

Inovasi Kemasan Kue Tradisional Palembang Sebagai Cinderamata Eksklusif

Dea Putri^{1*}, Ummasyroh², Alditia Detmuliati³

¹Administrasi Bisnis/Usaha Perjalanan Wisata, Politeknik Negeri Sriwijaya, 30139, Indonesia

² Administrasi Bisnis/Usaha Perjalanan Wisata, Politeknik Negeri Sriwijaya, 30139, Indonesia

³ Administrasi Bisnis/Usaha Perjalanan Wisata, Politeknik Negeri Sriwijaya, 30139, Indonesia

Email: alditiadetmuliati@gmail.com

Submitted: 28-10-2025	Revised: 12-11-2025	Accepted:30-11-2025	Online first: 08-12-2025
-----------------------	---------------------	---------------------	--------------------------

Abstrak

Penelitian ini berjudul "Inovasi Kemasan Kue Tradisional Palembang Sebagai Cinderamata Eksklusif" bertujuan meningkatkan daya tarik dan nilai jual kue tradisional sebagai oleh-oleh khas daerah. Permasalahan utama yang diangkat adalah desain kemasan lama yang belum optimal merepresentasikan identitas budaya Palembang secara visual dan informatif. Oleh karena itu, diperlukan rancangan kemasan yang estetis, praktis, fungsional, serta sarat nilai budaya lokal. Penelitian ini menggunakan model pengembangan ADDIE (Analysis, Design, Development, Implementation, dan Evaluation), dengan pengumpulan data melalui observasi lapangan, wawancara pemilik usaha, serta validasi dari ahli desain dan konsumen. Hasil menunjukkan bahwa desain kemasan baru berhasil menampilkan identitas Palembang melalui elemen visual seperti motif songket, ikon lokal, ilustrasi khas daerah, dan warna budaya. Selain menarik secara estetika, kemasan juga dinilai aman, praktis, serta mendukung pemasaran produk. Kemasan ini dianggap tepat sebagai alternatif oleh-oleh yang lebih representatif dan informatif. Kesimpulan penelitian menyatakan bahwa desain kemasan ini mampu memperkuat citra budaya lokal serta meningkatkan daya saing UMKM. Ke depannya, disarankan untuk mempertahankan kualitas desain dan mengembangkan variasi kemasan untuk jenis produk lainnya agar lebih responsif terhadap kebutuhan pasar.

Keywords: Desain Kemasan, Kue Basah Tradisional, Oleh-oleh, Identitas Budaya, Metode ADDIE.

1. Pendahuluan

Pariwisata tidak lagi hanya dipahami sebagai aktivitas menikmati keindahan alam atau mengunjungi situs sejarah, melainkan juga sebagai pengalaman budaya yang menyeluruh. Salah satu aspek penting dalam membangun pengalaman tersebut adalah kuliner lokal, yang mampu merepresentasikan identitas, sejarah, dan nilai-nilai masyarakat setempat. Dalam konteks ini, oleh-oleh berbasis kuliner menjadi medium penting yang menghubungkan

wisatawan dengan budaya daerah yang dikunjungi. Tidak hanya menyuguhkan cita rasa, tetapi juga membawa pulang kenangan dalam bentuk yang dapat dilihat, disentuh, dan dirasakan.

Indonesia, sebagai negara dengan keragaman budaya yang luar biasa, menjadikan kuliner sebagai salah satu daya tarik utama dalam sektor pariwisata. Berdasarkan data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2020), subsektor kuliner menyumbang sekitar 41% dari Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif nasional. Hal ini menunjukkan besarnya kontribusi kuliner terhadap peningkatan kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara. Selain itu, pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor ini semakin membuka peluang untuk pengembangan produk lokal yang bernilai jual tinggi.

Palembang, sebagai ibu kota Provinsi Sumatera Selatan, memiliki kekayaan kuliner yang khas, mulai dari makanan ikonik seperti pempek dan mie celor, hingga kue-kue tradisional seperti maksuba, lapis kojo, delapan jam, dan enggak ketan. Kue basah tradisional ini tidak hanya memiliki cita rasa otentik, tetapi juga nilai historis yang mencerminkan budaya lokal masyarakat Palembang. Sayangnya, meskipun kualitas produk telah terjaga, banyak pelaku UMKM belum maksimal dalam mengembangkan desain kemasan yang mampu mendukung daya tarik visual, memperkuat identitas produk, dan berfungsi secara strategis dalam pemasaran.

