



Contact Methods
Mob: (86)18668768846
Tel: (86) 577 68668118
Wechat: zigpac123
Skype: bruce.chan1999
E-mail: bruce@zigpac.com
Whatsapp: +86-18668768846
Telegram: @Zigpacstickers

Company Info
Name: Wenzhou Zigpac Industry Limited
Address: No. 148-152, Building C, Jiangbin
Commercial and Residential Building, Longgang
City, Wenzhou City, Zhejiang 325802, China



YOUR CUSTOM PRINTING & PACKAGING PARTNER FOR SMALL AND MEDIUM BUSINESSES



Tas Kertas Kustom dengan Personalisasi: Panduan Strategi Branding untuk Pengecer, Restoran, Acara, dan Hadiah Korporat

Details

Jawaban singkat: Tas kertas kustom dengan personalisasi sepadan dengan biayanya bila tingkat personalisasinya sesuai dengan fungsi tas. Gunakan logo 1 warna pada kraft cokelat untuk ritel dan makanan bawa pulang bervolume tinggi, serta kraft putih atau berwarna dengan cetakan yang lebih kaya untuk hadiah dan acara. Pilih model tas berdasarkan beban, warna kraft berdasarkan palet merek, dan buat klaim lingkungan hanya jika Anda memiliki dokumen pendukung.

Tas kertas kustom dengan personalisasi sering dipesan seperti serbet atau gulungan struk: sebagai pos biaya, dimintakan penawaran ulang sekali setahun, dan jarang dipertanyakan. Kebiasaan itu mengabaikan fungsi tas yang sebenarnya. Tas adalah benda terakhir yang disentuh pelanggan di toko Anda, sekaligus bagian pertama dari merek Anda yang dilihat orang asing di jalan, di lobi kantor, atau di konferensi. Panduan ini memperlakukan tas sebagai titik kontak branding. Panduan ini membandingkan tingkat personalisasi, model tas, dan warna kraft menurut jenis usaha dan anggaran, sehingga Anda dapat menentukan apa yang akan dicetak sebelum meminta penawaran kepada siapa pun.



Mengapa tas generik lebih banyak merugikan daripada menghemat

Masalahnya: Tas polos memang murah, tetapi tidak memberi tahu pelanggan apa pun tentang siapa yang menjual produk kepada mereka. Permintaan tas kraft tumbuh pesat. Grand View Research menilai [pasar tas kertas kraft](#)^[1] global sebesar USD 4,5 miliar pada 2024 dan memproyeksikan CAGR

sebesar 4,6 % hingga 2030, dengan Amerika Serikat memegang 72,1 % dari pendapatan Amerika Utara. Seiring makin banyak pesaing Anda beralih dari plastik ke kertas, tas cokelat polos tidak lagi membedakan Anda. Tas kertas bermerek bisa.

Dampaknya: Tas yang salah gagal di depan umum. Gagang yang putus di trotoar, logo yang tampak kusam di atas kertas cokelat, atau klaim "ramah lingkungan" yang tidak dapat didokumentasikan pemasok Anda dapat merusak merek yang seharusnya dipromosikan oleh tas itu. Tim acara menghadapi masalah lain: tas bertanggal khusus yang tersisa setelah acara tidak bisa dipakai lagi. Tim hadiah korporat mendapati bahwa tas yang indah dengan gagang berbahan campuran justru melemahkan pesan keberlanjutan yang tercetak di atasnya.

Solusinya: Tentukan strategi sebelum spesifikasi. Pertama, tetapkan fungsi tas, cocokkan dengan tingkat personalisasi, lalu pilih model tas dan warna kraft untuk fungsi tersebut. Sisa artikel ini membahas keputusan-keputusan itu secara berurutan.

Daftar isi

1. [Apa yang disebut tas kertas dengan personalisasi?](#)
2. [Cara menyusun strategi tas kertas kustom dengan personalisasi dalam enam langkah](#)
3. [Apa yang perlu diprioritaskan tiap jenis usaha](#)
4. [Perbandingan: tingkat personalisasi, model tas, dan warna kraft](#)
5. [Klaim dan regulasi yang membentuk desain Anda](#)
6. [FAQ](#)
7. [Poin-poin utama](#)

Apa yang disebut tas kertas dengan personalisasi?

