

# PERANCANGAN KEMASAN HAMPERS DENGAN SISTEM BONGKAR PASANG UNTUK LUNIO DESIGN

Jessica<sup>1</sup>, Elisabeth Christine Yuwono<sup>2</sup>, Vanessa Yusuf<sup>3</sup>

1. Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra,  
Siwalankerto 121-131, Surabaya  
Email: liemjessica13@gmail.com

## Abstrak

Lunio merupakan sebuah brand dari Surabaya yang memproduksi *souvenir* dan *hampers* untuk acara ulang tahun, pertunangan, pernikahan, dan sebagainya. Permasalahannya terletak pada ketatnya persaingan pasar serta tak jarang konsumen berada di luar kota, luar pulau, hingga luar negeri. Sehingga jalur distribusi saat proses pengiriman *hampers* ke luar pulau perlu *hampers* yang inovatif dengan sistem bongkar-pasang untuk memudahkan dan menekan harga ekspedisi dari pengiriman. Sistem desain ini membuat Lunio memiliki keunggulan koleksi *hampers* yang berbeda dari kompetitor dan dapat menjadi solusi baru untuk mengatasi pemesanan *hampers* jarak jauh.

**Kata kunci:** *hampers*, pola kemasan inovatif, *knockdown packaging*.

## Abstract

**Title:** *Hampers Packaging Design with Knockdown System for Lunio*

The purpose of the design of Lunio Hampers is to build a brand from Surabaya that produces Souvenirs and Hampers for birthdays, engagements, weddings, and so on. The problem lies in the tight competition of the market and also frequently, consumers are outside the city, island, even country, and because of the difficulty in distribution routes during the hampers delivery process, a collection of innovative hampers with knockdown system is necessary to suppress the price of expeditions from shipping. Lunio has a superior collection that is different from competitors.

**Keywords:** hampers, innovative packaging patterns, knockdown packaging.

## Pendahuluan

Kebutuhan mengemas suatu produk setiap hari semakin meningkat. Fungsi utama dari sebuah kemasan adalah untuk melindungi produk agar tidak mudah rusak. Mengemukakan pengemasan mempunyai dua fungsi yaitu, fungsi protektif dan fungsi promosional. Dengan pengemasan protektif, para konsumen tidak perlu harus menanggung risiko pembelian produk rusak atau cacat. Fungsi promosional, peran kemasan pada umumnya dibatasi pada perlindungan produk (Simamora, 2007). Kemasan produk juga dapat meningkatkan kepuasan konsumen, menambah daya tarik konsumen untuk membelinya. Bahkan jika desainnya unik, konsumen

akan menyimpan kemasan tersebut dan tidak ingin membuangnya. Seiring bertumbuhnya jumlah wirausahawan di Indonesia membuat para pengrajin kemasan salah satunya kotak *hampers* menjadi peluang bisnis yang menguntungkan. Perkembangan bisnis *hampers* yang semakin maju dengan peminat yang semakin meningkat serta untuk memulai bisnis ini tidak memerlukan modal yang besar (Prawira, 2018). *Hampers* juga banyak dipesan di waktu-waktu tertentu seperti hari besar keagamaan Idul Fitri dan Natal. Pada momen spesial seperti Idul Fitri dan Natal jumlah permintaan konsumen pun meningkat sekitar 30% - 50% dari biasanya. Berdasarkan data perusahaan, konsumen sudah ramai memesan sekitar satu bulan sebelum hari perayaan menjadi waktu paling padat pesanan masuk. (Marsha, Catharine

2018). *Hampers* sendiri berarti bingkisan atau orang Indonesia biasa menyebutnya parcel, biasanya diberikan sebagai pemberian pada saat momen-momen spesial, misalnya momen hari raya, hari kelahiran, hari pernikahan, dan masih banyak lagi. *Hampers* terdiri dari beberapa varian produk yang dikemas pada satu kotak dengan desain dan bentuk yang dibuat menurut pesanan pembeli.