Desain kemasan memegang peranan penting dalam memperkuat citra produk, terlebih dalam konteks pariwisata. Kemasan bukan sekadar pelindung fisik, melainkan juga alat komunikasi visual yang mampu menyampaikan cerita, nilai budaya, dan kualitas produk kepada konsumen. Menurut Kotler (2017), kemasan yang efektif harus mampu menciptakan kesan pertama yang kuat, menyampaikan informasi produk, serta mendukung strategi diferensiasi merek. Dalam produk oleh-oleh, kemasan yang mencerminkan budaya lokal dapat memperkaya pengalaman wisatawan dan meningkatkan nilai emosional dari produk yang dibeli.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa desain kemasan berbasis budaya lokal dapat memperkuat daya saing produk di pasar pariwisata. Misalnya, studi oleh Rachmawati dan Anwar (2021) menyoroti bahwa elemen visual yang mencerminkan identitas lokal berpengaruh positif terhadap persepsi kualitas dan niat beli konsumen. Namun,

sebagian besar penelitian tersebut masih berfokus pada produk makanan kering dan kemasan massal. Kajian terhadap kemasan kue basah tradisional yang memiliki karakteristik sensitif terhadap suhu, kelembaban, dan tekstur masih sangat terbatas, terutama yang dikembangkan secara khusus sebagai oleh-oleh khas.

Dalam konteks ini, inovasi desain kemasan yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga fungsional dan representatif terhadap budaya lokal menjadi sangat penting. Dapur Bunda Rayya, sebagai salah satu UMKM di Palembang yang memproduksi kue basah tradisional, menghadapi tantangan dalam memperkuat daya saing produknya melalui kemasan. Meskipun produknya memiliki kualitas dan rasa yang unggul, desain kemasan yang digunakan masih belum mampu mencerminkan nilai budaya, estetika modern, maupun kelayakan fungsional sebagai oleh-oleh wisata.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang kemasan kue basah tradisional khas Palembang dengan pendekatan desain yang mengintegrasikan elemen budaya lokal, estetika kontemporer, serta penggunaan material food-grade yang aman. Dengan demikian, diharapkan hasil rancangan ini tidak hanya mampu meningkatkan nilai jual produk, tetapi juga memperkuat citra UMKM sebagai pelaku ekonomi kreatif yang berperan dalam pelestarian budaya dan pengembangan pariwisata daerah.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode pengembangan ADDIE (*Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation*) yang diterapkan untuk merancang kemasan kue basah tradisional khas Palembang sebagai produk cinderamata. Objek penelitian adalah UMKM Dapur Bunda Rayya yang berlokasi di Jalan Letnan Jaimas No. 980C, Kelurahan 24 Ilir, Kecamatan Bukit Kecil, Kota Palembang.

Data yang dikumpulkan meliputi data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi langsung terhadap proses produksi dan pengemasan di lokasi usaha, serta wawancara semi-terstruktur dengan pemilik usaha, staf produksi, dan konsumen. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran nyata mengenai kondisi eksisting kemasan, sedangkan wawancara bertujuan menggali kebutuhan, harapan, serta persepsi konsumen terhadap desain kemasan yang ideal.

Sementara itu, data sekunder dihimpun melalui studi pustaka yang mencakup jurnal ilmiah, buku referensi, serta dokumentasi terkait desain kemasan, perkembangan UMKM, dan budaya lokal Palembang. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan pendekatan 5W+1H (*What, Who, When, Where, Why, How*) guna mengidentifikasi aspek-aspek krusial dari permasalahan dan merumuskan solusi yang berbasis kebutuhan pengguna.