Tas kertas dengan personalisasi adalah tas kertas apa pun yang membawa identitas merek Anda di luar tas stok itu sendiri. Cakupannya beragam: stempel karet atau stiker pada tas polos, logo 1 warna yang dicetak saat produksi, desain yang menutupi seluruh permukaan, hingga hasil akhir premium seperti foil logam panas, emboss, atau kraft berwarna hasil pewarnaan. "Kustom" biasanya merujuk pada konstruksi tas (ukuran, kertas, gagang). "Personalisasi" merujuk pada apa yang disampaikan tas. Bagi sebagian besar usaha, keputusan branding jauh lebih menentukan anggaran daripada konstruksinya.

Kraft menjadi bahan dasar utama karena serat panjangnya memberi kekuatan pada gramatur kertas yang sedang, dan kraft cokelat tanpa pemutih masih mendominasi. Grand View Research melaporkan bahwa kraft cokelat memegang lebih dari 66,4 % pendapatan pada 2024.^[1] Karena itu, memilih kraft putih atau berwarna merupakan sinyal merek yang disengaja, bukan hal yang lazim.

Cara menyusun strategi tas kertas kustom dengan personalisasi dalam enam langkah



Langkah 1: Tentukan fungsi tas

Tulis satu kalimat: "Tas ini ada untuk ____." Jawabannya berbeda menurut jenis usaha: membawa makanan bawa pulang dengan aman ke mobil, mengiklankan toko selama berminggu-minggu setelah pembelian, membuat hadiah terasa premium, atau memberi peserta wadah untuk membawa suvenir. Fungsi tas menentukan hal apa yang boleh dikorbankan. Tas makanan bawa pulang boleh mengorbankan kekayaan cetakan demi ketahanan terhadap lemak. Tas hadiah tidak boleh.

Langkah 2: Sesuaikan personalisasi dengan lamanya desain berlaku

Desain permanen (logo, URL, akun media sosial) membenarkan produksi cetak karena setiap tas tetap dapat dipakai sampai stok habis. Desain berumur pendek (tanggal acara, kampanye musiman, edisi terbatas) lebih aman dibuat sebagai stiker, sisipan, atau label gantung pada tas cetak dengan desain permanen. Banyak merek kecil mengikuti jalur bertahap yang dijelaskan para pendirinya di forum publik: mulai dari tas kraft polos dengan stiker kustom, lalu beralih ke tas yang dicetak penuh setelah penjualan stabil.

Langkah 3: Rancang untuk pemakaian ulang, bukan hanya untuk perjalanan pulang

Tas yang dipakai ulang memberi lebih banyak kesan merek, dan juga memperkuat argumen lingkungan tas tersebut. Menurut [analisis iklim New York Times^{\[2\]}](#), tas kertas perlu dipakai sekitar tiga kali untuk menyamai tas plastik sekali pakai dalam hal dampak iklim. Analisis di [Entrepreneur^{\[3\]}](#) menyebut angka 43 kali pemakaian ulang bagi tas kertas tanpa pemutih untuk menyamai LDPE pada semua indikator lingkungan. Pelajaran praktisnya: gagang yang kokoh dan desain yang membuat orang ingin membawanya lagi berdampak lebih besar bagi pemasaran maupun keberlanjutan daripada slogan apa pun.

Langkah 4: Pilih model tas berdasarkan isinya

Konter makanan membutuhkan tas beralas datar yang bisa berdiri terbuka, ritel membutuhkan

gagang yang nyaman, dan hadiah membutuhkan kekakuan serta hasil akhir yang baik. Tabel perbandingan di bawah memetakan setiap model ke kasus penggunaannya. Dimensi pasti dan keterbacaan area cetak dibahas pada bagian spesifikasi di halaman produk kami, sehingga tidak diulang di sini.

Langkah 5: Pilih warna kraft sebagai keputusan merek

Tinta berada di atas warna kertas, sehingga kraft coklat menggelapkan sebagian besar tinta dan melemahkan warna terang. Cokelat alami cocok untuk merek yang membawa kesan alami, artisanal, dan makanan. Kraft putih mengembalikan akurasi warna bagi merek dengan palet yang ketat. Kraft berwarna atau hitam menjadikan tas itu sendiri sebagai warna merek, yang cocok untuk hadiah dan ritel premium.