Lunio Design salah satunya yang berdiri sejak awal tahun 2017 berlokasi di Surabaya. Dikelola oleh perorangan dengan berfokus pada undangan, *souvenirs*, *hampers*, dan dekor meja. Pemilik melihat perkembangan bisnis ini yang semakin maju dengan peminat yang semakin meningkat namun hanya sedikit yang dapat memberikan desain yang unik dan baik sesuai permintaan klien, itulah yang melatarbelakangi Lunio Design untuk menyediakan produk untuk berbagai acara. Tahun 2018 Lunio mengembangkan bisnisnya bekerjasama dengan beberapa *event organizer* Surabaya maupun kota-kota lainnya yang ada di Indonesia. Pada 27-29 Juli 2018, Lunio berkolaborasi dengan Wonderful Event Organizer mengikuti *wedding fair* yang diadakan di Galaxy Mall Surabaya. Dengan berbagai kerjasama ini Lunio semakin berkembang dan menciptakan *brand awareness* pada *target audience*. Lunio juga mengambil peluang pada *season* Idul Fitri 2018 dengan mengeluarkan koleksi Saffanah Eid Mubarak Hampers dan berhasil menjual 50 box *hampers*. Dalam sebulan Lunio dapat menerima orderan sekitar 2.500-3.000 undangan dan 500 *souvenir* atau *box hamper*.

## Metode Analisis Data

### Metode SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunities, and Threats*)

Analisis SWOT membandingkan antara faktor internal (*Strength, Weakness*) dengan faktor eksternal (*Opportunities, Threats*). Analisis SWOT ini akan diterapkan pada produk *hampers* saat ini, produk *hampers* pesaing, dan produk *hampers* yang akan dihasilkan melalui perancangan ini.

### Metode VIEW (*Visibility, Information, Emotional appeal, and Workability*)

Analisis VIEW digunakan untuk menganalisa data-data yang ada pada kemasan terkait dengan fungsi pada kemasan dalam membangun identitas dan citra merek lewat pembangunan visual yang dapat menarik perhatian konsumen (*Visibility*), keberadaan informasi-informasi seputar produk (*Information*), kemampuan kemasan untuk menimbulkan perasaan tertentu (*Emotional Appeal*), dan segi fungsional dari kemasan (*Workability*).

Kemasan yang baik dapat membangun ekuitas merek dan mendorong penjualan. Kemasan produk juga

dapat meningkatkan kepuasan konsumen, menambah daya tarik konsumen untuk membelinya (Kotler dan Keller, 2012). Bahkan jika desainnya unik, konsumen akan menyimpan kemasan tersebut dan tidak ingin membuangnya salah satu contohnya adalah *hampers*. Juga dilihat sebagai salah satu unsur dari marketing mix yang dulunya hanya terdiri dari 4P (*price, product, place, dan promotion*), menjadi 5P (*packaging*). Fungsi pemasaran ini dijabarkan ke dalam 4 poin, antara lain :

#### a. *Self-sevice*

Lewat sistem *display* memungkinkan konsumen berinteraksi langsung dengan produk *hampers* yang ditawarkan. Contoh : konsumen yang datang di *workshop* Lunio secara langsung berinteraksi dengan produk *hampers* yang ditawarkan.

#### b. *Consumer affluence*

Konsumen membayar lebih untuk fasilitas pada kemasan yang ditawarkan seperti kenyamanan, penampilan, dan lainnya. Contoh : konsumen dari luar kota rela membayar lebih untuk biaya ekspedisi dan memesan produk di Lunio karena tertarik dengan penampilan produk yang ditawarkan yang mungkin berbeda dari kompetitor yang ada di kotanya.

#### c. *Company and brand image*

Kemasan ikut berperan dalam membuat sebuah merek dikenal. Contoh : nama Lunio akan semakin dikenal melalui kemasan *hampers* yang dibagikan oleh konsumen kepada kerabat dekatnya.

#### d. *Innovation opportunity*

Adanya inovasi dan keunikan pada kemasan dapat memberikan manfaat pada konsumen dan keuntungan pada produsen. Contoh : Dengan mengeluarkan rangkaian *hampers* dengan sistem bongkar-pasang tidak hanya menjadikan inovasi dan keunikan Lunio dari lainnya namun dapat menarik calon konsumen juga.