Model ADDIE digunakan sebagai kerangka kerja dalam proses perancangan, yang mencakup lima tahapan utama sebagai berikut:

Tahapan	Deskripsi Kegiatan
Analisi	Mengidentifikasi kelemahan desain kemasan sebelumnya, serta merumuskan kebutuhan visual dan fungsional berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan konsumen dan pelaku usaha.
Desain	Merancang konsep kemasan yang mengintegrasikan elemen visual khas Palembang seperti motif songket dan warna tradisional, dengan mempertimbangkan aspek ergonomis dan kelayakan material (food-grade).
Pengembangan	Membuat prototipe kemasan menggunakan perangkat lunak desain grafis, kemudian mencetak <i>mock-up</i> dengan material karton food-grade untuk pengujian awal.
Implementasi	Menerapkan rancangan kemasan pada produk aktual dan melakukan uji coba terbatas, guna mengamati tanggapan awal dari pelaku usaha dan konsumen terhadap aspek visual dan fungsionalitas kemasan.
Evaluasi	Melibatkan ahli desain dan konsumen dalam proses evaluasi untuk menilai tampilan visual, kemudahan penggunaan, serta kesesuaian desain dengan nilai-nilai budaya lokal Palembang.

Sumber: Data Olahan, 2025

Perancangan visual kemasan dilakukan menggunakan perangkat lunak grafis CorelDRAW untuk menyusun tata letak, menentukan tipografi, serta mengaplikasikan

elemen visual budaya secara harmonis. Material kemasan yang digunakan adalah karton food-grade dengan ketebalan 350–400 gsm, yang dirancang menggunakan sistem tutup lipat untuk menjamin kebersihan, ketahanan, dan kemudahan dalam distribusi produk. Evaluasi akhir bertujuan merumuskan keunggulan, kekurangan, serta potensi pengembangan desain di masa mendatang.

3. Hasil dan Pembahasan

Setelah melalui serangkaian tahapan penelitian, bagian berikutnya adalah menyajikan hasil yang diperoleh dari lapangan, baik melalui observasi langsung, wawancara dengan pihak terkait, penyebaran kuesioner kepada responden, maupun dokumentasi kegiatan. Seluruh data yang terkumpul dianalisis untuk mendapatkan gambaran menyeluruh mengenai kondisi Griya Kain Tuan Kentang sebagai destinasi wisata edukasi berbasis budaya lokal. Selain itu, pembahasan dalam bagian ini juga menguraikan bagaimana hasil-hasil tersebut menjadi dasar dalam merancang paket wisata edukasi yang lebih terstruktur, relevan, dan berkelanjutan sesuai dengan pendekatan model ADDIE yang digunakan dalam penelitian ini.

3.1. Hasil Penelitian

Rancangan kemasan kue basah tradisional khas Palembang dilakukan dengan mengadaptasi tahapan model pengembangan ADDIE, yang terdiri dari: Analysis, Design, Development, Implementation, dan Evaluation. Objek dalam penelitian ini adalah UMKM Dapur Bunda Rayya yang memproduksi berbagai jenis kue basah khas daerah seperti maksuba, lapis kojo, dan enggak ketan.



Gambar 2. Perbandingan desain kemasan lama (kiri) dan kemasan baru (tengah dan kanan)

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025

Kemasan lama yang digunakan oleh UMKM ini bersifat konvensional, hanya menggunakan plastik bening atau dus karton polos tanpa mencantumkan identitas visual yang kuat. Melalui proses analisis kebutuhan dan ekspektasi konsumen, ditemukan bahwa desain lama belum mampu menonjolkan nilai budaya lokal maupun menarik secara visual sebagai oleh-oleh khas.

Sebagai respons terhadap temuan tersebut, desain kemasan baru dirancang untuk menampilkan visual yang lebih menarik dengan mengangkat motif songket khas Palembang, pemilihan warna-warna tradisional, serta informasi produk yang lebih lengkap. Desain baru ini juga memperhatikan aspek ergonomi, daya tahan bahan (food-grade), serta kemudahan dalam distribusi.

Prototipe kemasan kemudian dikembangkan menggunakan perangkat lunak CorelDRAW dan dicetak menggunakan bahan karton food-grade 350–400 gsm dengan sistem lipat yang menjaga kebersihan dan memudahkan konsumen. Implementasi dilakukan dengan mencetak dalam jumlah terbatas dan diterapkan langsung pada produk nyata untuk diuji respons konsumen dan pelaku usaha. Tahap akhir, yakni evaluasi, dilakukan melalui wawancara dengan ahli desain dan pembeli potensial. Penilaian meliputi aspek estetika, fungsi, serta kekuatan representasi budaya lokal Palembang dalam kemasan.