Langkah 6: Uji coba, ukur, lalu perbesar skala

Jalankan uji coba kecil sebelum mengalokasikan seluruh anggaran. Pantau sinyal sederhana: seberapa sering staf memakai dua tas sekaligus, apakah pelanggan meminta tas tambahan, dan apakah tas Anda terlihat di luar toko. Setelah itu, ubah desain terbaik menjadi produksi massal. Saat Anda siap menentukan bahan, desain, dan persetujuan, halaman [tas kertas kraft coklat kustom dengan gagang pilin](#) memandu setiap langkah teknis dan permintaan penawaran.

Apa yang perlu diprioritaskan tiap jenis usaha

Pengecer: papan iklan berjalan

Dalam ritel, nilai utama tas muncul setelah kasir, ketika tas dibawa melewati jalanan, pusat perbelanjaan, dan rumah pelanggan. Letakkan logo di bagian atas kedua sisi agar tetap terlihat saat tas dibawa setinggi pinggul, dan buat pesan tetap singkat: satu logo, satu URL. Jika Anda mengoperasikan toko bahan makanan, apotek, toko serba ada, toko makanan, atau toko minuman keras di California, tas juga memiliki fungsi hukum. Berdasarkan SB 1053, [aturan CalRecycle^{\[4\]}](#) membatasi toko-toko tersebut hanya pada tas kertas daur ulang untuk dibawa pulang mulai 1 Januari 2026, yang dijual minimal seharga \$0,10 per tas. Tas harus dicetak dengan nama produsen, negara pembuatan, dan kandungan daur ulang pascakonsumen, dan kandungan daur ulang minimum naik menjadi 50 % pada 1 Januari 2028. Sediakan panel kecil untuk teks tersebut dalam desain Anda sejak awal.

Restoran dan kafe: fungsi dulu, logo kemudian

Makanan dan minuman merupakan penggunaan akhir terbesar tas kraft, sekitar 31,6 % dari permintaan pada 2025 menurut [Future Market Insights^{\[5\]}](#). Restoran paling tidak punya ruang untuk tas yang gagal, karena satu kebocoran merusak hidangan sekaligus kesan pelanggan. Letakkan branding di bagian luar dan pisahkan urusan kontak pangan. Di AS, kertas yang bersentuhan dengan makanan berair atau berlemak diatur dalam [21 CFR 176.170^{\[6\]}](#). Minta deklarasi yang mencakup tas jadi, termasuk kertas, tinta, perekat, dan pelapis apa pun, bukan hanya gulungan kertas dasar. Sebagian besar makanan bawa pulang sudah dikemas dalam boks atau dibungkus, sehingga tas jinjing bercetak biasanya berfungsi sebagai kemasan sekunder. Itu memberi Anda kebebasan lebih dalam memilih cetakan untuk tas jinjing itu sendiri.

Penyelenggara acara: pisahkan yang permanen dari yang bertanggung

Tas acara memiliki masa pakai aktif yang singkat, tetapi masa pakai kedua yang panjang jika peserta

menyimpannya. Cetak identitas organisasi Anda pada tas, dan letakkan nama acara, tanggal, serta logo sponsor pada sisipan, stiker, atau label gantung. Dengan begitu, stok sisa dapat dipakai untuk acara berikutnya, bukan berakhir di tempat daur ulang. Tentukan ukuran tas berdasarkan souvenir terbesar ditambah materi cetak, dan pilih gagang yang nyaman dibawa seharian penuh.

Tim hadiah korporat: nilai yang dirasakan per tas

Untuk hadiah, tas adalah bagian dari hadiah itu sendiri, sehingga kesan bahan lebih penting daripada harga satuan. Kraft putih atau berwarna dengan logo senada terlihat disengaja. Samakan gagang dengan kebijakan keberlanjutan Anda: gagang kertas pilin menjaga tas tetap seluruhnya dari kertas, sedangkan tali katun atau pita menambah kesan premium tetapi menjadikan tas berbahan campuran. Jumlah mengikuti jumlah orang dan daftar klien, jadi pesan dengan cadangan untuk tambahan menit terakhir. Rencanakan mundur dari tanggal pengiriman dan pastikan waktu produksi saat Anda meminta penawaran.

