kesulitan dan korelasi teknis Disini penentuan tingkat kesulitan dilakukan dengan memerlukan perbaikan.

Tabel 2 Matriks Kolerasi

Simbol	Kolerasi
+	Kuat
-	Lemah
	Tidak ada

Tahap 6 benchmarking Nilai tolak ukur yang dihasilkan digunakan untuk menentukan respons teknis mana yang ingin diprioritaskan oleh usaha kecil dan menengah dan nilai kinerja.

Tahap 7 penentuan nilai target Disini nilai target untuk penentuan kemasan merupakan salah satu yang dinilai baik dan dapat menarik daya beli konsumen

permintaan konsumen sesuai dengan sifat yang diinginkan dalam pengemasan produk Amanda Brownies. Untuk menemukan permintaan konsumen dengan fitur pengemasan, survei publik akan didistribusikan ke.pada 40 responden.

Tabel 3. Atribut kemasan yang diinginkan konsumen

NO	Atribut	Kode
1	Bentuk Kemasan Menarik	B1
2	Jenis huruf pada kemasan menarik dan sesuai dengan produk sasaran	B2
3	Kemasan memiliki bentuk penutup yang mudah di buka dan ditutup dengan aman	B3
4	Kemasan memiliki bentuk praktis	B4
5	Kemasan memiliki ukuran yang sesuai dengan produk yang dikemas	B5
6	Kemasan menampilkan berat bersih isi produk	B6
7	Kemasan menampilkan tanggal kadaluarsa dengan jelas	B7
8	Kemasan mencantumkan foto/gamba produk	B8
9	Kemasan mencantumkan informas produsen	B9
10	Kemasan mencantumkan komposisi	B10
11	Kemasan mencantumkan logo halal	B11
12	Kemasan menggunakan bahan yang tahan pada minyak dan air	B12
13	Kemasan menggunakan warna tulisan yang mudah dibaca	B13
14	Kemasan menggunakan warna yang cerah	B14
15	Kemasan menggunakan warna yang menarik	B15
16	Ketebalan bahan kemasan	B16
17	Posisi merek/logo produk mudah dibaca	B17
18	Tata letak penulisan merek/logo serta keterangan lainnya	B18
19	Kemasan menampilkan slogan/tagline pada produk	B19

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Data Atribut Kemasan Produk

Pengumpulan data untuk penelitian ini dimulai dengan mengidentifikasi

4.2Tingkat Tingkat Kepuasan Konsumen dan Tingkat Kepentingan Relatif

Tingkat kepentingan dan kepuasan relatif ditentukan oleh berat masing -

masing atribut berdasarkan skala prioritas. Evaluasi atribut dikelompokkan sebagai berikut: 5 Likert -Scale. 1 = sangat penting (STP) atau sangat buruk (STB), 2 = tidak penting (TP) atau baik (TB), 3 = sangat penting (CP) atau sangat baik (CB), 4 = penting (b) dan 5 = sangat penting (SP) atau sangat baik (SB) Tabel menunjukkan tingkat minat relatif dan kepuasan pelanggan.

Tabel 4. Tingkat Kepuasan Konsumen dan Tingkat Kepentingan Relatif.

Atribut (kode)	Nilai Kepuasan	Nilai Kepentingan
B1	2,15	4,62
B2	3,65	4,47
B3	3,85	4,35
B4	2,1	4,52
B5	4,75	4,6
B6	4,77	4,72
B7	2,32	4,7
B8	4,75	4,6
B9	2,1	4,27
B10	4,85	4,57
B11	4,75	4,62
B12	2,27	4,1
B13	2,05	4,57
B14	4,67	4,45
B15	4,47	4,37
B16	2,12	4,45
B17	4,77	4,42
B18	4,27	4,52
B19	1,42	4,55

4.3 Uji Validitas dan Uji Reabilitas

Dalam penelitian ini mengambil Tingkat kebebasan sebesar 48 (n-2) dengan n sebanyak 40 pada Tingkat signifikan 0,05 dari nilai r hitung > 0,2787 atau nilai α (0.05) > Sig. (2-tailed) Selanjutnya pernyataan tersebut dinyatakan valid

yang terlihat pada Tabel Berikut

Tabel 5 Uji Validitas Tingkat Kepuasan Konsumen

Atribut	r-hitung	Sig (tailed)	Kesimpulan
B1	0,442	0,004	Valid
B2	0,623	0,000	Valid
B3	0,494	0,001	Valid
B4	0,676	0,000	Valid
B5	0,651	0,005	Valid
B5	0,655	0,004	Valid
B7	0,628	0,001	Valid
B8	0,592	0,000	Valid
B9	0,342	0,030	Valid
B10	0,573	0,001	Valid
B11	0,414	0,008	Valid
B12	0,555	0,000	Valid
B13	0,653	0,000	Valid
B14	0,355	0,024	Valid
B15	0,390	0,012	Valid
B16	0,339	0,032	Valid
B17	0,333	0,035	Valid
B18	0,318	0,044	Valid
B19	0,320	0,043	Valid

