

PEMBUATAN DESAIN KEMASAN MENGGUNAKAN MEDIA CORELDRAW SEBAGAI ALAT PENUNJANG PROMOSI PADA “GETI NABIL” BANDUNG TULUNGAGUNG

Oleh:

Muhammad Zidan Bil Haq¹

Maskur²

Politeknik Negeri Malang

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

Korespondensi Penulis: mzidanbilhaq10@gmail.com, maskur@polinema.ac.id.

Abstract. *Packaging is one of the key components that plays an important role as a supporting tool for indirect promotion and helps shape consumer perceptions of a product. One of the roles of packaging is to influence consumer purchasing preferences. This study aims to design new packaging that is more attractive and modern using the graphic design software CorelDraw. The research employed an action research method, which enabled iterative improvements over two cycles. The effectiveness of the design was evaluated using the EPIC model (Empathy, Persuasion, Impact, and Communication). A total of 15 respondents participated in the study, consisting of two marketing experts, two graphic design experts, one business owner, and ten consumers or prospective consumers. The first cycle results showed that the design was not yet optimal. However, in the second cycle, the design showed a significant improvement, achieving an EPIC rate score of 4.69, which indicated an effective result. Based on the results, it can be concluded that the developed packaging design is suitable to be used as a promotional tool that supports the product's competitiveness. Moreover, the use of flexible design files enable Geti Nabil to update the packaging visuals periodically, in line with market trends and marketing strategies, thereby maintaining the product's relevance in the eyes of consumers..*

PEMBUATAN DESAIN KEMASAN MENGGUNAKAN MEDIA CORELDRAW SEBAGAI ALAT PENUNJANG PROMOSI PADA “GETI NABIL” BANDUNG TULUNGAGUNG

Keywords: *Promotional Media, Packaging Design, CorelDraw, EPIC Model.*

Abstrak. Kemasan merupakan salah satu komponen yang memiliki fungsi penting sebagai penunjang media promosi tidak langsung dan mampu membentuk persepsi konsumen terhadap produk. Salah satu peran dari kemasan yaitu sebagai media pendukung yang dapat memengaruhi preferensi pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan merancang kemasan baru yang lebih menarik dan modern dengan bantuan perangkat lunak desain grafis CorelDraw. Metode yang digunakan adalah *action research*, yang memungkinkan proses perbaikan dilakukan secara bertahap berdasarkan hasil evaluasi. Penilaian efektivitas desain dilakukan dengan menggunakan indikator EPIC (*Empathy, Persuasion, Impact, and Communication*). Sebanyak 15 responden terlibat dalam penelitian ini, terdiri atas dua ahli di bidang pemasaran, dua ahli komputer desain, satu pemilik usaha, dan sepuluh calon konsumen atau konsumen. Proses penelitian dilaksanakan dalam dua siklus, hasil pada siklus pertama menunjukkan bahwa desain masih belum mencapai efektivitas optimal. Pada desain siklus kedua menghasilkan peningkatan signifikan, dengan skor EPIC rate sebesar 4.69, yang menunjukkan hasil yang efektif. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa desain kemasan yang dikembangkan layak digunakan sebagai media promosi yang mendukung peningkatan daya saing produk. Selain itu, pemanfaatan file desain yang fleksibel memungkinkan Geti Nabil untuk melakukan pembaruan visual kemasan secara berkala, seiring dengan perkembangan tren pasar dan kebutuhan strategi pemasaran, sehingga relevansi produk tetap terjaga di mata konsumen.

Kata Kunci: Media Promosi, Desain Kemasan, CorelDraw, EPIC Model.

LATAR BELAKANG

Pengenalan sebuah produk atau layanan kepada calon konsumen tidak lepas dari sebuah promosi, bahkan jika kualitas produk dan layanan tersebut sangat baik. Peran sebuah kemasan di suatu produk makanan ringan sangat penting sebagai media pemasaran khususnya mendukung efektivitas promosi, dalam hal ini khususnya dapat membantu usaha mikro untuk menjangkau konsumen secara lebih luas. Sebuah kemasan tidak hanya sebagai pembungkus makanan, namun juga sebagai salah satu elemen untuk memperkenalkan dan menyampaikan pesan kepada para konsumen.