Perbandingan: tingkat personalisasi, model tas, dan warna kraft

Tabel di bawah membandingkan pilihan berdasarkan biaya relatif dan kecocokan. Harga sebenarnya bergantung pada jumlah, ukuran, kertas, jenis gagang, dan cakupan cetak, sehingga kami tidak mencantumkan angka harga. Minta penawaran untuk angka yang sesuai dengan proyek Anda.

Tingkat personalisasi menurut anggaran dan kasus penggunaan

Tingkat	Tampilannya	Biaya relatif	Paling cocok untuk	Perlu diwaspadai
0 – Polos + tambahan	Tas kraft stok dengan stiker, stempel, atau label	Terendah	Toko pop-up, uji coba, pesan khusus acara	Tenaga kerja per tas; penempatan tidak seragam
1 – Logo 1 warna	Satu tinta, satu atau 2 sisi	Rendah	Makanan bawa pulang, kafe, ritel bervolume tinggi	Tinta terang memudar pada kraft cokelat
2 – Beberapa warna spot	Dua hingga tiga warna merek yang dicocokkan	Sedang	Butik, toko roti, ritel bermerek	Setiap warna tambahan menambah pekerjaan penyiapan dan persetujuan
3 – Cakupan penuh	Desain warna penuh atau menutupi seluruh permukaan, sering pada kraft putih	Lebih tinggi	Fesyen, kecantikan, peluncuran merek DTC	Cakupan tinta yang tebal mengubah tampilan dan sentuhan kertas
4 – Hasil akhir premium	Foil logam, emboss, kraft berwarna, gagang tali atau pita	Tertinggi	Hadiah korporat, ritel mewah, acara VIP	Bahan campuran mempersulit klaim dapat didaur ulang



Model tas menurut penggunaan usaha

Model	Profil kekuatan	Bidang branding	Pengguna umum
Tas beralas datar tanpa gagang (SOS)	Berdiri terbuka; dibawa dengan dipeluk atau dimasukkan ke tas lain	Panel depan dan belakang	Toko roti, toko delikatesen, apotek
Tas belanja dengan gagang kertas pilin	Genggaman nyaman, konstruksi seluruhnya dari kertas	Permukaan lebar, cocok untuk logo	Ritel, kafe, acara, hadiah ringan
Tas gagang kertas pipih	Area gagang lebar untuk beban besar	Permukaan lebar	Makanan bawa pulang, layanan ala toko bahan makanan
Tas dengan gagang lubang potong (die-cut)	Tampilan bersih; tekanan terpusat di tepi lubang	Permukaan penuh, minimalis	Pakaian, barang ritel ringan
Tas gagang tali atau pita	Badan karton kaku, kesan bawaan premium	Ideal untuk foil logam dan emboss	Hadiah, barang mewah, acara korporat



Pilihan warna kraft menurut tujuan merek

Warna kraft	Sinyal merek	Hasil cetak	Paling cocok dipadukan dengan
Cokelat alami	Jujur, artisanal, berorientasi ramah lingkungan	Tinta gelap terbaca jelas; warna pastel dan nada terang tampak redup	Kafe, toko roti, merek pertanian dan kerajinan
Kraft putih	Bersih, modern, warna akurat	Paling mendekati warna merek di layar	Kecantikan, fesyen, merek dengan palet warna ketat
Kraft berwarna	Tas itu sendiri menjadi warna merek	Paling cocok dengan satu logo kontras atau senada	Hadiah korporat, ritel musiman
Kraft hitam	Premium, minimalis	Memerlukan tinta terang opak atau foil logam untuk kontras	Ritel mewah, anggur, hadiah VIP

Jika tas kertas bercetak logo Anda harus mencocokkan warna korporat secara akurat, uji warna tersebut pada kertas sebenarnya, jangan menyetujuinya dari layar. Langkah persiapan desain dan contoh cetak (proof) pada [halaman produk](#) menjelaskan cara menyetujui warna sebelum produksi.

