

# The Effect of Packaging and Labeling On Consumer Buying Interest of Sampeu Wedang

Ryan Feryana Kurniawan<sup>1</sup>, Anisa Septiyani<sup>2</sup>, Astri Dewi Yulianti Sopia<sup>3</sup>, Astri Indah Lestari<sup>4</sup>, Erni Afenti<sup>5</sup>,  
Imey Meylan Willyan<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6</sup> Universitas Sebelas April Sumedang

[ryan.feb@unsap.ac.id](mailto:ryan.feb@unsap.ac.id), [anseptiyani@gmail.com](mailto:anseptiyani@gmail.com), [astriidewiyuliantisopia@gmail.com](mailto:astriidewiyuliantisopia@gmail.com), [astriindahlestari34@gmail.com](mailto:astriindahlestari34@gmail.com),  
[erni.afenti@gmail.com](mailto:erni.afenti@gmail.com), [imeywillyan@gmail.com](mailto:imeywillyan@gmail.com)

---

## Article Info

### Article history:

Received Dec 31  
, 2024

Revised Jan 3,  
2025

Accepted Jan 13,  
2025

## ABSTRACT

*This study aims to analyze the effect of packaging and labeling on consumer purchasing interest in Sampeu Wedang products. Packaging and labeling are important elements in a marketing strategy that not only protect the product, but also serve as a visual communication medium to attract consumers' attention. This study uses a quantitative approach with a survey technique. Data were collected through questionnaires distributed to 50 respondents, using a census technique because the population is relatively small. The results of the study indicate that both packaging and labeling have a significant positive effect on consumer purchasing interest. Attractive packaging design, clear information on the label, and suitability with consumer preferences have proven to be the main factors influencing purchasing decisions. This study provides recommendations to Sampeu Wedang producers to improve the quality of packaging and labeling as a strategy to increase product appeal in the market.*

### Keywords:

Packaging,  
Labeling,  
Buying  
Interest,  
Consumers,  
Sampeu Wedang



Copyright © 2022 SINTESA. All rights reserved.

---

## Corresponding Author:

Ryan Feryana Kurniawan  
Prodi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Jl. Angkrek Situ No. 19 Kec. Sumedang Utara Kab. Sumedang Prov. Jawa Barat  
Email: [ryan.feb@unsap.ac.id](mailto:ryan.feb@unsap.ac.id)

---

## 1. INTRODUCTION

Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, strategi pemasaran menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan suatu produk di pasar. Salah satu elemen penting dalam strategi pemasaran adalah kemasan dan labeling. Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai alat komunikasi visual yang dapat menarik perhatian konsumen. Sementara itu, labeling menyediakan informasi penting mengenai produk, seperti bahan, manfaat, dan cara penggunaan, yang membantu konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian.

Produk lokal seperti Sampeu Wedang, yang berbasis bahan tradisional, memiliki peluang besar untuk berkembang di pasar yang semakin menyukai produk-produk berbasis kearifan lokal. Namun, untuk meningkatkan daya saing, diperlukan inovasi dalam pengemasan dan pemberian label agar produk tidak hanya menarik, tetapi juga memberikan kesan profesional dan informatif kepada konsumen.

Penelitian ini dilakukan untuk menjawab kebutuhan tersebut, dengan fokus pada bagaimana kemasan dan labeling memengaruhi minat beli konsumen. Dengan populasi responden yang relatif kecil, penelitian ini menggunakan teknik sensus, yaitu mengikutsertakan seluruh populasi sebagai sampel. Studi ini diharapkan dapat

memberikan wawasan praktis bagi pelaku usaha dalam mengembangkan strategi pemasaran, khususnya dalam meningkatkan daya tarik produk melalui kemasan dan labeling.

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kemasan dan labeling terhadap minat beli konsumen pada produk Sampeu Wedang. Penelitian ini juga memberikan rekomendasi bagi produsen lokal agar dapat meningkatkan daya saing produknya di pasar yang kompetitif.

### **1. Peran Labeling dan Kemasan dalam Meningkatkan Daya Tarik dan Niat Beli Konsumen Produk Sampeu Wedang**

Labeling dan kemasan memiliki peran penting dalam mempengaruhi minat beli konsumen produk Sampeu Wedang. Labeling berfungsi sebagai media komunikasi utama antara produsen dan konsumen, memberikan informasi yang jelas, akurat, dan relevan, seperti komposisi bahan, manfaat kesehatan, cara penggunaan, dan tanggal kedaluwarsa. Labeling yang informatif, mudah dibaca, dan transparan dapat meningkatkan kepercayaan serta membantu konsumen membuat keputusan pembelian. Selain itu, desain visual yang menarik serta penekanan pada nilai-nilai seperti keberlanjutan dapat meningkatkan daya tarik produk.