## Pacakaging Hampers

*Hampers* merupakan beberapa produk yang dikemas dengan desain sesuai keinginan klien yang disatukan pada sebuah wadah kotak kemasan dengan desain setema, biasanya diberikan dan dibagikan kepada beberapa kerabat dari klien pada momen-momen spesial. Peran desain adalah meningkatkan nilai *hampers* dengan cara yang semenarik mungkin sebagai bahan hadiah yang potensial. Tujuan desainer adalah untuk menciptakan kemasan yang meyakinkan pembeli bahwa apa yang mereka beli adalah hadiah yang mencerminkan sesuatu yang mereka rasakan sebagai ucapan terimakasih atau rasa syukur dan membuat penerima merasa dihargai ikut merasakan kebahagiaan yang dirasakan pengirim dan berkesan terhadap hadiah atau *hampers* tersebut. Salah satunya pada acara *Tinjing*.

*Tinjing* adalah suatu tradisi lamaran orang tinghoa yaitu awal dari sebuah kehidupan baru yang

mengawali suatu pernikahan. Keluarga dan calon mempelai pria membawa beraneka ragam seserahan menuju ke keluarga calon mempelai wanita yang akan dilamar dengan membawa seserahan. Melalui hasil wawancara dari beberapa narasumber dengan berbagai usia dari usia 20 hingga usia 70 tahun mengenai kemasan dari seserahan *tingjing* yang akan di bagikan kepada keluarga dan kerabat terdekat. Pada awalnya hanya memakai kemasan plastik merah yang mempunyai fungsi sebagai pengemas berbagai seserahan yang di dalamnya, lalu tas kantong merah memakai bahan spunbond yang mulai di sablon, *paperbag* yang tercetak, keranjang, hingga *hardbox* yang disebut juga dengan *hampers* dengan desain khusus yang *customizable* sesuai keinginan klien sehingga lebih berkesan dan bermakna bagi sang penerima *hampers*. Oleh karena itu perkembangan bisnis *hampers* semakin pesat karena kemasan yang dulu hanya dipandang sebagai bungkus atau pelindung berkembang mempunyai nilai lebih yang dapat mendukung produk yang dikemasnya.

## Konsep Perancangan

Merancang rangkaian koleksi *box hampers* dengan sistem bongkar-pasang untuk mempermudah pada proses jalur distribusi. Dan juga rangkaian ini diharapkan menjadi salah satu keunggulan dari Lunio dibanding kompetitornya dan dapat menjadi potensi sebagai *Unique Selling Proposition* dari Lunio. Tetap menyuguhkan desain yang apik dengan desain khusus sesuai tema atau permintaan klien sebagai poin pendukung dari bisnis *hampers* ini. Koleksi dari *box hampers* dengan sistem bongkar-pasang ini akan dikirim ke klien secara terpisah antara produk dan *box hampers*.

Pengemasan bertujuan supaya barang pecah belah akan dibungkus secara terpisah dengan menggunakan *bubble wrap* dengan kondisi barang atau produk sudah selesai *finishing* seperti pita, label, tag, dan sebagainya sehingga customer hanya perlu memasukan produk ke dalam *hampers*. Contoh referensi penataan hasil jadi akan difoto sehingga klien dapat mencontoh dari referensi yang diberikan. Untuk langkah-langkah pembangunan *box hampers* akan dikirimkan dalam bentuk video supaya lebih jelas sebagai petunjuk perakitan dari *box hampers* bongkar-pasang ini.

Tujuan kreatif perancangan pola *hampers* dengan sistem bongkar-pasang ini yaitu untuk mempermudah pengiriman *hampers* dan membedakan Lunio dengan kompetitor lainnya, koleksi pola ini juga dapat menjadi *Unique Selling Proposition* Lunio dan dapat menarik konsumen Lunio yang berasal dari luar pulau atau luar kota. Sehingga Lunio dapat bersaing dengan kompetitor yang berada pada latar belakang yang

sama yaitu desain grafis. Serta meningkatkan penjualan produk *hampers* Lunio kedepannya.

Tujuan *brand positioning* terhadap konsumen adalah Lunio sebagai merek produk *hampers* dengan desain yang *memorable* dan berkesan bagi sang penerima *hampers* maupun bagi penyelenggara acara. *Hampers* Lunio dapat menyesuaikan budget dari klien namun tetap menggunakan bahan yang berkualitas dengan harga yang masih terjangkau. Selain itu Lunio, berusaha menghasilkan *hampers* yang memenuhi keinginan sesuai *request* klien, sehingga tercapai kepuasan klien. Lunio menjadi solusi bagi mereka yang ingin menyelenggarakan acaranya yang berkesan dan diingat bagi sang penyelenggara maupun kerabatnya. Meskipun Lunio berlokasi di Surabaya namun dapat melakukan pengiriman hingga di seluruh wilayah Indonesia dengan pemasaran menggunakan media sosial online nama Lunio juga tersebar dan meluas.

