

## Abstrak

Kurangnya kesadaran pelaku UMKM bahwa kemasan sangat berpengaruh dengan citra produk masih menjadi masalah. Pisang crispy ninong snack masih memiliki masalah yang cukup penting dalam kemasannya. Kemasan pisang crispy ninong snack masih kurang menarik yang disebabkan karena desain kemasan yang tidak memiliki pembeda dengan kompetitor lain dan masih menggunakan kemasan berupa plastik dimana hal tersebut sangat menimbulkan beberapa masalah diantaranya adalah muncul banyak retur barang yang disebabkan oleh banyaknya angin yang masuk ke dalam kemasan. Dalam hal ini, peneliti memberikan solusi berupa *redesign* kemasan Pisang crispy ninong snack agar lebih menarik daya beli konsumen dan mengganti bahan dasar yang awalnya menggunakan plastik menjadi bahan toples plastik untuk kemasan Primer. Selain melakukan *redesign* pada kemasan primer, penulis juga akan membuat desain untuk kemasan sekunder dan kemasan tersier karena Pisang Crispy Ninong Snack tidak menyediakan kemasan sekunder maupun kemasan tersier. Metode yang digunakan pada penelitian yaitu observasi, wawancara, dan studi Literatur. Hasil pada penelitian mendapatkan desain akhir kemasan primer, sekunder dan tersier produk pisang crispy ninong snack yang menarik dan memiliki pembeda dengan kompetitor, Serta bertujuan untuk meningkatkan penjualan. Selain itu kemasan sudah dianggap penting dalam strategi pemasaran, selain produk (*Product*), harga (*Price*), tempat (*Place*), dan Promosi (*Promotion*). Sehingga diperlukan kemasan yang menarik minat atau daya beli bagi para konsumen.

Kata kunci : *Redesign*, Kemasan, Umkm, Pisang crispy, Ninong snack