Sementara itu, kemasan tidak hanya melindungi produk, tetapi juga berfungsi sebagai alat pemasaran visual. Desain kemasan yang estetik, inovatif, dan berkualitas, serta informasi yang lengkap pada kemasan, dapat meningkatkan persepsi positif konsumen terhadap produk. Kemasan yang praktis, mudah digunakan, dan ramah lingkungan juga menarik perhatian konsumen modern yang peduli pada isu keberlanjutan.

Labeling yang jelas dan akurat membantu meningkatkan kepercayaan konsumen dengan menyediakan informasi nutrisi, sertifikasi, dan klaim kualitas, serta menciptakan koneksi emosional melalui bahasa dan gambar. Kombinasi kemasan dan labeling yang efektif dapat meningkatkan persepsi nilai produk, membuatnya terlihat lebih berkualitas dan menarik untuk dibeli. Hal ini menjadi kunci untuk mengoptimalkan daya tarik dan niat beli konsumen terhadap produk Sampeu Wedang.

Kombinasi kemasan dan labeling yang efektif mampu membangun citra merek, menarik perhatian konsumen, memberikan nilai tambah, dan menciptakan hubungan jangka panjang melalui loyalitas konsumen. Dengan pengemasan dan pelabelan yang berkualitas, produsen Sampeu Wedang dapat meningkatkan daya saing produk di pasar dan mendorong keberhasilan penjualan.

### **2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Sampeu Wedang**

Kemasan produk Sampeu Wedang yang memiliki desain visual menarik, seperti penggunaan warna cerah, gambar yang relevan, dan tipografi yang mudah dibaca, dapat menarik perhatian konsumen dan membuat produk ini lebih menonjol dibandingkan dengan produk sejenis. Labeling yang informatif dan mudah dipahami juga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dengan memberikan informasi penting mengenai komposisi bahan, kandungan nutrisi, dan tanggal kedaluwarsa.

Kualitas bahan kemasan yang baik serta ramah lingkungan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk Sampeu Wedang. Pengalaman konsumen saat menggunakan produk yang dikemas secara praktis dan fungsional juga berperan penting dalam meningkatkan minat beli mereka. Selain itu, penawaran nilai tambah melalui kemasan, seperti kemasan yang dapat digunakan kembali atau desain yang inovatif, dapat meningkatkan daya tarik produk ini di mata konsumen.

Dengan mengoptimalkan desain kemasan dan labeling yang menarik serta informatif, produk Sampeu Wedang dapat lebih mudah menarik minat beli konsumen dan meningkatkan penjualan secara keseluruhan.

Kombinasi kemasan yang menarik dan labeling yang informatif dapat memperkuat persepsi nilai produk di mata konsumen. Kemasan dan label yang baik membuat produk tampak lebih berkualitas dan dapat dipercaya, sehingga konsumen merasa lebih yakin untuk melakukan pembelian. Sebagai hasilnya, minat beli konsumen terhadap Sampeu Wedang dapat meningkat secara signifikan jika kedua elemen ini diperhatikan dengan baik..

## **2. METHOD**

Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dalam mengkaji pengaruh kemasan dan labeling terhadap minat beli konsumen pada produk Sampeu Wedang, Pendekatan kuantitatif memungkinkan pengumpulan data yang dapat diukur dan dianalisis secara statistik guna memahami hubungan antara kemasan, labeling, dan minat beli konsumen.

Desain penelitian yang digunakan adalah survei cross-sectional. Data akan dikumpulkan pada satu titik waktu dari sampel yang dipilih untuk mewakili populasi target. Survei ini akan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data.

Data yang dikumpulkan akan dianalisis menggunakan software statistik seperti SPSS atau Excel. Analisis deskriptif akan digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan persepsi mereka terhadap kemasan dan labeling. Analisis inferensial, seperti regresi linear, akan digunakan untuk menguji hipotesis penelitian dan menentukan pengaruh kemasan dan labeling terhadap minat beli konsumen.