Klaim dan regulasi yang membentuk desain Anda

Personalisasi mencakup apa yang Anda cetak tentang tas, bukan hanya logo Anda. "Dapat didaur ulang", "dapat dikomposkan", dan "aman untuk makanan" adalah klaim yang membutuhkan dokumen pendukung. Ketahanan terhadap lemak adalah contoh yang baik. [FDA mengumumkan pada 28 Februari 2024^{\[7\]}](#) bahwa zat PFAS penahan lemak untuk kertas kemasan pangan tidak lagi dijual di pasar AS. Jika tas makanan bawa pulang Anda memerlukan ketahanan terhadap lemak, tanyakan lapisan penghalang apa yang menggantikan zat-zat tersebut dan apakah itu memengaruhi kemampuan daur ulang.

Merek yang mengirim ke Eropa menghadapi aturan kedua. Regulasi Kemasan dan Limbah Kemasan Uni Eropa, (EU) 2025/40, berlaku sejak 12 Agustus 2026, menurut [European Sealing Association^{\[8\]}](#).

Kewajiban pertamanya membatasi PFAS pada kemasan yang bersentuhan dengan pangan, sedangkan persyaratan kemampuan daur ulang dan kandungan daur ulang menyusul pada tahap berikutnya. Di AS, aturan kemasan masih berbeda-beda di tiap negara bagian, sebuah kontras yang diuraikan oleh [Plastics Engineering^{\[9\]}](#) dalam perbandingannya antara pendekatan Uni Eropa dan negara bagian AS. Undang-undang tas California memiliki alasan kebijakan yang jelas, sebagaimana [Packaging Dive^{\[10\]}](#) melaporkan bahwa data CalRecycle menunjukkan pembuangan tas toko bahan makanan dan tas barang dagangan naik sekitar 47 % antara 2014 dan 2022.

Aturan desain yang mengikutinya sederhana. Tas yang seluruhnya dari kertas, dengan gagang kertas pilin dan tanpa laminasi plastik, paling mudah dijelaskan secara jujur. Setiap tambahan film, foil logam, atau gagang sintetis membuat klaim lebih sulit dibuktikan, jadi pertahankan klaim yang singkat dan terdokumentasi daripada klaim yang panjang dan samar.

FAQ

FAQ: Apa perbedaan antara tas kertas kustom dan tas kertas dengan personalisasi?

"Kustom" biasanya berarti konstruksi tas dibuat sesuai pesanan: ukuran, kertas, gagang, dan warna. "Personalisasi" berarti tas membawa identitas Anda, melalui pencetakan atau tambahan seperti stiker dan label. Anda dapat memberi personalisasi pada tas stok tanpa mengustomisasi konstruksinya, itulah sebabnya banyak usaha memulai dengan personalisasi Tingkat 0 atau Tingkat 1.

FAQ: Apakah tas kertas untuk bisnis sepadan jika pelanggan membuangnya?

Sepadan bila tas dipakai ulang. Tas kertas perlu dipakai sekitar tiga kali untuk menyamai plastik sekali pakai dalam hal dampak iklim (New York Times, 2025), dan pemakaian ulang juga melipatgandakan kesan merek. Gagang yang kokoh dan desain yang menarik membuat pemakaian ulang lebih mungkin terjadi.

FAQ: Warna kraft mana yang membuat logo paling mudah dibaca?

Kraft putih memberikan warna paling akurat. Cokelat alami paling baik dengan tinta gelap dan pekat. Kraft berwarna dan hitam memerlukan tinta kontras atau foil logam. Untuk warna merek yang terang atau pastel, uji pada kraft putih sebelum memutuskan.

FAQ: Apakah tas kertas kraft berwarna dengan gagang memengaruhi kemampuan daur ulang?

Warna kertas saja biasanya bukan masalah. Laminasi, jendela plastik, foil logam metalik, dan gagang non-kertas yang mempersulit daur ulang. Jika kemampuan daur ulang merupakan bagian dari pesan Anda, jaga agar tas seluruhnya dari kertas dan periksa penerimaannya dengan program daur ulang setempat.

FAQ: Apa yang harus tertera pada tas kertas kasir di California?

Untuk toko yang tercakup (sebagian besar toko bahan makanan, toko ritel dengan apotek, toko serba ada, toko makanan, dan toko minuman keras), CalRecycle mewajibkan tas mencantumkan nama produsen, negara pembuatan, dan persentase kandungan daur ulang pascakonsumen. Kandungan daur ulang minimum naik menjadi 50 % mulai 1 Januari 2028.