3.2. Pembahasan

Tahapan perancangan kemasan dalam penelitian ini dimulai dari proses analisis kebutuhan menggunakan pendekatan 5W+1H sebagai dasar pemahaman atas permasalahan yang ada, berikut hasil analisisnya:

Tabel 2. Hasil Analisis 5W+1H

No	Unsur 5W+1H	Hasil Analisis Berdasarkan Data
1	<i>What</i> (Apa yang akan dikembangkan?)	Desain kemasan baru yang mampu mencerminkan identitas budaya Palembang, memiliki daya tarik visual, ergonomis, serta memenuhi standar kebersihan sebagai kemasan makanan.
2	<i>Who</i> (Siapa saja yang terlibat?)	Tim peneliti, pemilik UMKM, staf produksi, serta konsumen (responden) sebagai partisipan utama dalam pengumpulan data dan validasi hasil desain.
3	<i>When</i> (Kapan dilaksanakan?)	Perancangan dilakukan selama 3 bulan, dimulai dari pengumpulan data lapangan, proses desain, pengembangan prototipe, hingga evaluasi desain akhir.

4	<i>Where</i> (Di mana akan dilaksanakan?)	Kegiatan perancangan dilakukan di lokasi UMKM Dapur Bunda Rayya (Palembang) serta laboratorium desain grafis untuk proses pengembangan visual.
5	<i>Why</i> (Mengapa ini penting dikembangkan?)	Karena kemasan lama tidak mampu mengangkat nilai jual produk sebagai oleh-oleh khas dan belum menyentuh unsur budaya lokal secara optimal.
6	<i>How</i> (Bagaimana perancangan dilakukan?)	Dengan menerapkan model ADDIE yang disesuaikan dalam konteks desain grafis dan strategi pemasaran berbasis budaya lokal.

Sumber: Data Olahan, 2025

Berdasarkan analisis tersebut, tahapan berikutnya adalah penyusunan desain awal. Konsep visual mengangkat nuansa khas Palembang, seperti dominasi warna emas dan ungu, serta ornamen songket sebagai simbol kemewahan dan kebanggaan budaya. Tipografi disusun dengan gaya formal namun tetap mudah dibaca, serta disisipkan elemen naratif berupa informasi produk, nama usaha, dan logo UMKM.

Prototipe hasil desain diuji coba pada kemasan produk nyata. Pengujian terbatas menunjukkan peningkatan minat beli konsumen terhadap produk dengan kemasan baru. Dalam wawancara, responden menyebut bahwa kemasan baru memberikan kesan lebih profesional, layak sebagai oleh-oleh, serta mampu mewakili identitas budaya lokal.

Pada tahap **implementasi**, desain diuji secara internal oleh pemilik usaha dan staf produksi. Dari segi fungsional, kemasan dianggap lebih praktis dan menjaga kualitas produk. Sedangkan dari segi estetika, desain dinilai lebih mencolok dan representatif dibandingkan sebelumnya.

Terakhir, **evaluasi** dilakukan dengan melibatkan desainer grafis dan konsumen untuk menilai aspek visual, fungsi pelindung, dan kekuatan pesan budaya. Umumnya, hasil evaluasi menunjukkan respons positif dengan beberapa saran teknis, seperti penambahan informasi tanggal kedaluwarsa dan saran penyajian produk.

Secara keseluruhan, rancangan kemasan ini berhasil menjawab permasalahan awal terkait daya tarik dan representasi budaya, sekaligus memberikan solusi visual yang mendukung posisi produk sebagai oleh-oleh khas Palembang.

4. Kesimpulan

Hasil perancangan dan analisis menunjukkan bahwa pengembangan desain kemasan kue basah tradisional khas Palembang merupakan langkah strategis untuk meningkatkan daya saing produk UMKM sekaligus memperkuat identitas budaya lokal dalam sektor pariwisata. Melalui pendekatan model ADDIE, proses perancangan dilakukan secara sistematis mulai dari analisis kebutuhan, desain visual, pengembangan prototipe, implementasi pada produk nyata, hingga evaluasi terhadap fungsi dan estetika kemasan.

