

## PEMBUATAN DESAIN KEMASAN MENGGUNAKAN MEDIA CORELDRAW SEBAGAI ALAT PENUNJANG PROMOSI DI PAWONE BUK RIN DURENAN TRENGGLEK

Oleh:

**Angelina Mayang Soffa<sup>1</sup>**

**Tri Istining Wardani<sup>2</sup>**

**Joni Dwi Pribadi<sup>3</sup>**

Politeknik Negeri Malang

Alamat: JL. Soekarno Hatta No.9, Jatimulyo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur (65141).

Korespondensi Penulis: [shoffamayang5@email.com](mailto:shoffamayang5@email.com)

***Abstract.** Pawone Buk Rin is a culinary business that maximizes the use of packaging to provide information and establish its business identity in its promotional activities. However, the current packaging is not yet effective and efficient to use, as the packaging material is unhealthy, and the design needs updating and additional information. The aim of this research is to create new packaging to support the promotional tools of Pawone Buk Rin. This research employs action research methods and data collection techniques such as interviews, documentation, observation, and questionnaires. The questionnaires are based on the EPIC Model indicators and distributed to 15 respondents, including business owners, design experts, marketing experts, and prospective/current customers. The collected data is analyzed using the EPIC rate. The results indicate that the packaging is highly effective and appropriate. Therefore, it can be concluded that the packaging can be used as a promotional medium to expand the market and as a factor in determining purchases. Recommendations for Pawone Buk Rin include developing their promotional media not only through product packaging design but also by utilizing design files that can be updated over time and as the business evolves. This allows the company to continually refresh their packaging appearance according to the latest trends*

# PEMBUATAN DESAIN KEMASAN MENGGUNAKAN MEDIA CORELDRAW SEBAGAI ALAT PENUNJANG PROMOSI DI PAWONE BUK RIN DURENAN TRENGGLEK

*or changes in marketing strategies, ensuring that their products remain attractive and relevant.*

**Keywords:** *Marketing, Promotion, Design, Packagin, CorelDraw.*

**Abstrak.** Pawone Buk Rin merupakan usaha yang bergerak dibidang kuliner, dalam kegiatan promosinya usaha tersebut memaksimalkan penggunaan kemasan dalam memberikan informasi dan identitas usahanya. Namun, sayangnya kemasan tersebut masih kurang efektif dan efisien untuk digunakan, karena jenis bahan kemasannya *syrofoam* yang tidak sehat, serta tampilan desainnya yang perlu adanya pembaharuan dan penambahan informasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat kemasan baru untuk mendukung alat promosi Pawone Buk Rin. Penelitian ini menggunakan metode *action research* dan metode pengumpulan data berupa wawancara, dokumentasi, observasi, serta kuesioner. Adapun kuesioner yang dibuat berdasarkan indikator *EPIC Model*. Kuesioner dibagikan kepada 15 responden meliputi pemilik usaha, ahli desain, ahli pemasaran, dan calon konsumen/konsumen. Data yang diperoleh diolah akan dianalisis menggunakan *EPIC rate*. Hasil penelitian menunjukkan, bahwa kemasan telah sangat efektif dan layak. Maka, dapat disimpulkan, bahwa kemasan dapat digunakan sebagai media promosi, untuk memperluas pasarnya, serta menjadi faktor untuk menentukan pembelian. Saran untuk Pawone Buk Rin yakni, pemilik dapat mengembangkan media promosi mereka tidak hanya melalui desain kemasan produk, tetapi juga dengan memanfaatkan file desain yang dapat diperbarui seiring waktu dan perkembangan usaha. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk selalu memperbaharui tampilan kemasan mereka sesuai dengan tren terbaru atau perubahan dalam strategi pemasaran, memastikan bahwa produk mereka tetap menarik dan relevan.

**Kata Kunci:** Pemasaran, Promosi, Desain, Kemasan, *CorelDraw*.

## LATAR BELAKANG

Pesatnya persaingan kegiatann usaha, khususnya dalam bidang kuliner, membuat perkembangan dalam bidang kuliner, membuat perkembangan persaingan ini secara tidak sadar, telah menuntut para pengusaha untuk senantiasa lebih inovatif dan kreatif dalam mengembangkan bisnisnya, agar dapat terus bertahan dan bersaing secara kompetitif di pasar.