**Table 2.1** Kuesioner Produk Sampeu Wedang

| No. | Pertanyaan   | Ya |
|-----|--|----|
| 1.  | Apakah menurut Anda desain kemasan Sampeu Wedang menarik perhatian Anda?   |    |
| 2.  | Seberapa besar pengaruh kemasan Sampeu Wedang terhadap minat Anda untuk membeli produk ini?  |    |
| 3.  | Apakah informasi pada label (misalnya, komposisi bahan, logo halal, atau petunjuk penyajian) penting bagi Anda saat membeli Sampeu Wedang? |    |
| 4.  | Apakah Anda tertarik untuk membeli Sampeu Wedang setelah melihat kemasan dan labelnya?   |    |

Dalam proses penyebaran kuesioner, teknik pengumpulan data dilakukan melalui survei online dengan menggunakan platform Google Form. Pendekatan ini dipilih karena dianggap lebih efisien dan efektif dalam menjangkau responden secara luas tanpa terkendala oleh batasan geografis. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan berbagai metode, seperti statistik deskriptif untuk memberikan gambaran umum data, tabulasi silang untuk melihat hubungan antar variabel, serta analisis regresi guna mengevaluasi sejauh mana kemasan dan labeling memengaruhi minat beli konsumen terhadap produk Sampeu Wedang. Dengan pendekatan ini, diharapkan hasil penelitian dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi preferensi konsumen.

### 3. RESULTS AND DISCUSSION

#### 1. Results

Pengaruh Labelling dan Kemasan terhadap Minat Beli Konsumen Sampeu Wedang berdasarkan hasil studi yang telah dilakukan, berikut beberapa rekomendasi yang dapat dijadikan masukan bagi pihak-pihak terkait:

##### 1. Pengembangan Labelling dan Kemasan

- a. Desain Label yang Menarik dan Informatif: Menggunakan desain label yang sederhana namun menarik, mencakup informasi tentang komposisi bahan, manfaat produk, tanggal kedaluwarsa, dan legalitas (misalnya, sertifikasi halal atau BPOM) untuk membangun kepercayaan konsumen.
- b. Kemasan Ramah Lingkungan: Mengadopsi kemasan yang berbahan dasar ramah lingkungan, seperti kertas daur ulang atau biodegradable, untuk mendukung tren produk berkelanjutan yang diminati konsumen saat ini.

##### 2. Strategi Branding

- a. Penekanan pada Nilai Lokal: Mencantumkan identitas lokal, seperti narasi sejarah atau tradisi terkait Sampeu Wedang, pada kemasan untuk menarik perhatian konsumen yang tertarik pada produk berbasis budaya.
- b. Logo dan Warna Konsisten:
- c. Menggunakan logo yang mudah diingat dan kombinasi warna yang konsisten untuk menciptakan identitas merek yang kuat.

##### 3. Distribusi dan Promosi

- a. Diversifikasi Tempat Penjualan: Menyediakan produk di berbagai platform, baik online melalui e-commerce maupun offline di toko-toko modern atau tradisional.
- b. Penggunaan Media Digital: Mengoptimalkan promosi melalui media sosial dengan konten menarik seperti cerita proses pembuatan produk, testimoni konsumen, atau kolaborasi dengan influencer lokal.

##### 4. Penelitian Lebih Lanjut

- a. Studi Preferensi Konsumen: Melakukan survei untuk memahami preferensi konsumen terkait desain kemasan, ukuran, atau format penyajian produk.
- b. Analisis Efisiensi Biaya Produksi Kemasan: Mengkaji bagaimana desain kemasan yang menarik dapat dikembangkan tanpa menambah biaya produksi secara signifikan, agar tetap kompetitif di pasar.

Pengaruh Labeling dan Kemasan terhadap Loyalitas Konsumen: Mengukur sejauh mana elemen visual pada label dan kemasan memengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian berulang.

**Tabel 3.1** Persepsi responden mengenai pengaruh kemasan dan labeling terhadap minat beli konsumen produk Sampeu Wedang berdasarkan hasil kuesioner.

| Variabel   | Jawaban | Frekuensi | Persentase |
|--|---------|-----------|------------|
| Desain kemasan menarik perhatian                   | Ya      | 46        | 92%        |
|  | Netral  | 4         | 8%         |
|  | Tidak   | 0         | 0%         |
| Pengaruh kemasan terhadap minat beli               | Ya      | 32        | 64%        |
|  | Netral  | 18        | 36%        |
|  | Tidak   | 0         | 0%         |
| Pentingnya informasi pada label                    | Ya      | 46        | 92%        |
|  | Netral  | 4         | 8%         |
|  | Tidak   | 0         | 0%         |
| Tertarik membeli setelah melihat kemasan dan label | Ya      | 38        | 76%        |
|  | Netral  | 12        | 24%        |
|  | Tidak   | 0         | 0%         |