Menurut Banindro (2021:12) Kemasan dapat dipandang sebagai suatu bentuk penyelesaian masalah yang memiliki berbagai macam solusi, mengingat perannya yang langsung berinteraksi dengan konsumen. Hal ini mencakup desain, teknis, kreatif, komunikatif, dan pemasaran yang perlu diwujudkan dalam bentuk bahasa visual. Adapun model desain kemasan yang dirancang dengan tampilan sederhana tetapi tetap elegan dan memikat, ada pula desain yang dibuat dengan perpaduan tulisan serta gambar yang terkonsep, ada desain yang terkesan unik atau tidak biasa, dan ada juga kemasan yang memanfaatkan variasi bahan agar tampak lebih eksklusif, semua hal tersebut ditujukan untuk menghadirkan kesan ‘menjual dan menarik’. Penerapan kemasan sebagai media promosi belum diimplementasikan oleh UMKM Geti Nabil.

Produk ini merupakan salah satu olahan makanan khas Kabupaten Tulungagung. Secara umum, geti berbahan dasar wijen, kacang, dan gula merah, sedangkan Geti Nabil mengembangkan variasi dengan menggunakan ketan sebagai bahan utama yang dipadukan dengan gula merah, wijen, dan kacang.

Hasil observasi pada sejumlah distributor dan agen pemasaran makanan ringan menunjukkan bahwa menunjukkan produk Geti Nabil cukup diterima konsumen, namun analisis menemukan masalah pada desain kemasan yang hanya berfungsi sebagai pelindung tanpa daya tarik visual, sehingga kurang efektif menjangkau pasar modern. Saat ini kemasan masih berupa plastik standing pouch dengan stiker label.

Gambar 1 Kemasan Saat Ini di Geti Nabil



Sumber : Geti Nabil (2024)

PEMBUATAN DESAIN KEMASAN MENGGUNAKAN MEDIA CORELDRAW SEBAGAI ALAT PENUNJANG PROMOSI PADA “GETI NABIL” BANDUNG TULUNGAGUNG

Kemasan plastik dan tempelan stiker ini menjadikan minat konsumen tidak maksimal. Adapun produk lain yang serupa yaitu menjual produk makanan ringan atau makanan khas kebanyakan sudah beralih dari kemasan plastik ke kemasan *standing pouch* dengan bahan dan desain yang lebih menarik, dengan demikian tentu meningkatkan minat beli dari konsumen dan minat kerjasama dengan distributor atau penjual makanan ringan di toko-toko serta minimarket. Desain kemasan yang menarik dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan menyesuaikan target pasar yang diharapkan.

Hal ini membuat kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, namun juga sebagai perwakilan visual merek yang mengundang konsumen untuk menjelajahi lebih dalam dan menciptakan hubungan emosional dengan produk tersebut. Desain kemasan merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh perusahaan atau pemilik usaha untuk menyampaikan informasi terkait produk kepada konsumen secara efektif. (Apriyanti, 2018 dalam Yunita & Khabibah, 2024). Jadi, dapat dikatakan bahwa di dunia pemasaran modern saat ini yang sangat memperhatikan estetika dan presentasi produk, kemasan plastic mungkin tidak memberikan daya tarik yang cukup untuk membedakan produk dan memikat hati konsumen.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti memiliki rencana untuk membantu Geti Nabil dalam menarik konsumen untuk usahanya, dengan membuat desain kemasan baru yang sebelumnya plastik menjadi aluminium foil yang lebih menarik dan jangka panjang, menggunakan aplikasi CorelDraw.

Dengan demikian, maka penelitian ini diberi judul “Pembuatan Desain Kemasan Menggunakan Media CorelDraw Sebagai Alat Penunjang Promosi Pada “Geti Nabil” Bandung Tulungagung”, dengan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Membuat Desain Kemasan Dengan Menggunakan CorelDraw Pada Geti Nabil Bandung Tulungagung?
2. Bagaimana Mengukur Efektivitas Desain Kemasan Pada Geti Nabil Bandung Tulungagung?

