

ABSTRAK

Pengemasan menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing produk, terutama produk oleh-oleh yang dihasilkan oleh setiap daerah. SJM adalah salah satu UMKM yang mengolah keripik Sanjai yang menjadi oleh-oleh khas Minangkabau, Sumatera Barat. Namun SJM saat ini masih menggunakan kemasan yang sederhana, kurang informatif, serta tidak terlalu mencerminkan budaya khasnya. Penelitian ini bertujuan untuk mendesain ulang kemasan keripik sanjai dengan menggunakan metode *Design Thinking* dengan pendekatan *Value Engineering*. Dengan metode *Design Thinking*, melalui tahapan empati, mendefinisikan, menghasilkan ide, membuat prototipe, dan menguji untuk lebih memahami kebutuhan pelanggan serta menciptakan berbagai pilihan kemasan. Selain itu, metode *Value Engineering* akan menentukan nilai fungsional dari setiap alternatif dan efisiensi biayanya. Hasil penelitian membuktikan bahwa Alternatif I memiliki desain kemasan terbaik dengan nilai fungsional 3,747 dengan biaya produksi yang lebih ekonomis dibandingkan dengan alternatif lainnya. Desain kemasan yang dipilih terdiri dari *standing pouch full printing* yang terbuat dari bahan metalize, berukuran 17×29 cm dengan kapasitas 250 gram. Hasil uji membuktikan bahwa desain kemasan baru ini dipersepsikan lebih menarik, informatif, dan praktis, serta juga meningkatkan identitas budaya Minangkabau. Oleh karena itu, perubahan desain kemasan saat ini berhasil meningkatkan nilai fungsional dan daya saing produk tanpa membebani biaya bagi produsen.

Kata Kunci: *Design Thinking*, Keripik Sanjai, Perancangan Ulang, *Redesign*, *Value Engineering*