Salah satu cara yang bisa dilakukan yakni dengan menarik perhatian konsumen melalui alat promosi dengan menggunakan desain kemasan (*packing design*) yang kreatif dan inovatif. Hal ini juga disebutkan sld.com dalam *website*-nya yang menjelaskan bahwa kemasan merupakan alat promosi yang ampuh untuk menarik perhatian konsumen, terutama apabila menargetkan kalangan gen Z. oleh sebab itu, kemasan memainkan peran pertama yang sangat penting untuk menggoda dan mengambil hati konsumen.

Strategi ini seharusnya juga diterapkan oleh UMKM kuliner Pawone Buk Rin. Pawone Buk Rin sendiri merupakan usaha yang bergerak dibidang kuliner, yang menyediakan makanan dan minuman yang berlokasi di RT. 06 RW. 02, Dsn. Krajan, Ds. Ngadisuko, Kec. Durenan, Kab. Trenggalek, Jawa Timur. Usaha ini sudah sering menerima pesanan makanan maupun minuman yang tidak hanya diperuntukan untuk individu, tetapi juga menerima pesanan untuk hajatan maupun acara besar, dengan menu yang dapat disesuaikan dengan keinginan *customer*. Sayangnya, walaupun UMKM tersebut sudah cukup besar, kemasan yang mereka gunakan masih sangat sederhana dan menggunakan *styrofoam*.



**Gambar 1.** Desain Kemasan sebelumnya

Sumber: Pawone Buk Rin (2024)

Padahal *Styrofoam* dalam dunia kesehatan, tidak baik untuk digunakan menjadi kemasan. Dalam penelitian Surono dalam Untung, R. Y., & Suhartono, A. W. (2017), bahwa kemasan berbahan *food grade paper* jauh lebih direkomendasikan, karena lebih aman untuk kesehatan manusia.

Mengingat kemasan tidak hanya berfungsi sebagai alat pelindung, tetapi juga sebagai alat distribusi dan sarana komunikasi produk dan branding kepada konsumen. (Timami, G., 2021:1), oleh sebab itu, tampilan desain pun harus juga diperhatikan.

## **PEMBUATAN DESAIN KEMASAN MENGGUNAKAN MEDIA CORELDRAW SEBAGAI ALAT PENUNJANG PROMOSI DI PAWONE BUK RIN DURENAN TRENGGLEK**

Desain kemasan tersebut bukan hanya tidak menarik dan tidak memiliki perbedaan dengan para pesaing, tetapi juga dapat membuat kegiatan usaha menjadi tidak efektif dan efisien, karena harus mencetak dan menempel *stiker* satu persatu ke atas *styrofoam*. Belum lagi dengan kurang adanya informasi *contact* maupun sosial media yang bisa konsumen/*audience* yang melihatnya menghubungi usaha tersebut, yang menyebabkan Pawone Buk Rin tidak dapat bersaing secara kompetitif.

Terlebih saat ini Pawone Buk Rin, tengah berencana untuk memperluas pasar dan target golongan, tidak hanya untuk generasi milenial, tetapi juga generasi Z, yang tidak punya waktu untuk memasak dan ingin makan atau membawa bekal yang tetap enak, sehat, dan murah khas makanan rumahan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk membantu Pawone Buk Rin dalam mengembangkan usahanya, dengan membuat desain kemasan baru yang sebelumnya *syrofoam* menjadi *paper lunch box* yang lebih informatif dan menarik, menggunakan aplikasi *CorelDraw*.

Menurut Hendraman, H. dalam Rakhmanto, S. A, & Wardani, R. T. I (2021:138), *CorelDraw* adalah *software grafis* serbaguna yang bisa dipakai untuk ilustrasi dan publikasi.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dipilihlah judul penelitian “Pembuatan Desain Kemasan Menggunakan Media *CorelDraw* Sebagai Alat Penunjang Promosi Di Pawone Buk Rin Durenan Trenggalek”, dengan rumusan masalah dalam penelitian ini, yakni:

1. Bagaimana pembuatan desain kemasan menggunakan *CorelDraw* sebagai media promosi di Pawone Buk Rin Durenan Trenggalek ?
2. Bagaimana Bagaimana mengukur efektivitas desain kemasan di Pawone Buk Rin Durenan Trenggalek?