Tabel 6 Uji Validitas Tingkat Kepentingan Relatif

Atribut	r-hitung	Sig (tailed)	Kesimpulan
B1	0,508	0,000	Valid
B2	0,543	0,000	Valid
B3	0,321	0,043	Valid
B4	0,471	0,002	Valid
B5	0,552	0,000	Valid
B5	0,322	0,043	Valid
B7	0,327	0,040	Valid
B8	0,386	0,014	Valid
B9	0,308	0,050	Valid
B10	0,378	0,015	Valid
B11	0,337	0,033	Valid
B12	0,492	0,001	Valid
B13	0,351	0,026	Valid
B14	0,392	0,012	Valid
B15	0,607	0,000	Valid
B16	0,385	0,009	Valid
B17	0,361	0,021	Valid
B18	0,436	0,004	Valid
B19	0,526	0,001	Valid

Tes reliabilitas untuk penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Jika nilai *alpha cronbach* adalah koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,6, instrumen penelitian dianggap dapat diandalkan. Tabel 7 menunjukkan hasil uji kuesioner.

Tabel 7 Uji Reabilitas Tingkat Kepuasan Konsumen dan Tingkat Kepentingan Relatif

Atribut	Tingkat Kepuasan	Tingkat Kepentingan	Ket
B1	0,718	0,601	Relability
B2	0,706	0,632	Relability
B3	0,746	0,648	Relability
B4	0,726	0,627	Relability
B5	0,729	0,601	Relability
B6	0,716	0,673	Relability
B7	0,724	0,625	Relability
B8	0,722	0,633	Relability
B9	0,739	0,636	Relability
B10	0,731	0,632	Relability
B11	0,728	0,678	Relability
B12	0,726	0,609	Relability
B13	0,724	0,686	Relability
B14	0,774	0,655	Relability
B15	0,754	0,603	Relability
B16	0,738	0,672	Relability
B17	0,749	0,614	Relability
B18	0,744	0,619	Relability
B19	0,744	0,605	Relability

4.4 Evaluasi Perbandingan Atribut Dengan Kompetitor

Sebagai bagian dari penelitian ini, ulasan pelanggan dilakukan untuk membandingkan pendapat pelanggan tentang kualitas produk pengemasan

Amanda Brownies dengan produk pesaing. Dari produk pesaing yang dipilih sama dengan yang dijual di Batam City Yaitu E-Brownies.

Tabel 8 Evaluasi Perbandingan Kemasa Produk dengan Kemasanpesaing

Kode	E-Brownies	Amanda Brownies	Posisi
B1	4,15	2,15	Di atas
B2	4,5	3,65	Di bawah
B3	4,65	3,85	Di atas
B4	4,65	2,1	Di bawah
B5	2,74	4,75	Di atas
B6	4,65	4,77	Di atas
B7	4,65	2,32	Di bawah
B8	2	4,75	Di atas
B9	4,65	2,1	Di bawah
B10	4,87	4,85	Di bawah
B11	4,75	4,75	Sama
B12	4,55	2,27	Di bawah
B13	4,8	2,05	Di bawah
B14	2,45	4,67	Di atas
B15	2,35	4,47	Di atas
B16	4,7	2,12	Di bawah
B17	4,6	4,77	Di atas
B18	4,77	4,27	Di bawah
B19	4,65	1,42	Dibawah

4.5 Technical Requirement

Dalam penelitian ini dibuat *Technical Requirements* yang dihasilkan berdasarkan wawancara & *class discussion* menggunakan beberapa orang yg dipercaya pakar menggunakan desain bungkus produk.

Table 9 Technical Requirement

Kode	Atribut	Teknis
B1	Bentuk Kemasan Menarik	Varian bentuk
B2	Jenis huruf pada kemasan menarik dan sesuai dengan produk sasaran	Dimensi font tulisan
B3	Kemasan memiliki bentuk penutup yang mudah di buka dan ditutup dengan	Varian penutup kemasan

- B4 aman
Kemasan memiliki bentuk praktis
- B5 Kemasan memiliki ukuran yang sesuai dengan produk yang dikemas

Varian bentuk kemasan
Dimensi kemasan

Penetapan Goal Tujuannya ditentukan oleh argumen yang sama seperti dalam menentukan Kebutuhan Teknis. Saat menentukan Goal skala penilaian dapat dilihat pada table 10.