Selama ini identitas dari Lunio sudah ditampilkan pada logo dan desain feed dari instagram. Lunio terbilang memiliki desain yang baik, akan tetapi dengan perkembangan ini banyaknya kompetitor dengan latar belakang desain grafis sehingga Lunio tidak mempunyai ciri khas yang dapat menjadi identitas dari Lunio itu sendiri. Pada perancangan kali ini, identitas merek akan ditampilkan dengan munculnya pola kemasan *hampers* yang dapat dibongkar pasang yang pada saat ini belum terdapat di pasaran. Dengan memiliki identitas, Lunio akan lebih mudah dikenali dan diingat oleh *Target Audience*.

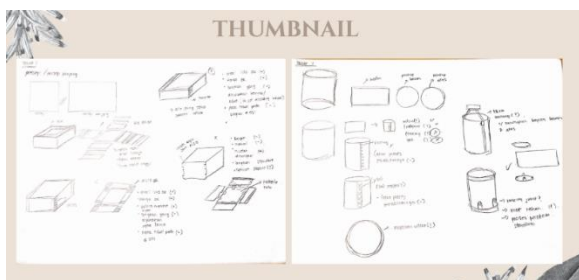
Citra Merek yang hendak ditampilkan adalah produk *hampers* dengan sistem bongkar pasang yang efektif dan unik. *Image* yang ingin digambarkan adalah Lunio memiliki inovasi dengan pola yang belum ada di pasaran dan mempermudah jalur distribusi menjadikan pola ini efektif dan unik. Selain itu tetap didukung dengan desain yang *memorable* dan berkesan penerima *hampers* yang sebelumnya juga menjadi identitas dari Lunio.

Pada perancangan ini akan difokuskan membuat dengan menggunakan tema untuk acara *tingjing*, dikarenakan produk yang dipakai lebih pasti macam dan ukurannya tetapi tidak menutup kemungkinan untuk kedepannya *manyue hampers*, *seasonal hampers*, dan lainnya dapat diaplikasikan menggunakan konsep bongkar pasang ini. Menggunakan pola dasar bentuk yang digemari oleh pasar seperti persegi atau persegi panjang, tabung, hexagon. Terdapat kemasan primer untuk membungkus kue dan lainnya, kemasan sekunder yaitu kotak *hampers* itu sendiri.

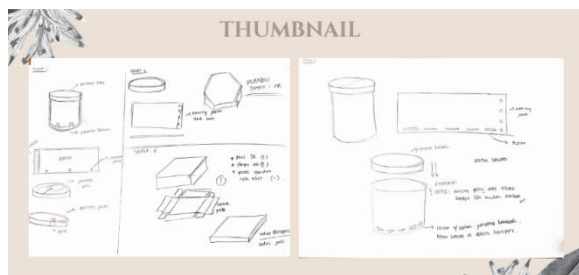
Bahan yang digunakan untuk material dasar *hampers* adalah *yellow board* atau *grey board*. Dengan dilapisi kain, kulit, maupun *printable paper*. Pada kemasan

primer menggunakan jar, *packaging box*, dan *pouch*. Penggunaan bahan ini dapat menonjolkan isi produk sehingga terlihat lebih menarik dan rapi, serta menggunakan pola *die cut* ketika klien menata tidak kesusahan dan produk akan terlihat lebih tertata.

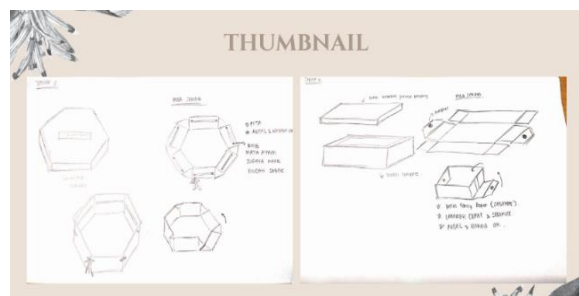
Dalam rangkaian koleksi ini Lunio mengeluarkan 3 jenis *hampers tingjing* dengan bentukan persegi, hexagon, dan tabung. Untuk gaya desain Lunio menggunakan tema *elegant* sebagai tema keseluruhan yang dirasa paling cocok untuk *tingjing hampers* ini. Untuk *Tingjing Hampers* pada era sekarang banyak perubahan dibandingkan dahulu pada sisi bentuk maupun desain. Maka dari itu pada rangkaian ini Lunio membagi 3 konsep yaitu *modern engagement*, *modern-traditional tingjing*, dan *traditional tingjing hampers*.