Agar pembahasan lebih jelas dan terara, maka waktu penelitian dibatasi antara bulan Desember 2023-Mei 2024, pembuatan desain kemasan mengarah pada perencanaan desain kemasan yang mempunyai ciri khas Pawone Buk Rin Durenan Trenggalek. Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Pembuatan desain kemasan menggunakan media *CorelDraw* di Pawone Buk Rin Durenan Trenggalek.

Mengukur efektivitas Desain Kemasan di Pawone Buk Rin Durenan Trenggalek

## **KAJIAN TEORITIS**

Penelitian ini berdasarkan pada penelitian terdahulu, yakni:

1. Rakhmanto, S. A., & Wardani, R. T. I. (2021), dengan judul “Aplikasi *CorelDraw* Untuk Pembuatan Katalog Produk *Digital* Di Instagram Sebagai Alat Penunjang Promosi Di Ayu Cell Mojokerto” yang menunjukkan bahwa katalog produk *digital* tersebut layak untuk dijadikan sebagai media promosi pada Ayu Cell Mojokerto.
2. Huznuzharif, A. H., & Khabibah, U. (2022), dengan judul “Pembuatan Media Promosi Dalam Bentuk Desain Kemasan Menggunakan *CorelDraw* Untuk Meningkatkan Minat Beli Di Ayam Geprek Seuhah Sulfat Malang”, yang menghasilkan penelitian desain kemasan dapat digunakan sebagai media informasi yang efektif dalam menarik minat pembeli Ayam geprek.
3. Untung, R. Y., & Suhartono, A. W. (2017), dengan judul “Perancangan Desain Kemasan Untuk Toko WENNEY’S BAKERY AND CATERING” yang menghasilkan kemasan produk memiliki peran penting dan dapat memberikan pengaruh dalam pembelian produk.
4. Taqiy, R. N., & Sudjanarti, D. (2021), dengan judul “Pengembangan Desain Kemasan Produk Sebagai Media Promosi Menggunakan Aplikasi *CorelDraw* Pada UKM Batik Tulis Amprikah Tulungagung”, menghasilkan penelitian, bahwa kemasan yang telah dibuat dapat menarik minat beli serta dapat memperkenalkan usaha kepada calon konsumen.

Dari penelitian-penelitian terdahulu tersebut, maka dibuatlah penelitian ini dengan beberapa landasan teori. Menurut Indrasari, M. (2019:2) pemasaran merupakan suatu kegiatan menyeluruh, terpadu, dan terencana, yang dilakukan oleh sebuah organisasi atau institusi dalam melakukan usaha agar mampu mengkomodir permintaan pasar dengan cara menciptakan produk bernilai bagi konsumen, klien, mitra, dan masyarakat umum.

Menurut Setyaningrum dkk (2015:232) bauran pemasaran ialah kombinasi empat komponen promosi yang mencakup iklan, penjualan, promosi penjualan, hibingan masyarakat, dan publikasi.

Menurut Wijayanti (2018:74) promosi merupakan salah satu kegiatan bauran pemasaran yang sangat penting dalam keberhasilan suatu produk atau barang atau jasa

## **PEMBUATAN DESAIN KEMASAN MENGGUNAKAN MEDIA CORELDRAW SEBAGAI ALAT PENUNJANG PROMOSI DI PAWONE BUK RIN DURENAN TRENGGLEK**

agar semua konsumen mengetahui tentang produk atau jasa yang ditawarkan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Menurut Shinta (2011:120) komunikasi pemasaran merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Agustini, A., & Kurniawan, W. J. (2019) *CorelDraw* merupakan editor grafik vektor yang dibuat oleh corel, sebuah perusahaan perangkat lunak yang bermarkas di Ottawa, Kanda. Menurut Hendratman, H. (2015:9) “*CorelDraw* adalah *software* grafis serbaguna yang bisa dipakai untuk ilustrasi dan publikasi. Sehingga banyak digunakan untuk aplikasi percetakan di media kertas, kain, *outdoor*, elektronik, dll”.

Menurut Suryo Banindro, B. (2021:12) Kemasan adalah salah satu bidang interdisiplin yang mempunyai banyak tuntutan khusus karena fungsinya yang langsung berhadapan dengan konsumen, antara lain tuntutan teknis, kreatif, komunikatif dan pemasaran yang harus diwujudkan ke dalam bahasa visual.