Pada penelitian ini dibatasi antara bulan Februari sampai Juni 2025, dan pembuatan desain kemasan mengarah pada perencanaan desain kemasan berupa desain yang mempunyai kesan baru dari Geti Nabil Bandung Tulungagung. Adapun tujuan masalah dari penelitian ini, sebagai berikut :

1. Membuat Desain Kemasan Menggunakan CorelDraw Pada Geti Nabil Bandung Tulungagung
2. Mengetahui Efektivitas Desain Kemasan Pada Geti Nabil Bandung Tulungagung Menggunakan EPIC Model.

KAJIAN TEORITIS

Kajian teori memiliki peranan sentral dalam menjelaskan suatu makna kata atau kalimat secara teoritis menurut para ahli. Kajian teori yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya sebagai berikut :

Pemasaran

Menurut Kotler & Keller (2018), Pemasaran merupakan kegiatan inti dalam sebuah bisnis yang mencakup produksi, komunikasi, serta penyampaian hasil kepada konsumen, sekaligus membangun hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dan pihak-pihak terkait.

Pemasaran adalah suatu rangkaian sistem operasional bisnis yang menitikberatkan pada perumusan strategi, penentuan harga, promosi, serta penyaluran barang maupun jasa, yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen maupun calon pembeli potensial. (Stanton dalam Reken et al., 2024).

Jadi dapat disimpulkan secara singkat bahwa pemasaran adalah sebuah kegiatan yang dilakukan secara individu maupun kelompok dengan tujuan untuk memperkenalkan sebuah produk berupa barang atau jasa yang dijual kepada konsumen sesuai target pasar yang telah direncanakan.

Desain Kemasan

Klimchuk dalam Taqiy & Sudjanarti (2023) menyatakan bahwa Desain kemasan merupakan media yang berfungsi untuk melindungi, menyimpan, mengirim, serta membedakan produk di pasar, sekaligus sebagai pembungkus.

Dengan demikian, dapat ditarik garis besar bahwa desain kemasan adalah media yang digunakan untuk menarik konsumen terhadap suatu produk yang dihasilkan, dan pembuatan desain kemasan berpengaruh dalam penyimpanan produk pada saat setelah diproduksi sampai dengan diterima oleh konsumen akhir.

PEMBUATAN DESAIN KEMASAN MENGGUNAKAN MEDIA CORELDRAW SEBAGAI ALAT PENUNJANG PROMOSI PADA “GETI NABIL” BANDUNG TULUNGAGUNG

Menurut Soecahyadi (2015) beberapa standar desain kemasan yang baik dalam menentukan strategi kreatif, sebagai berikut :

1. Warna
2. Bentuk Kemasan
3. Merk dan Logo
4. Ilustrasi dan Dekorasi
5. Tipografi
6. Tata Letak

Kusumawati et al., (2022) Menyatakan bahwa desain dari kemasan adalah media penyampaian informasi secara kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan.

Menurut Mashadi & Munawar (2021) Kemasan merupakan elemen yang sangat berperan penting dalam membungkus produk, dengan tujuan untuk melindungi produk tersebut dari dampak cuaca, guncangan, serta benturan dengan benda lain. Kemasan juga dapat diartikan sebagai wadah yang membungkus suatu objek untuk menjaga dan melindungi isi di dalamnya.

Dari kedua pendapat tersebut menyatakan bahwa desain merupakan rangkaian proses dalam menciptakan sesuatu yang kreatif dengan beberapa kriteria yang diharapkan dengan adanya desain khususnya kemasan dapat membantu memberikan informasi dan daya tarik kepada konsumen secara luas. Sedangkan, kemasan merupakan suatu aspek yang mempengaruhi interaksi produk dengan konsumen.