FAQ: Bagaimana cara mendapatkan harga dan jadwal untuk tas saya?

Harga dan waktu tunggu bergantung pada jumlah, ukuran, kertas, cetakan, dan gagang. Gunakan

permintaan penawaran di [halaman produk](#) untuk mendapatkan angka sesuai spesifikasi persis Anda.

Poin-poin utama

- **Tas kraft sudah umum, jadi branding yang membedakan Anda** — proyeksi CAGR 4,6 %, 2025–2030 ([Sumber](#))
- **Merek makanan adalah pembeli terbesar dan memerlukan kepatuhan kontak pangan yang terdokumentasi** — 31,6 % dari permintaan 2025 ([Sumber](#))
- **Pemakaian ulang menjadikan tas sebagai sarana pemasaran sekaligus hasil lingkungan yang lebih baik** — sekitar 3 kali pakai untuk menyamai plastik dalam dampak iklim ([Sumber](#))
- **Pada semua indikator lingkungan, ambang pemakaian ulang jauh lebih tinggi** — 43 kali pemakaian ulang dibandingkan LDPE ([Sumber](#))
- **Tas kasir California memerlukan ruang pada desain untuk teks hukum** — 50 % kandungan daur ulang mulai 2028 ([Sumber](#))
- **Tas makanan tahan lemak memerlukan narasi lapisan penghalang non-PFAS** — penahan lemak PFAS tidak lagi beredar di pasar AS per 2024 ([Sumber](#))
- **Eksportir ke Eropa harus memeriksa tas kontak pangan terhadap PPWR** — berlaku mulai 12 Agustus 2026 ([Sumber](#))

Kesimpulan

Tas kertas bermerek terbaik bukanlah yang termahal. Yang terbaik adalah tas yang tingkat personalisasi, model, dan warnanya sesuai dengan fungsinya. Pengecer paling diuntungkan oleh logo permanen yang ikut berpindah ke mana-mana. Restoran sebaiknya mengutamakan fungsi dan dokumentasi kontak pangan di atas kekayaan cetakan. Penyelenggara acara menghemat stok dengan tidak mencetak pesan bertanggal pada tas. Tim hadiah mengeluarkan biaya di bagian yang disentuh dan dilihat penerima. Setelah strategi Anda ditetapkan, lanjutkan ke spesifikasi, persetujuan desain, dan penetapan harga pada halaman [tas kertas kraft cokelat kustom dengan gagang pilin](#) kami, lalu ajukan permintaan penawaran yang sebanding.

Sumber

1. [Laporan Ukuran dan Pangsa Pasar Tas Kertas Kraft, 2025–2030](#) — Grand View Research, diterbitkan November 2024. [↵](#)
2. [Kertas, plastik, atau tas kain? Perbandingan dampak iklim tas belanja](#) — The New York Times, 24 Maret 2025. [↵](#)
3. [Tidak, Tas Kertas Tidak Berkelanjutan — Ini Hitungannya](#) — Entrepreneur. [↵](#)
4. [Persyaratan Tas di Toko Bahan Makanan dan Ritel \(SB 1053\)](#) — Departemen Sumber Daya, Daur Ulang, dan Pemulihan California (CalRecycle). [↵](#)
5. [Pasar Tas Kertas Kraft](#) — Future Market Insights, diperbarui Juli 2025. [↵](#)
6. [21 CFR 176.170 — Komponen kertas dan karton yang bersentuhan dengan makanan berair dan berlemak](#) — Electronic Code of Federal Regulations. [↵](#)
7. [FDA Umumkan PFAS dalam Bahan Penahan Lemak untuk Kemasan Pangan Tidak Lagi Dijual di AS](#) — Food and Drug Administration AS, 28 Februari 2024. [↵](#)
8. [Regulasi Kemasan dan Limbah Kemasan Uni Eropa \(PPWR\)](#) — European Sealing Association, Oktober 2026. [↵](#)
9. [PPWR Uni Eropa vs. Undang-Undang Negara Bagian AS: Tren Regulasi Kemasan](#) — Plastics Engineering, Februari 2026. [↵](#)

10. [Undang-undang kemasan negara bagian yang berlaku pada 2026: tas, busa, PFAS, dan hotel](#) — Packaging Dive, 2026. [↵](#)

Oktober 20, 2026