Menurut Duriyanto, D. (2004:86), Efektivitas iklan dapat diukur dengan menggunakan *EPIC* model. *EPIC* model dikembangkan AC Nielsen, *EPIC* model mencakup empat indikator kritis yaitu: empati (*Empathy*), persuasi (*Persuasion*), dampak (*Impact*), dan komunikasi (*Communication*).

- 1) Empati, melibatkan efeksi dan kongnisi konsumen. Dimensi ini meliputi suka tidaknya konsumen akan hasil desain, dan kepuasan desain sebagai media
- 2) Persuasi, perubahan kepercayaan dan keinginan berperilaku yang disebabkan media publikasi.
- 3) *Impact*, menunjukkan apakah dampak sebuah merek dapat terlihat menonjol (kreatif) dibandingkan dengan mengklaim dengan kategori serupa, serta mampu memberikan kesan yang positif.
- 4) Komunikasi, memberikan informasi tentang kemampuan konsumen dalam memahami informasi dan mampu menjawab pertanyaan konsumen.

Media promosi dengan pembuatan kemasan yang lebih menarik sebagai pendukung alat promosi Pawone Buk Rin, yaitu dengan pembuatan kemasan menggunakan aplikasi CorelDraw.

## METODE PENELITIAN

Ruang lingkup penelitian ini meliputi pembuatan desain kemasan sebagai media promosi untuk meningkatkan efisiensi waktu dan biaya bagi pemilik usaha Pawone Buk Rin. Desain kemasan ini dikembangkan menggunakan aplikasi *CorelDraw*. Penelitian ini berfokus pada pengembangan strategi promosi melalui desain kemasan yang diterapkan oleh Pawone Buk Rin.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *action reserch*, atau penelitian tindakan. Menurut Sugiyono (2015:27) menyatakan metode *action research* bukan membahas sebuah topik atau hal yang menarik dan bukan termasuk penelitian kepustakaan, untuk mendapatkan pengetahuan atau cara dalam memperbaiki sesuatu.

Metode penelitian ini terdiri dari empat proses yaitu perencanaan, Tindakan, observasi, dan refleksi yang membentuk siklus berulang. Arikunto, S. (2013:132).

Unit ini digunakan dalam penelitian yakni 15 responden yang terbagi menjadi 4 macam responden, yakni:

1. Pemilik usaha atau *owner*, dengan tujuan mengetahui apakah desain sudah sesuai dengan keinginan pemilik.
2. 2 Ahli desain, dengan tujuan untuk mengetahui kualitas desain kemasan yang telah dibuat.
3. 2 Ahli pemasaran, dengan tujuan untuk mengetahui unsur kualitas promosi ada dalam desain kemasan yang dibuat.
4. 10 Calon konsumen maupun konsumen, dengan tujuan untuk mengetahui seberapa efektif desain kemasan sebagai media informasi terhadap minat beli konsumen.

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan yakni menggunakan data primer, yang diperoleh melalui wawancara, kuesioner, observasi, serta dokumentasi; dan data sekunder, yang diperoleh secara tidak langsung melalui pihak lain, seperti publikasi resmi buku atau laporan. Pada penelitian ini menggunakan 4 teknik pengumpulan data, yakni observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuesioner/angket.

Arikunto, S. (2013:199) menyebutkan, bahwa observasi atau yang disebut pula dengan pengamatan, meliputi kegiatan pemuatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra.

Menurut Sugiyono (2016: 231), wawancara digunakan sebagai teknik data peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus

# PEMBUATAN DESAIN KEMASAN MENGGUNAKAN MEDIA CORELDRAW SEBAGAI ALAT PENUNJANG PROMOSI DI PAWONE BUK RIN DURENAN TRENGGLEK

di teliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.

Menurut Arikunto, S. (2013:201), dokumentasi yang artinya barang-barang tertulis, seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian, dan sebagainya.

Menurut Arikunto, S. (2013:194), kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui. Penelitian ini menggunakan *EPIC Model* untuk menjadi landasan pengembangan kuesioner.

Menurut Sugiyono (2016:93) menyatakan, bahwa skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial, skala likert yang digunakan yakni *skala likert 1-5*.