Macam-Macam Software Desain

Software yang digunakan untuk desain grafis berupa perangkat lunak, dan berikut beberapa opsi software desain grafis visual yang gratis, mudah digunakan dan gratis untuk digunakan :

1. CorelDraw
2. Adobe In Design
3. Adobe Photoshop
4. Adobe Illustrator, dan lain-lain.

Pada penelitian ini, menggunakan aplikasi CorelDraw, dikarenakan lebih user friendly untuk pengguna awam.

CorelDraw

Aplikasi CorelDraw merupakan aplikasi yang digunakan untuk melakukan edit terhadap grafik vektor yang akan dibuat. CorelDraw merupakan sebuah perusahaan perangkat lunak yang bermarkas di Ottawa, Kanda. CorelDRAW memiliki manfaat atau fungsi untuk mengolah gambar dari dasar, oleh karena itu aplikasi desain tersebut sering digunakan pada kerjaan dalam bidang publikasi, desain atau percetakan di bidang lain yang sejenis (Agustini, 2019). Hendratman (2015) menyatakan bahwa CorelDRAW merupakan perangkat lunak desain grafis yang multifungsi, yang sering digunakan untuk keperluan ilustrasi dan publikasi.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa CorelDraw adalah salah satu aplikasi atau perangkat lunak yang secara umum dapat digunakan untuk membantu dalam membuat sebuah desain grafis dan vektor, seperti logo, poster, dan desain lainnya.

Promosi

Promosi atau promotion merupakan suatu bagian atau rangkaian kegiatan yang harus dikerjakan oleh para pelaku usaha untuk memberikan rangsangan berupa nilai komersil dan mempublikasikan produknya supaya dapat diterima oleh masyarakat sebagai calon konsumen (Kurniawan dalam Riskila & Pribadi, 2021). Promosi adalah cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk menyampaikan informasi dan memasarkan produk kepada konsumen melalui berbagai media secara masif, untuk membangun hubungan antara produk dengan para pedagang dan konsumen dengan tujuan agar konsumen dapat tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan (Abubakar, 2022).

Jadi berdasarkan uraian diatas promosi dapat dianggap sebagai bentuk komunikasi pemasaran, dikarenakan komunikasi pemasaran merupakan aktivitas yang dapat dilakukan untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi pasar, serta meningkatkan konsumen atas perusahaan dan produknya.

PEMBUATAN DESAIN KEMASAN MENGGUNAKAN MEDIA CORELDRAW SEBAGAI ALAT PENUNJANG PROMOSI PADA “GETI NABIL” BANDUNG TULUNGAGUNG

EPIC Model

EPIC Model adalah salah satu alat ukur efektivitas iklan dengan pendekatan komunikasi yang dikembangkan oleh AC Nielsen salah satu perusahaan peneliti pemasaran terkemuka didunia yang mencakup empat dimensi kritis, yaitu : Empati, Persuasi, Dampak, dan Komunikasi (*Emphaty, Persuasion, Impact, and Communication*–EPIC) (Chandra et al., 2022)

Penelitian Sebelumnya

1. Rakhmanto & Wardani (2021) dengan judul “Aplikasi CorelDraw Untuk Pembuatan Katalog Produk Digital Di Instagram Sebagai Alat Penunjang Promosi Di Alyu Cell Mojokerto” Hasil penelitian menunjukkan bahwa katalog produk digital tersebut layak untuk digunakan sebagai media promosi pada Alyu Cell Mojokerto.
2. Huznuzharif & Khabibah (2022) “Pembuatan Media Promosi Dalam Bentuk Desain Kemasan Dengan Menggunakan CorelDraw Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di Ayam Geprek Seuhah Malang” dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa desain kemasan Ayam Geprek Seuhah Malang efektif sebagai media informasi yang efisien dari segi waktu dan biaya
3. Wulandari & Rochman (2023) “Pengembangan Promosi Desain Kemasan Menggunakan Aplikasi CorelDraw X7 Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di Que-Qu Malang” dengan penelitian menunjukkan bahwa desain kemasan produk cemilan UMKM Que-qu Malang efektif dalam meningkatkan minat beli konsumen.
4. Taqiy & Sudjanarti (2023) “Pengembangan Desain Kemasan Produk Sebagai Media Promosi Memanfaatkan Program CorelDraw Pada Ukm Batik Tulis Amprikah Tulungagung” dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa kemasan layak digunakan sebagai media promosi UKM Batik Tulis Amprikah Tulungagung..