Desain kemasan yang dihasilkan mengintegrasikan elemen khas Palembang seperti motif songket, warna tradisional, serta informasi produk yang komunikatif. Kemasan ini tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media promosi dan representasi budaya daerah. Uji coba dan validasi dari konsumen serta pelaku usaha menunjukkan bahwa rancangan telah sesuai dengan harapan pengguna, layak diproduksi massal, dan potensial untuk meningkatkan citra produk sebagai oleh-oleh khas daerah.

Dengan demikian, rancangan kemasan ini dinyatakan layak diimplementasikan dan dapat menjadi strategi visual yang efektif dalam mendukung promosi kuliner tradisional Palembang secara berkelanjutan.

5. Acknowledgement

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama proses penyusunan penelitian ini hingga menjadi artikel ilmiah. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada UMKM *Dapur Bunda Rayya* di Palembang atas kerja samanya sebagai lokasi penelitian, serta atas kesediaannya memberikan informasi, waktu, dan akses yang sangat membantu dalam proses observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Penulis juga menghargai dukungan dari seluruh pihak yang telah berkontribusi, termasuk para responden dan rekan-rekan yang turut membantu dalam pengumpulan data serta penyempurnaan desain. Apresiasi khusus diberikan kepada para reviewer dan editor jurnal atas masukan konstruktif yang sangat berharga dalam proses penyuntingan naskah ini.

6. Referensi

[1] Alfin, N. F., & Mufreni, I. (2016). Pengaruh desain produk, bentuk kemasan, dan bahan kemasan terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(2). ISSN: 2477-2275.

- [2] Amalia, N. (2019). Pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 96–104.
- [3] Amanda, M. L., Mendy, A. D., & Malkisedek, H. (2021). Strategi perancangan kemasan baru home industry Lans Mooncake. *Prosiding Seminar Nasional Desain dan Arsitektur (SENADA)*, 4.
- [4] Anindita, M., & Riyanti, M. T. (2016). Tren flat design dalam desain komunikasi visual. *Jurnal Dimensi DKV: Seni Rupa dan Desain*, 1(1), 1–14.
- [5] Anwani, E., & Prasetyo Wati, E. M. O. (2017). Perancangan grafis kemasan makanan burayot sebagai oleh-oleh khas Garut. *Jurnal DEKAVE*, 10(2).
- [6] Anggraini, D. (2018). *Tipografi dalam desain komunikasi visual*. Deepublish.
- [7] Cahyanti, R. A. (2015). *Komunikasi pemasaran: Teori dan aplikasi*. Graha Ilmu.
- [8] Dewi Puspasari, S. M., & Raharja, M. S. W. K. (2023). Tata letak kegiatan operasional. Dalam *Manajemen Operasi Pada Perusahaan* (hlm. 121).
- [9] Hakiki, N. N., & Afifah, C. A. N. (2019). Penganekaragaman kue basah tradisional berbasis tepung premix. *Jurnal Tata Boga*, 8(1), 99–109.
- [10] Kementerian Pariwisata Indonesia. (2018). *Keberagaman kuliner khas Palembang dan potensi pengembangan wisata kuliner*. Kementerian Pariwisata Indonesia.
- [11] Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson.
- [12] Rustan, S. (2013). *Font and tipografi*. Gramedia Pustaka Utama.
- [13] Senjani, Y., & Aulawi, H. (2018). Perancangan kemasan kerupuk rengginang. *Jurnal Kalibrasi Sekolah Tinggi Teknologi Garut*.

[14] Stefany, J., & Hadah, A. (2019). *Strategi branding dan komunikasi visual kemasan produk*. Deepublish.

[15] Sukoco, S. A. (2018). *New komunikasi pemasaran: Teori dan aplikasinya*. Pustaka Abadi.

[16] Winoto, W. T. (2020). Perancangan desain kemasan dan brand bagiak "Sherly" oleh-oleh khas Banyuwangi. *Jurnal DKV Adiwarna*, Universitas Kristen Petra.

[17] Wirawan, P. E., & Octaviany, V. (2022). *Pengantar Pariwisata*. Nilacakra