Hasil dari kuesioner akan diberikan bobot sesuai dengan kategori tertentu, lalu dianalisis tabulasi sederhana untuk mendapat persentase tertentu. Data yang didapat akan diperhitungkan kembali untuk mengetahui efektif atau tidaknya kemasan yang telah dibuat dengan menggunakan *EPIC rate*.

**Tabel 1.** *EPIC Rate* Efektivitas Kemasan

<b>Kriteria Penilaian</b>	<b>Skor rate</b>
Sangat Efektif	4,21 – 5,00
Efektif	3,41 – 4,20
Cukup efektif	2,61 – 3,40
Kurang Efektif	1,81 – 2,60
Sangat Kurang Efektif	1 – 1,80

**Sumber:** Duriyanto, D. (2004)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pawone Buk rin merupakan usaha yang bergerak dibidang kuliner yang menjual berbagai masakan seperti ayam geprek, olahan ikan laut, nasi kuning, nasi campur, ayam lodho, nasi gegok, dan menu lain sesuai dengan keinginan *customer*. Usaha ini beralamat di Rt06/Rw02, Dsn. Krajan, Ds. Ngadisuko, Kec. Durenan, Kab. Trenggalek. Usaha Pawon Buk Rin ini masih UMKM kecil yang hanya beroperasi dirumah saja.

Meskipun usaha ini tidak ada permasalahan dalam penjualan dikarenakan pelanggan tetap membeli makanan yang dijual, namun dalam kemasan yang digunakan masih sangat kurang, karena

- 1) Kemasan *stayrofoam* tidak baik untuk kesehatan, penggunaan stiker sebagai identitas tidak efektif dan efisien untuk digunakan,
- 2) Tidak optimalnya media sosial yang digunakan karena dalam kemasan tidak mencantumkan media sosial usaha,
- 3) Tampilan warna yang kurang menarik
- 4) Tidak akan tergapainya perluasan pasar apabila Pawone Buk Rin ingin menargetkan generasi Z.

Oleh sebab itu diperlukan desain kemasan baru yang lebih menarik dan lebih profesional sebagai penunjang kegiatan promosi di Pawone Buk Rin.

Dalam pembuatan kemasan ini, terdiri dari beberapa tahapan yakni sebagai berikut:

### **1. Tahap *Planning* (Perencanaan)**

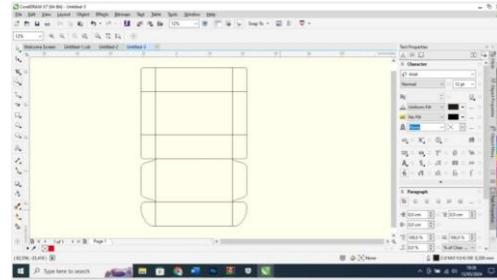
Pada tahapan ini kemasan akan dibuat dengan acuan dan sesuai dengan metode *EPIC* (*Emphaty, Persuasion, Impact, Communication*). Kemasan akan menggunakan warna yang disesuaikan dengan logo usaha, yakni berdominan warna merah dan krem, yang akan mewarna 4 bagian kemasan, yakni sisi atas, sisi belakang, sisi depan, serta sisi samping kemasan. Bahan kemasan akan menggunakan bahan dasar *papper lunch box*, dengan warna dasar berwarna coklat.

Setelah menentukan tema dasar *booklet*, pada tahap selanjutnya adalah perencanaan tata letak, dimana pada bagian atas kemasan akan diberi logo usaha, kontak *Whatsapp*, dan *Facebook*, dibagian sisi belakang akan dicantumkan juga kontak *Whatsapp* serta informasi alamat Pawone Buk Rin, dan pada bagian depan kemasan akan diberi *tagline* “*Yummy My Tummy*”.

### **2. Tahap *Action* Atau Tindakan**

Pada proses pembuatan kemasan dilakukan dengan menggunakan aplikasi desain grafis *CorelDraw X7*. Proses *editing* dimulai dengan membuat kerangka kemasan sebagai langkah pertama.