**Gambar 1. Thumbnail pola jaring persegi panjang**



**Gambar 2. Thumbnail pola jaring tabung**

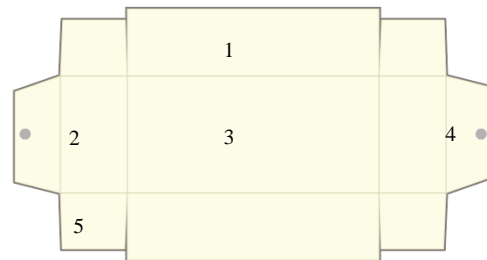


**Gambar 3. Thumbnail pola jaring hexagon**

***Beam Magnetic Hampers***

Hampers ini diberi nama Beam Magnetic Hampers karena poin utama dari hampers ini adalah magnet yang berfungsi sebagai pelekat dari sambungan-sambungan hampers yang ada memakai bentukan

persegi panjang sebagai bentukan dasar. Konsep yang dihadirkan adalah *modern engagement*, dikarenakan karena perkembangan jaman banyaknya pasangan yang lebih suka dengan gaya desain yang minimalis dan *modern* dan tradisi cina yang sudah mulai pudar pada sebagian golongan. Pada konsep dan bentuk persegi panjang ini *hampers* akan memakai warna cream dan penambahan aksesoris *outline flower* menambah kesan *elegant*. dan bahan yang paling cocok dengan *hampers* ini adalah *hardbox* dengan lapisan *printable fancy paper*.



**Gambar 4. Pola jaring beam magnetic hampers**

Pada gambar nomor satu adalah bagian sisi samping tegak atas dari hampers, nomor dua adalah bagian tegak pada sisi bagian kiri hampers, nomor tiga adalah bagian dasar hampers, nomor empat adalah magnet sebagai penutup hampers, nomor lima adalah bagian sambungan dari hampers dan bagian yang menyatukan untuk membentuk hampers.

Untuk merangkai hampers ini langkah-langkahnya adalah tegakkan bagian sisi tegak atau bagian tinggi dari hampers kemudian selipkan hampers bagian sambungan untuk dijepit dan ditutup pada bagian nomer empat atau penutup yang terdapat magnet., lakukan pada kedua sisi



**Gambar 5. Desain kemasan persegi panjang hampers**



**Gambar 6.** Foto pola jaring persegi panjang dalam keadaan terbuka bagian luar



**Gambar 7.** Foto pola jaring persegi panjang dalam keadaan terbuka bagian dalam



**Gambar 8.** Foto Kemasan *hampers* dan kemasan produk



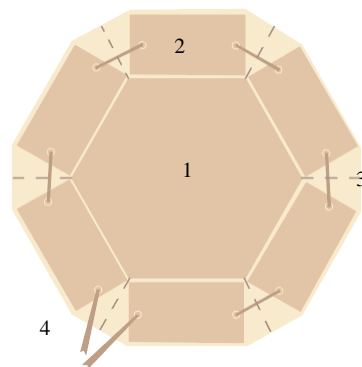
**Gambar 9.** Foto kemasan *hampers* persegi panjang



**Gambar 10.** Foto kemasan *hampers* persegi panjang dan tutupnya

### *Hexagon Drawstring Hampers*

*Hampers* ini diberi nama *Hexagon Drawstring Hampers* karena poin utama dari *hampers* ini adalah teknik serutnya yang berfungsi sebagai penyatu dari bagian-bagian *hampers* yang ada memakai bentuk persegi enam sebagai bentuk dasar. Konsep yang dihadirkan adalah semi *modern tradisional engagement*, dikarenakan karena perkembangan jaman banyaknya Bentuk *hexagon* ini memakai konsep *modern tradisional tingjing*. Pada konsep dan bentuk *hexagon* ini memakai warna dominan *navy blue* dengan perpaduan *silver*. Menggunakan ilustrasi burung *phonix* dan bunga namun dibalut dengan desain yang lebih simple dan modern. Memakai ilustrasi bunga dan burung *phonix* supaya tetap ada aksentradisional cina namun tidak mendominasi.