## 2. Discussion

### 1. Desain Kemasan Menarik Perhatian

Sebanyak 92% responden menyatakan bahwa desain kemasan Sampeu Wedang menarik perhatian mereka, sedangkan 8% memilih Netral. Tidak ada responden yang menganggap desain kemasan tidak menarik (0%). Hal ini menunjukkan bahwa desain kemasan memegang peran penting dalam menarik perhatian konsumen.

### 2. Pengaruh Kemasan terhadap Minat Beli

Sebanyak 64% responden mengakui bahwa kemasan memiliki pengaruh langsung terhadap minat mereka untuk membeli produk, sementara 36% bersikap Netral. Tidak ada responden yang merasa bahwa kemasan tidak berpengaruh pada minat beli (0%). Data ini menegaskan bahwa kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai faktor penting dalam keputusan pembelian.

### 3. Pentingnya Informasi pada Label

Sebagian besar responden, yaitu 92%, merasa bahwa informasi pada label seperti komposisi bahan, logo halal, dan petunjuk penyajian adalah hal yang penting saat membeli produk. Sebaliknya, 8% memilih Netral dan tidak ada yang menganggap informasi label tidak penting (0%). Ini menunjukkan bahwa label yang informatif memberikan kepercayaan lebih kepada konsumen saat membeli produk.

### 4. Minat Membeli setelah Melihat Kemasan dan Label

Setelah melihat kemasan dan label, sebanyak 76% responden merasa tertarik untuk membeli Sampeu Wedang. Sebanyak 24% bersikap Netral, dan tidak ada responden yang tidak tertarik (0%). Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi antara kemasan yang menarik dan label yang informatif dapat meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen.

## 4. CONCLUSION

Pengaruh Kemasan dan Labeling pada Minat Beli Konsumen Sampeu Wedang menunjukkan bahwa kemasan dan labeling memiliki peran yang signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk sampeu wedang. Kemasan yang menarik dan fungsional tidak hanya melindungi produk, tetapi juga meningkatkan daya tarik visual yang dapat merangsang minat beli. Begitu juga dengan labeling yang jelas dan informatif, yang memberikan kepercayaan kepada konsumen mengenai kualitas produk. Kedua faktor ini bekerja bersama untuk menciptakan persepsi positif terhadap produk, yang pada gilirannya mendorong konsumen untuk melakukan pembelian. Maka, produsen perlu mempertimbangkan desain kemasan dan label dengan cermat untuk menarik minat konsumen dan meningkatkan penjualan.

## ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Aa Kartiwa, S.Pd., M.M., selaku dosen pengampu mata kuliah Ekonomi Manajerial, atas bimbingan, arahan, dan dukungannya selama proses penelitian ini berlangsung.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada pemilik Sampeu Wedang di Rancakalong yang telah bersedia menjadi informan dan memberikan kontribusi berharga berupa data dan wawasan yang mendukung penelitian ini.

Tak lupa, penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu atas bantuan dan dukungan yang telah diberikan, serta kepada institusi yang telah memfasilitasi penelitian ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan strategi pemasaran produk lokal, khususnya dalam meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk Sampeu Wedang.

## REFERENCES

- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2017). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective*. McGraw-Hill Education.
- Deliya, M. M., & Parmar, B. J. (2012). *Role of packaging on consumer buying behavior – Patan District*. *Global Journal of Management and Business Research*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. Pearson Education.
- Rundh, B. (2005). *The multi-faceted dimension of packaging: Marketing logistic or marketing tool*. *British Food Journal*.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer behavior*. Pearson Education.
- Silayoi, P., & Speece, M. (2007). The importance of packaging attributes: *A conjoint analysis approach*. *European Journal of Marketing*.
- Underwood, R. L., & Klein, N. M. (2002). Packaging as brand communication: Effects of product pictures on consumer responses to the package and brand. *Journal of Marketing Theory and Practice*.
- Wells, W. D., & Prensky, D. (1996). *Consumer behavior*. John Wiley & Sons.
- Ampuero, O., & Vila, N. (2006). Consumer perceptions of product packaging. *Journal of Consumer Marketing*.