Tabel 10 Nilai Goal

			Kode	Kepentingan	Kepuasan	E-Brownies	GOAL
B6	Kemasan menampilkan berat bersih isi produk	Berat bersih produk	B1	4,62	2,15	4,15	5
B7	Kemasan menampilkan tanggal kadaluarsa dengan jelas	Ket kadaluarsa	B2	4,47	3,65	4,5	5
B8	Kemasan mencantumkan foto/gamla produk	Gambar produk	B3	4,35	3,85	4,65	5
B9	Kemasan mencantumkan informasi produsen	Nama produsen	B4	4,52	2,1	4,65	4
B10	Kemasan mencantumkan komposisi	Kompisisi produk	B5	4,6	4,75	2,74	5
B11	Kemasan mencantumkan logo halal	Ket halal	B6	4,72	4,77	4,65	5
B12	Kemasan menggunakan bahan yang tahan pada minyak dan air	Daya tahan bahan	B7	4,7	2,32	4,65	5
B13	Kemasan menggunakan warna tulisan yang mudah dibaca	Variasi warna huruf	B8	4,6	4,75	2	4
B14	Kemasan menggunakan warna yang cerah	Variasi warna	B9	4,27	2,1	4,65	4
B15	Kemasan menggunakan warna yang menarik	Variasi warna	B10	4,57	4,85	4,87	5
B16	Ketebalan bahan kemasan	Variasi bahan	B11	4,62	4,75	4,75	5
B17	Posisi merek/logo produk mudah dibaca	Dimensi logo	B12	4,1	2,27	4,55	4
B18	Tata letak penulisan merek/logo serta keterangan lainnya	Dimensi font tulisan	B13	4,57	2,05	4,8	5
B19	Kemasan menampilkan slogan/tagline pada produk	Ket tagline produk	B14	4,45	4,67	2,45	4
			B15	4,37	4,47	2,35	5
			B16	4,45	2,12	4,7	5
			B17	4,42	4,77	4,6	5
			B18	4,52	4,27	4,77	4
			B19	4,55	1,42	4,65	5

4.7 Improvement Ratio dan Sales Point

Peningkatan (IR) dihitung dari nilai sasaran dibagi dengan kualits kepuasan pelanggan untuk atribut kemasan produk. Penjelasan tentang nilai *Improvement Ratio* dalam Tabel 11, tetapi penjelasan nilai *Sales Point* dapat dilihat pada Tabel 12. Hasil dari perhitungan *Improvement Ratio* dan *Sales Point* dapat dilihat di Tabel 13.

Tabel 12. Nilai sales point

Nilai	Pengertian
1	Tidak ada sales point
1.2	Sales point sedang
1.5	Sales point kuat

4.6 Nilai Goal

Tabel 13. Hasil *Improvement Ratio* dan *Sales Point*

Kode	.kepuasan	Goal	IR	SP
B1	2,15	5	2,33	1.5
B2	3,65	5	1,37	1.5
B3	3,85	5	1,30	1.5
B4	2,1	4	1,90	1.5
B5	4,75	5	1,05	1.5
B6	4,77	5	1,05	1.2
B7	2,32	5	2,16	1.5
B8	4,75	4	0,84	1
B9	2,1	4	1,90	1.5
B10	4,85	5	1,03	1.2
B11	4,75	5	1,05	1.2
B12	2,27	4	1,76	1.2
B13	2,05	5	2,44	1.5

Tabel 11. Nilai *Improvement Ratio*

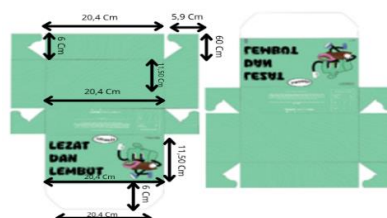
B14	4,67	4	0,86	1
B15	4,47	5	1,12	1.2
B16	2,12	5	2,36	1.5
B17	4,77	5	1,05	1.2
B18	4,27	4	0,94	1
B19	1,42	5	3,52	1.5

4.8 Row Weight Dan Normalized Raw

Normalized Raw Weight (NRW) diperoleh dengan membagi nilai *Raw Weight* dengan total keseluruhan *Raw Weight* Hasil perhitungan untuk *Raw* dapat dilihat pada tabel 14.

Nilai	Pengertian
<1	Tidak ada perubahan
1-1.5	Perubahan sedang
>1.5	Perbaikan menyeluruh

ditampilkan pada Gambar 4.