**Gambar 11.** Pola jaring *hexagon drawstring hampers*

Pada gambar nomor satu adalah bagian dasar dari *hampers*, nomor dua adalah bagian tegak pada *hampers* atau bagian tinggi *hampers*, nomor tiga adalah bagian lipatan kain akan dilipat ke bagian dalam *hampers*, nomor empat adalah pita sebagai poin utama dari *hampers* ini.

Untuk merangkai *hampers* ini langkah-langkahnya adalah tegakkan bagian keenam sisi tegak *hampers*

dengan cara menarik pita atau pada gambar bagian nomor empat ke arah luar sehingga bagian tegak atau pada gambar nomor dua akan berdiri dengan sendirinya. Kemudian ikat pita sebagai *finishing* dari *hampers* ini dan juga sebagai pengunci.



**Gambar 12.** Desain kemasan *hexagon hampers*



**Gambar 13.** Foto pola jaring *hexagon* dalam keadaan terbuka bagian dalam



**Gambar 14.** Foto pola jaring *hexagon* dalam keadaan terbuka bagian luar



**Gambar 15.** Foto *hexagon hampers*

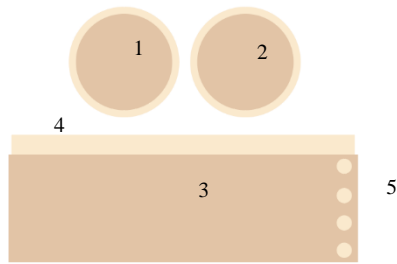


**Gambar 16.** Foto *hexagon hampers* dan *packaging produk*

#### *Tube Just by Click Hampers*

*Hampers* ini diberi nama *Tube Just by Click Hampers* karena poin utama dari *hampers* ini adalah kancing yang berfungsi sebagai penyatu dari bagian-bagian badan *hampers* yang ada memakai bentuk tabung sebagai bentuk dasar. Konsep yang dihadirkan adalah *traditional tingjing*, dikarenakan masih banyaknya pasangan dan keluarga yang masih kental tradisi cina lebih suka dengan gaya *traditional*. Pada konsep dan bentuk tabung ini memakai warna merah dengan *hardbox* dilapis kain jacquard motif. Dengan dekorasi aksesoris cina, warna yang dipakai dominan merah dan emas.





**Gambar 17. Pola jaring tube just by click hampers**

Pada gambar nomor satu adalah bagian dasar dari *hampers*, nomor dua adalah bagian penutup dari *hampers*, bagian nomor tiga adalah bagian badan *hampers*, bagian nomor empat adalah bagian sambungan sebagai tempat untuk penutup *hampers*, bagian nomor lima adalah bagian kancing untuk menyambungkan badan *hampers* sehingga membentuk sebuah tabung.

Untuk merangkai *hampers* ini langkah-langkahnya adalah bagaian-bagian badan *hampers* atau pada gambar bagian nomor tiga dilengkungkan bentuk menjadi sebuah tabung, dan satukan menggunakan kancing tiga kancing dari bawah ditutup rapat kecuali pada bagian atas dibiarkan terbuka, lalu masukan bagian penutup dasar dari *hampers* hingga ke dasar, kemudian tutup kancing paling atas dari *hampers* dan tutup menggunakan penutup *hampers* pada gambar bernomor dua.