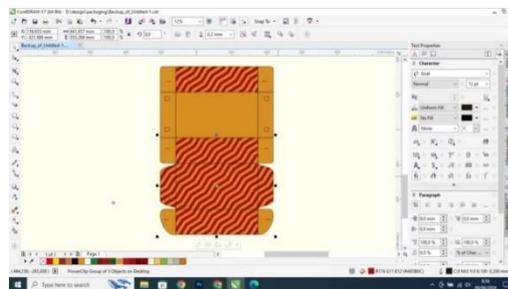
## PEMBUATAN DESAIN KEMASAN MENGGUNAKAN MEDIA *CORELDRAW* SEBAGAI ALAT PENUNJANG PROMOSI DI PAWONE BUK RIN DURENAN TRENGGLEK



**Gambar 2.** Kerangka Desain Kemasan

**Sumber:** Data diolah (2024)

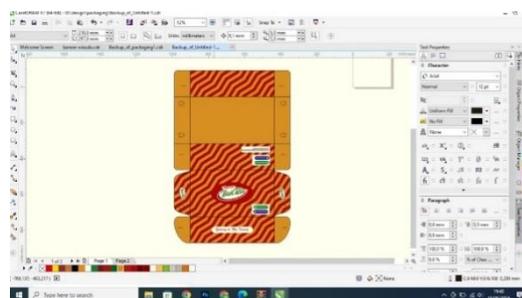
Setelah membuat rangka, kemudian memasukkan sketsa garis sebagai motif desain kemasan.



**Gambar 3.** Motif Desain Kemasan

**Sumber:** Data diolah (2024)

Selanjutnya, langkah terakhir, yakni dengan informasi dan logo sesuai dengan perencanaan.



**Gambar 4.** Hasil Desain Kemasan

**Sumber:** Data diolah (2024)

Desain yang sudah jadi akan diunduh menggunakan format file *JPG* (*Joint Photographic Experts Groups*), untuk dilakukan penilaian menggunakan metode *EPIC Model* di tahap selanjutnya.

### 3. Tahap Observasi

Di tahap ini dilakukan pengamatan setelah desain kemasan selesai, pengamatan ini dilakukan dengan membagikan kuesioner *online* berupa *google form* yang ditujukan kepada 15 responden berdasarkan 4 jenis unit analisis.

Hasil penyebaran kuesioner pada siklus 1, menunjukkan bahwa perlu adanya perbaikan dalam desain kemasan, karena terdapat kekurangan pada beberapa item yang harus diperbaiki, dikarenakan pada indikator *Empaty* yang tidak setuju (3), indikator *Persuasion* tidak setuju (3) dan sangat tidak setuju (3), indikator *Impact* tidak setuju (4) dan sangat tidak setuju (1), indikator *Communication* tidak setuju (3) dan sangat tidak setuju (2) yang dipatkan dari beberapa responden, maka dari itu akan berlanjut di siklus 2. Perbaikan ini disesuaikan dengan saran dan masukan yang diberikan responden.

Pemilik/*Owner* memberi masukan, agar kotak kosong yang terletak di sisi kemasan agar diberikan nama masakan yang dipesan; dan meminta agar tingkat warna lebih diturunkan agar tidak terlihat terlalu kuat.

Ahli pemasaran memberikan masukan, untuk mengurangi desain kemasan agar tidak terlalu rampat dan menutup pesan; sebaiknya menambah informasi *brand*, karena tidak adanya informasi *brand* menjual apa; dan desain masih kurang menarik.

Ahli desain memberikan masukan, untuk membuat desain kemasan memberikan foto-foto produk atau bisa dengan membuat kemasan bagian atas bertampilan *transparent*; memberikan keterangan isi makanan dalam kemasan; menurunkan tingkat warna karena terlihat terlalu kuat; menambahkan *quotes* persuatif, serta tidak perlu adanya *double* informasi *WhatsApp* dan *Facebook*.

Sementara Calon konsumen/konsumen memberikan masukan agar lebih ditingkatkan kembali desainnya karena kurang persuasif. Dari masukan-masukan tersebut, maka diperlukan perbaikan kemasan yang akan dilanjutkan dalam siklus ke-2.

Pada siklus 2, peneliti mengambil langkah dan memperbaiki kemasan yang sesuai dengan kriteria kemasan yang baik. Perbaikan ini dilakukan berdasarkan masukan dan saran yang diberikan oleh unit analisis. Setelah dilakukan perbaikan, proses selanjutnya yakni tahap observasi kembali. Berdasarkan hasil analisis dalam siklus 2, telah menunjukkan bahwa kemasan telah layak untuk digunakan, dengan skor rata-rata setiap dimensi, yakni *emphaty* 4,60; *persuasion* 4,70; *impact* 4,53; dan *communication* 4,66.