METODE PENELITIAN

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah pembuatan desain kemasan sebagai salah satu media pendukung promosi untuk efektivitas biaya dan waktu pemilik usaha Geti Nabil. Dalam pembuatan desain kemasan ini sendiri menggunakan software atau aplikasi CorelDraw. Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode (*Action Research*). Menurut Sugiyono (2016) menyatakan bahwa metode *action*

research merupakan penelitian yang tidak membahas topik atau hal yang menarik secara umum dan bukan termasuk penelitian kepustakaan.

Model dari penelitian ini mempunyai empat proses diantaranya *plan*, *action*, *observe*, serta *reflect*. Hubungan antara keempat komponen tersebut menunjukkan sebuah siklus atau berulang. “Siklus” inilah yang sebetulnya menjadi salah satu ciri utama dari penelitian tindakan, yaitu bahwa penelitian tindakan harus dilaksanakan dalam bentuk siklus, bukan hanya satu kali intervensi saja.

Unit analisis ini digunakan untuk mengukur keakuratan dan mendapatkan informasi mengenai tanggapan dari para responden. Menurut Sahir (2021) Dalam penelitian eksperimen, jumlah sampel yang digunakan umumnya berkisar antara 10 hingga 20 sampel, dengan tujuan untuk memastikan hasil yang valid dan dapat dianalisis secara statistik, tanpa mengorbankan efisiensi pelaksanaan eksperimen.

Jumlah responden yang akan mengisi kuisioner tentang desain kemasan yang sudah jadi ini adalah sebanyak 15 orang. Dan berikut adalah respon yang terbagi menjadi 4 macam, yaitu :

- a. Pemilik usaha atau owner, untuk mengetahui hasil desain dengan keinginan pemilik.
- b. Dua Ahli desain, untuk mengetahui kualitas desain kemasan yang telah dibuat.
Jumlah ahli desain dalam penelitian ini sebanyak 2 responden atau orang.
- c. Dua Ahli pemasaran, untuk mengetahui unsur kualitas desain yang digunakan untuk kemasan. Jumlah ahli pemasaran dalam penelitian ini sebanyak 2 responden atau orang.
- d. Calon konsumen maupun konsumen, dengan tujuan untuk mengetahui seberapa efektif desain kemasan sebagai media informasi terhadap minat beli konsumen.

Jumlah calon konsumen maupun konsumen sebanyak sepuluh responden atau orang.

Jenis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data skunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan melalui empat tahapan yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuisioner. Pengumpulan data awal dilakukan dengan observasi lapangan, kemudian melakukan wawancara secara langsung. Selanjutnya melakukan dokumentasi terkait variable penelitian yang diperlukan dan kemudian melakukan kuisioner. Kuisioner diberikan secara online berupa google forms dengan beberapa pernyataan tertulis yang nantinya akan diajukan dan diberikan kepada total 15 responden yang terdiri dari 1 pemilik usaha, 2 ahli desain, 2 ahli pemasaran dan 10

PEMBUATAN DESAIN KEMASAN MENGGUNAKAN MEDIA CORELDRAW SEBAGAI ALAT PENUNJANG PROMOSI PADA “GETI NABIL” BANDUNG TULUNGAGUNG

konsumen dengan catatan para responden telah atau sudah melihat desain kemasan secara virtual.

Dalam penelitian ini menggunakan skala pengukuran untuk mengukur tingkat keefektifan desain kemasan produk yang telah dibuat. Penelitian menggunakan metode skala likert untuk mengukur seluruh jawaban atas pernyataan yang diberikan kepada responden. Menurut Sugiyono (2016 :93) menyatakan skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terkait peristiwa atau gejala social, skala likert yang digunakan yaitu berupa angka dari 1-5.