**Gambar 18. Desain kemasan tabung hampers**



**Gambar 19. Foto pola jaring tabung dalam keadaan terbuka bagian luar**



**Gambar 20. Foto pola jaring tabung dalam keadaan terbuka bagian dalam**



**Gambar 21. Foto kemasan hampers tabung**

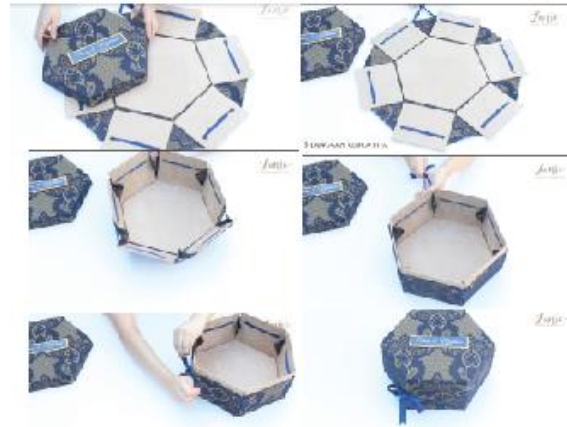


**Gambar 22. Foto kemasan hampers dan packaging produk**

Kotak kemasan produk kue, label untuk jar, dan kotak *hampers* yang menggunakan bahan kertas diprint menggunakan *digital printing*, dikarenakan *hampers* bukan untuk produksi dalam jumlah banyak jika menggunakan teknik offset akan memakan biaya yang sangat tinggi. Menggunakan file CMYK dan sebelum cetak dapat dipastikan lagi untuk ukuran dari bidang objeknya sudah sesuai dan resolusi supaya hasil *print* tidak pecah atau menjadi pixel. Dengan area *digital printing* A3+ maksimum area 31cm x 47cm. Untuk *hampers* yang menggunakan kain dan perlunya

mengetahui jenis-jenis kain yang ada sehingga pilihan ke calon klien beragam tidak terbatas pada jenis-jenis kain tertentu. Sama juga halnya dengan bahan lainnya seperti kulit, kayu, acrylic, dan lainnya.

Pada perancangan ini, pengujian kemasan dilakukan ke 8 orang dengan profesi yang berbeda, latar belakang, usia antara 23-35 tahun. Pada pengujian ini diuji pada sebelum melihat dan dijelaskan menggunakan *video tutorial* dan sesudah melihat *video tutorial* dapat disimpulkan rata-rata setelah melihat video perakitan *hampers* dapat 2-3 kali lipat lebih cepat dibandingkan sebelumnya. Pada perakitan sebelumnya rata-rata memakan waktu 1 hingga 3 menit sedangkan setelah melihat *video tutorial* dibutuhkan waktu paling lama 1 menit saja dalam merakit *hampers* dengan sistem bongkar pasang ini.

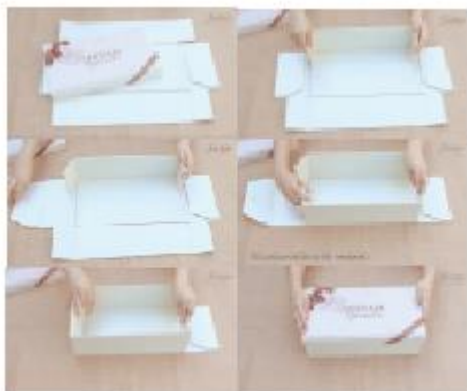


**Gambar 25. Video tutorial hexagon hamper**

Strategi promosi untuk *hampers knockdown* ini menggunakan sosial media instagram untuk memasarkan produk *hampers* bongkar-pasang dari Lunio ini serta mengikuti *wedding fair* untuk memperluas *brand awareness* dan mengenalkan produk *hampers* ini dengan menghadirkan produk secara langsung untuk menarik calon klien atau target market. *Video tutorial* akan diberikan pada klien yang sudah melakukan pemesanan dalam bentuk link youtube yang di private dan dikirimkan lewat email.



**Gambar 23. Video tutorial tabung hamper**



**Gambar 24. Video tutorial persegi panjang hamper**



**Gambar 26. Feed Instagram Lunio**



## Kesimpulan

Kebutuhan mengemas suatu produk setiap hari semakin meningkat, fungsi utama dari sebuah kemasan adalah untuk melindungi produk agar tidak mudah rusak. Kemasan produk juga dapat meningkatkan kepuasan konsumen, menambah daya tarik konsumen untuk membelinya. Bahkan jika desainnya unik, konsumen akan menyimpan kemasan tersebut dan tidak ingin membuangnya. Seiring bertumbuhnya jumlah wirausahawan di Indonesia membuat para pengrajin kemasan salah satunya kotak *hampers* menjadi peluang bisnis yang menguntungkan. *Hampers* sendiri berarti bingkisan atau orang Indonesia biasa menyebutnya *parsel*, terdiri dari beberapa varian produk yang dikemas pada satu kotak dengan desain dan bentuk yang dibuat menurut pesanan pembeli.

