

ABSTRAK

Pasar bisnis saat ini menghadapi persaingan yang sangat ketat, dan sangat memungkinkan terjadinya persaingan dalam produk menjadi semakin ketat, dengan itu perlu adanya inovasi. Inovasi tidak lagi hanya sebatas pada keunggulan dan kualitas pada produknya saja tetapi juga pada kemasan yang baik, bagus, dan tepat sebagai pembungkus suatu produk, sehingga dapat meningkatkan daya tarik bagi konsumen. Namun yang terjadi pada usaha rumahan atau usaha kecil menengah (UKM) yaitu produk “*Coffee Lo Demen*”, dimana produk tersebut belum memiliki inovasi pada kemasannya, yang sehingga tidak adanya daya tarik bagi konsumen. Oleh Karena itu penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh desain kemasan (packaging) produk “*Coffee Lo Demen*” terhadap daya tarik produk yang dapat meningkatkan daya tarik bagi konsumen dan untuk mempromosikan produk usaha kecil menengah (UKM) dan mempromosikannya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan berbasis studi kasus. Metode kualitatif yang digunakan ini adalah dengan analisis data yaitu wawancara dengan narasumber yang berkaitan lalu juga mencari referensi yang memiliki hubungannya dengan objek penelitian ini. Hasil dari penelitian ini adalah sebuah desain kemasan untuk produk kopi “*Lo Demen*” dengan menggunakan visual ilustrasi, informasi produk, dan stilasi. Yang hasilnya untuk menambah daya tarik konsumen, maka desain dibuat dengan konsep *image* produk kopi *Lo Demen*.

Kata Kunci: desain kemasan, kemasan, produk kopi, kopi *Lo Demen*