Setelah mendapatkan hasil dari skala likert data dilakukan analisis tabulasi sederhana dan skor rata-rata, untuk mengetahui efektif atau tidak desain kemasan, maka data tersebut dihitung kembali untuk mengetahui efektivitas kemasan menggunakan *EPIC Rate*.

$$Epic\ rate = \frac{X_{empati} + X_{persuasi} + X_{dampak} + X_{komunikasi}}{4}$$

Selanjutnya posisi dari hasil perhitungan dapat diketahui dimana posisi desain kemasan dengan menggunakan skala EPIC Rate, sebagai berikut:

Tabel 1 Skala *EPIC Rate*

Kriteria Penilaian	Skor Rate
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 : Durianto et.al., (2004)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Nabil Geti & Sagon merupakan usaha di bidang makanan ringan dengan produk utama Geti, serta Sagon, Rangen, dan Sambal Kacang. Pengembangan geti ketan menjadi peluang inovatif dalam diversifikasi produk lokal dan pemanfaatan pangan berkelanjutan. Respon positif masyarakat mendorong pemilik untuk menjangkau pasar lebih luas, termasuk pasar modern, sehingga diperlukan kemasan yang lebih menarik, menggantikan kemasan sebelumnya yang hanya berupa plastik dengan stiker label.

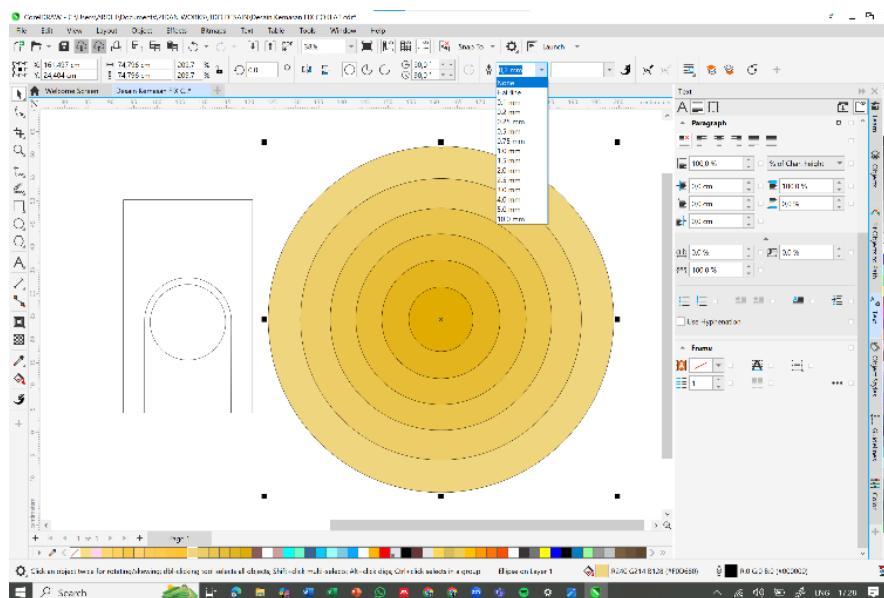
Namun demikian, terdapat beberapa permasalahan strategis yang perlu mendapatkan perhatian, khususnya dalam hal kemasan dan upaya penguatan identitas

merek (*branding*), yang dapat mempengaruhi daya saing di pasar yang lebih luas. Permasalahan-permasalahan tersebut antara lain:

1. Kemasan Geti Nabil masih berbahan plastik sederhana yang kurang memenuhi aspek keamanan dan estetika, serta menimbulkan kekhawatiran kesehatan dan kemasan tidak mencerminkan citra produk yang menarik.
2. Desain kemasan belum mendukung ekspansi ke pasar modern seperti supermarket, toko oleh-oleh modern, maupun platform e-commerce.
3. Saat ini Geti Nabil merencanakan strategi perluasan pasar melalui penguatan identitas merek dan pengembangan desain kemasan yang lebih representatif.