## PEMBUATAN DESAIN KEMASAN MENGGUNAKAN MEDIA CORELDRAW SEBAGAI ALAT PENUNJANG PROMOSI DI PAWONE BUK RIN DURENAN TRENGGLEK

Sehingga didapat perhitungan *EPIC rate* dari keseluruhan dimensi, yakni 4,63 yang berarti sangat efektif. Berikut merupakan hasil desain final dalam penelitian ini.



**Gambar 5.** Desain Bagian Atas

**Sumber:** Data diolah (2024)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa desain kemasan Pawone Buk Rin sudah memenuhi persyaratan dan layak untuk diproduksi serta digunakan sebagai media promosi tambahan. Dari penelitian ini, jika dikaitkan dengan teori Hendratman, H. menunjukkan, bahwa pembuatan kemasan dengan menggunakan aplikasi *CorelDraw* dapat memudahkan pengelolaan desain grafis, aplikasi ini dapat digunakan untuk membuat desain kemasan yang efektif sesuai dengan *EPIC Model*.

Secara praktis, desain kemasan baru Pawone Buk Rin dapat memungkinkan pemilik usaha untuk menghemat waktu dan biaya, karena tidak harus menempel *stiker* satu persatu, dan calon konsumen pun bisa memesan kembali produk Pawone Buk Rin dengan menghubungi kontak person dalam kemasan.

Teruntuk penelitian di masa mendatang, diharapkan dapat menggunakan penelitian ini sebagai referensi mengenai pembuatan desain kemasan sebagai alat promosi. Selain itu, disarankan untuk meneliti pengaruh kemasan terhadap keputusan pembelian konsumen atau tentang minat beli.

### KESIMPULAN DAN SARAN

Pawone Buk Rin merupakan usaha yang bergerak dibidang kuliner, yang menjual berbagai masakan seperti ayam geprek, oalahan ikan laut, nasi kuning, nasi campur, ayam lodho, nasi gegok, dan menu lainnya sesuai dengan keinginan *customer*. Usaha ini beralamat di Rt06/Rw02, Dsn. Krajan, Ds. Ngadisuko, Kec. Durenan, Kab. Trenggalek. UMKM ini menggunakan berbagai alat promosi dalam kegiatan promosinya, salah satunya dengan desain kemasan. Sayangnya , desain kemasan yang digunakan oleh

Pawone Buk Rin berupa *stayrofoam* putih polos dengan ditempel logo stiker yang sangat sederhana. Akibatnya pemilik usaha tidak dapat bersaing secara kompetitif dalam kemasan serta tidak efektif waktu dan biaya.

Pada penelitian ini menggunakan metode *action reserch* yang hasilnya pada siklus 1 kemasan belum dikatakan layak dan efektif, menurut unit analisis, menurut ahli desain, ahli pemasaran, pemilik, dan calon konsumen/konsumen. Sehingga harus diperbaiki Kembali agar menjadi kemasan yang efektif dan layak digunakan sebagai alat promosi Pawone Buk Rin, perbaikan ini akan dilanjutkan dalam siklus 2.

Pada siklus 2, hasil menunjukkan bahwa kemasan sudah baik, dengan skor rata-ran setiap dimensi, yakni *emphaty* 4,60; *persuation* 4,70; *impact* 4,53; dan *communication* 4,66. Sehingga didapat perhitungan *EPIC rate* dari keseluruhan dimensi, yakni 4,63 yang berarti sangat efektif.

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, maka terdapat beberapa saran yang sudah dilakukan, maka terdapat beberapa saran yang dapat diberikan kepada pawone Buk Rin yakni sebagai berikut:

1. Pemilik dapat mengikuti pelatihan pemasaran, baik untuk pemilik usaha maupun karyawan khususnya terkait dengan kemasan sebagai sarana promosi.
2. Mengembangkan media promosi dari Pawone Buk rin tidak hanya melalui desain kemasan saja.
3. UMKM dapat menggunakan file desain kemasan yang nantinya dapat *update* seiring berkembangnya waktu maupun usaha.