Banyaknya pesaing dalam bidang usaha *hampers*, membuat persaingan semakin ketat, desain yang bagus saja tidak cukup karena banyaknya kompetitor dengan latar belakang desain grafis. Lunio perlu mengeluarkan rangkaian koleksi *box hampers* dengan sistem bongkar-pasang untuk mempermudah pada proses jalur distribusi. Dan juga rangkaian ini diharapkan menjadi salah satu keunggulan dari Lunio dibanding kompetitornya dan dapat menjadi potensi sebagai *Unique Selling Proposition* dari Lunio. Tetap menyuguhkan desain yang apik dengan desain khusus sesuai tema atau permintaan klien sebagai poin pendukung dari bisnis *hampers* ini.

*Knockdown Hampers* adalah kemasan kotak *hampers* dengan sistem bongkar pasang yang memudahkan dalam hal pengiriman dapat menghemat *volume* dan mempermudah jalur distribusi. Menggunakan rangkaian dengan langkah yang singkat. Juga rangkaian ini diharapkan menjadi salah satu keunggulan dari Lunio dibanding kompetitornya dan dapat memiliki potensi sebagai *Unique Selling Proposition* dari Lunio.

## Saran

Bagi kemajuan perancangan dan penelitian yang lebih baik, diperlukan untuk mencoba dengan beberapa tahapan. Sehingga dapat menghasilkan hasil yang maksimal. Lunio akan mengeksplor berbagai bahan yang dipakai sehingga mempunyai varian pilihan yang beragam untuk klien.

Perancangan berikutnya, bisa dikembangkan lagi macam-macam bentuk *hampers* dengan *event-event* lainnya seperti *seasonal hampers*, *manyue hampers*, *corporate hampers*, dan lainnya. *Hampers* dengan sistem bongkar pasang ini akan membedakan produk Lunio dibandingkan dengan kompetitornya.

## Daftar Pustaka

Kotler, dan Keller. (2012). *Manajemen pemasaran*. Edisi 12. Jakarta:Erlangga.

Dwi, Cahyono. (2017). *Perancangan desain kemasan premium village leather berbasis kayu dan resin sebagai upaya meningkatkan brand awareness*. Laporan Penelitian, Institut Bisnis Informatika Stikom Surabaya.

Prawira, M. (2018, October 30). *Pengin buka bisnis hampers dan banyak pelanggan?ikuti cara jitu ini*. Retrieved from <https://www.moneysmart.id/bisnis-hampers-menggiurkan-dan-banyak-duit/>

Klimchuk, Marianne dan Sandara A. (2006). *Desain Kemasan.*, Erlangga, Jakarta.

Riadi, M. (2016, October 29). *Pengertian, fungsi, tujuan dan jenis-jenis kemasan*. Retrieved from <https://www.kajianpustaka.com/2016/10/pengertian-fungsi-tujuan-dan-jenis-kemasan.html>

Marsha, C. (2018, June 10). *Menata cantik cuan hampers cake lebaran*. Retrieved from <https://peluangusaha.kontan.co.id/news/menata-cantik-cuan-hampers-cake-lebaran>

Pratomo, N. (2017, June 18). *Bisnis hampers: tak pernah kehabisan ide isi parsel*. Retrieved from <https://surabaya.bisnis.com/read/20170618/263/663819/bisnis-hampers-tak-pernah-kehabisan-ide-isi-parcel>

Kotler, P. (2010). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Tracy, M. (2016, June 29). *Tingjing: tradisi lamaran tionghua yang sudah mulai ditinggalkan*. Retrieved from <https://www.pegipegi.com/travel/tingjing-tradisi-lamaran-tionghoa-yang-sudah-mulai-ditinggalkan/>

Tan, H. (2012, October 8). *Manyue, tradisi untuk sang bayi*. Retrieved from <https://www.tionghoa.info/man-yue-tradisi-untuk-sang-bayi/>

Putra, E. (2018, December 21). *Idul fitri, natal dan tahun baru jadi momentum paling ditunggu pedagang parsel*. Retrieved from <https://jakarta.tribunnews.com/2018/12/21/idul-fitri-natal-dan-tahun-baru-imlek-jadi-momentum-paling-ditunggu-pedagang-parcel>