Gambar 4 Ajuan Kemasan Desain Amanda Brownies

Tabel 14 Perhitungan *Row Weight* dan *Normalized Raw Weight*

Kode	Kepentingan	IR	SP	RW	NRW
B1	4,62	2,33	1.5	16,1	0,09
B2	4,47	1,37	1.5	9,1	0,05
B3	4,35	1,30	1.5	8,48	0,05
B4	4,52	1,90	1.5	12,8	0,07
B5	4,6	1,05	1.5	7,25	0,04
B6	4,72	1,05	1.2	5,95	0,09
B7	4,7	2,16	1.5	15,2	0,09
B8	4,6	0,84	1	3,86	0,09
B9	4,27	1,90	1.5	12,1	0,06
B10	4,57	1,03	1.2	5,65	0,03
B11	4,62	1,05	1.2	5,82	0,03
B12	4,1	1,76	1.2	8,66	0,05
B13	4,57	2,44	1.5	16,7	0,09
B14	4,45	0,86	1	3,83	0,02
B15	4,37	1,12	1.2	5,75	0,03
B16	4,45	2,36	1.5	15,7	0,08
B17	4,42	1,05	1.2	5,57	0,03
B18	4,52	0,94	1	4,25	0,02
B19	4,55	3,52	1.5	24,0	0,13

4.9 Row Weight Dan Normalized Raw Weight

Matriks House Of Quality merupakan suatu usaha untuk mengubah suara pelanggan itu langsung tergantung pada fitur teknis atau spesifikasi yang diperlukan untuk rencana yang direncanakan. Hasil persiapan matriks pada Gambar 3.

4.10 Desain Kemasan Produk

Menggunakan metode ini untuk menyediakan fungsi kualitas (QFD) berdasarkan kriteria pengemasan yang diminta oleh konsumen, desainnya disarankan satu kemasan yang

Simpulan

Hasilnya Penelitian menunjukkan bahwa menjadi standar konsumen untuk kemasan produk Amanda Brownies 19 kriteria. Nilai *BackMarking* juga dipandang sebagai pesaing dari kemasan produk UKM Amanda Brownies di atas. Hasil *House of Quality* menunjukkan nilai bobot mentah yang *Normalized Raw Weight* dari Permintaan besar bagi customer dengan desain kemasan Amanda Brownies antara 0,013. Amanda Brownies, serasan teknis adalah Varian warna huruf (Prioritas 1), Dimensi font tulisan (Prioritas 2), Varian warna (Prioritas 3) dan Keterangan tagline (Prioritas 4). Ajuan Desain produk kemasan UKM Amanda Brownies, mengembangkan varian desain yang lebih modern dan minimalis, setiap kemasan menambahkan dengan menampilkan tanggal kadaluarsa yang

jelas, Bentuk kemasan yang menarik dan menampilkan taqline, produk.

Daftar Pustaka

- Ari, W. (2019). Peranan kemasan (Packaging) dalam meningkatkan pemasaran `produk usaha mikro kecil menengah (UMKM) . *Audit* .
- Hermanto Stefanus. (2019). TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA TERHADAP MAKANAN TANPA TANGGAL. *Jurnal Surya Kencana Satu*.
- Maulana, Y. (2022). *PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN PRODUK*. Pemulang: Unpam Press.
- Rahman Abdul, Supomo Heri . (2012). Analisa Kepuasan Pelanggan pada Pekerjaan Reparasi Kapal dengan Metode Quality. *TEKNIK ITS*.
- Rohmatin Yuyun Yuniar, W. R. (2022). Pengembangan Desain Kemasan Keripik Menggunakan Metode Quality Function Deploement (QFD). *Jurnal Konversi Energi dan Manufaktur* .
- Sudjana. (2020). Desain Kemasan Produk . *Ecodemica* , 10.
- Nofriani Fajrah, E.Isya Paskaria Loyda Tarigan, Sri Ze.tli E.. P. (2024). Perancangan Desain Kemasan Keripik dengan Menggunakan Metode.Quality Function De.ployme.nt. *Surya Teknika*
- Rino Yuda. (2022).DESAIN KOMUNIKASI VISUALPurbalingga *EUREKA MEDIA AKSARA*.

	Biodata Penulis pertama, Sanjaya Ramdhani merupakan mahasiswa Prodi Teknik Industri Universitas Putera Batam.
	Biodata Penulis kedua, Sri Zetli, S.T., M.T. merupakan Dosen Prodi Teknik Industri Universitas Putera Batam. Penulis banyak berkecimpung di bidang Pengembangan desain