## **DAFTAR REFERENSI**

### **Artikel Jurnal**

Agustini, & Kurniawan, J. W. (2019). Sistem E- Learning Do'a dan Iqro' dalam Peningkatan Proses Pembelajaran pada TK Amal Ikhlas. *Jurnal Mahasiswa Aplikasi Teknologi Komputer dan Informasi*, 55.

Setiawan, I., & Syamsiyah, N. (2021). Penggunaan Aplikasi CORELDRAW X7 Sebagai Media Pembelajaran Teks Biografi Mata Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA. *PROSIDING SAMASTA Seminar Nasional Bahasa dan Sastra Indonesia*, 31.

Untung, dkk (2017) Perancangan Desain Kemasan Makanan Untuk Toko WENNY'S BAKERY AND CATERING. *Jurnal Universitas Kristen Petra Surabaya*, 01

# **PEMBUATAN DESAIN KEMASAN MENGGUNAKAN MEDIA CORELDRAW SEBAGAI ALAT PENUNJANG PROMOSI DI PAWONE BUK RIN DURENAN TRENGGLEK**

Nugrahani, R. (2011) Peran Desain Kemasan Pada Label Dan Kemasan Produk Makanan UMKM. *Jurnal Universitas Negeri Semarang*, 129.

Farida Eka, dkk. (2020) Penerapan Pembelajaran Psikologi Warna Untuk Meningkatkan Kemampuan Mahasiswa Dalam Memilih Warna Pada Desain Kemasan Produk Prodi Manajemen FEB UNISMA. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi*,41.

## **Disertasi/Tesis/Paper Kerja**

Huznuzharif., H., A (2022) Pembuatan Media Promosi Dalam Bentuk Desain Kemasan Menggunakan CorelDraw Untuk Meningkatkan Minat Beli Di Ayam Geprek Seuhah Sulfat Malang, Malang: Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang

Taqiy., N., R. (2021) Pengembangan Desain Kemasan Produk Sebagai Media Promosi Menggunakan Aplikasi CorelDraw Pada UKM batik Tulis Amprikah Tulungagung, Malang: Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang

Rakhmanto., A., S., & Wardani., I., T., (2021) Aplikasi CORElDraw Untuk Pembuatan Katalog Digital Di *Instagram* Sebagai Alat Penunjang Prmosi Di Alyu Cell Mojokerto, Malang: Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang.

## **Buku Teks**

Arikunto, S. (2013). *Prodesur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Banindro, S. B. (2021). *Pengantar Desain Kemasan*. Yogyakarta: BP ISI Yogyakarta.

Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. (2004). *Strategi Menaklukan Pasar*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Fakhrudin, A., Roellyanti, M. V., & Awan. (2022). *Bauran Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama.

Hendratman, H. (2015). *The Magic of CorelDraw*. Bandung: Informatika.

Huznuzharif, H. A. (2022). *Pembuatan Promosi Dalam Bentuk Desain Kemasan menggunakan CorelDraw Untuk Meningkatkan Minat beli Di Ayam Geprek Seuhah Sulfat Malang*. Malang: Politeknik Negeri Malang.

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Philip, K., & Keller, K. (2003). *Manajemen Pemasaran: Edisi Ketiga Belas*. Jakarta: Erlangga.
- Setyaningrum, A., Udaya, J., & Efendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press.
- Sitorus, A. T., & dkk. (2019). *Brand Marketing: The Art of Branding*. Bandung: CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Swastha, B. (1999). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Wijayanti, T. (2018). *Marketing Plan dalam Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia .

#### **Sumber dari internet dengan nama penulis**

- IRVANDI. (2017, Agustus 17). *10 Kelebihan dan Kekurangan CorelDraw Bagi Pengguna*. Dipetik Desember 18, 2023, dari DosenIT.com: <https://dosenit.com/kuliah-it/desain/kelebihan-dan-kekurangan-corel-draw>
- Teknotama, P. (2017, September). *5 Software Desain Grafis yang Paling Populer*. Dipetik Desember 18, 2023, dari Pilarteknotama: <https://www.pilarteknotama.co.id/5-software-desain-grafis-yang-paling-populer>
- Rios Rease. (2022, Juli). *How color plays a role in intergenerational marketing*. Dipetik juli 22, 2024, dari <https://webflow.com/blog/generational-marketing-colors>
- Sydney Garden. (2023, Maret). *4 Strategies For Engaging Generation Z With Your Packaging Design*