Berdasarkan permasalahan di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat kebutuhan strategis untuk melakukan pengembangan desain kemasan dan memperkuat identitas merek (*branding*) pada produk Geti Nabil. Proses perancangan dilakukan dengan perangkat lunak CorelDraw, dimulai dari perencanaan desain kemasan dan penentuan warna sesuai harapan pemilik. Desain dibuat dalam bentuk standing pouch dua sisi, dengan penyusunan kerangka awal, penentuan motif latar, serta pemberian warna pada elemen lingkaran menggunakan palet yang telah ditentukan.

Gambar 2. Memberikan warna untuk *background*

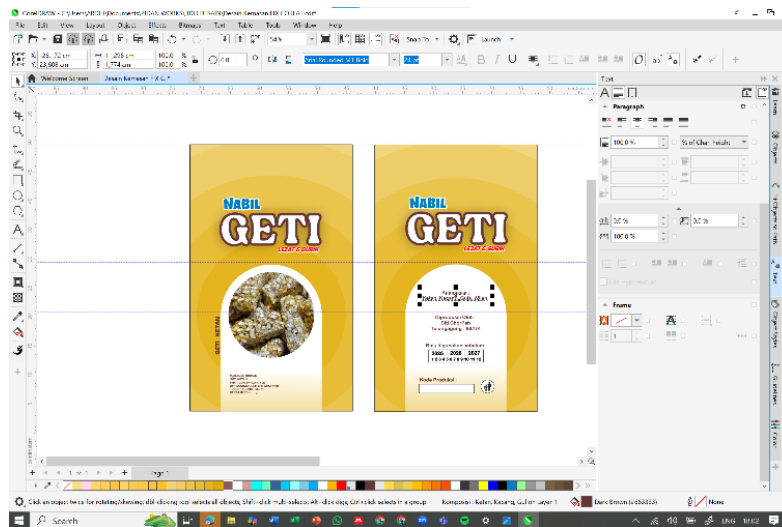


Sumber : Data Diolah dari Aplikasi CorelDraw (2025)

Menambahkan tulisan pada desain bagian belakang kemasan, tulisan identitas produk, dan informasi tambahan lainnya.

PEMBUATAN DESAIN KEMASAN MENGGUNAKAN MEDIA CORELDRAW SEBAGAI ALAT PENUNJANG PROMOSI PADA “GETI NABIL” BANDUNG TULUNGAGUNG

Gambar 3. Menambahkan informasi di depan dan belakang



Sumber : Data Diolah dari Aplikasi CorelDraw (2025)

Pada tahap ini dilakukan kegiatan observasi setelah desain kemasan diselesaikan. Observasi dilakukan melalui penyebaran kuesioner daring menggunakan platform Google Form kepada 15 responden, yang terdiri atas: 1 orang pemilik usaha, 2 orang ahli di bidang pemasaran, 2 orang ahli desain, dan 10 orang konsumen produk Geti Nabil.

Hasil penyebaran kuesioner EPIC kepada para responden ditampilkan pada tabel di atas. Berdasarkan data yang diperoleh, masih terdapat sejumlah responden yang memberikan tanggapan Tidak Setuju (S), serta masih banyak responden yang memberikan jawaban Netral (N) terhadap beberapa dimensi dalam model EPIC yang diujikan.

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 1 orang pemilik usaha, 2 ahli di bidang pemasaran, 2 ahli di bidang komputer, dan 10 calon konsumen, diperoleh temuan bahwa masih terdapat beberapa kekurangan pada beberapa item yang dinilai. Kekurangan tersebut perlu diperbaiki sesuai dengan saran dan penilaian yang diberikan oleh para responden melalui kuesioner EPIC. Adapun beberapa saran dan masukan yang disampaikan oleh responden antara lain sebagai berikut:

1. Pemilik Usaha : Warna terlalu pucat dan kurang menarik, Latarnya atau background terlalu polos
2. Ahli Desain : Pemilihan warna harap disesuaikan dengan tren kemasan saat ini, Ditambahkan elemen pendukung gradasi, atau elemen pada background, Perhatikan estetika tulisan, cari font yang lebih menarik dan mendukung,

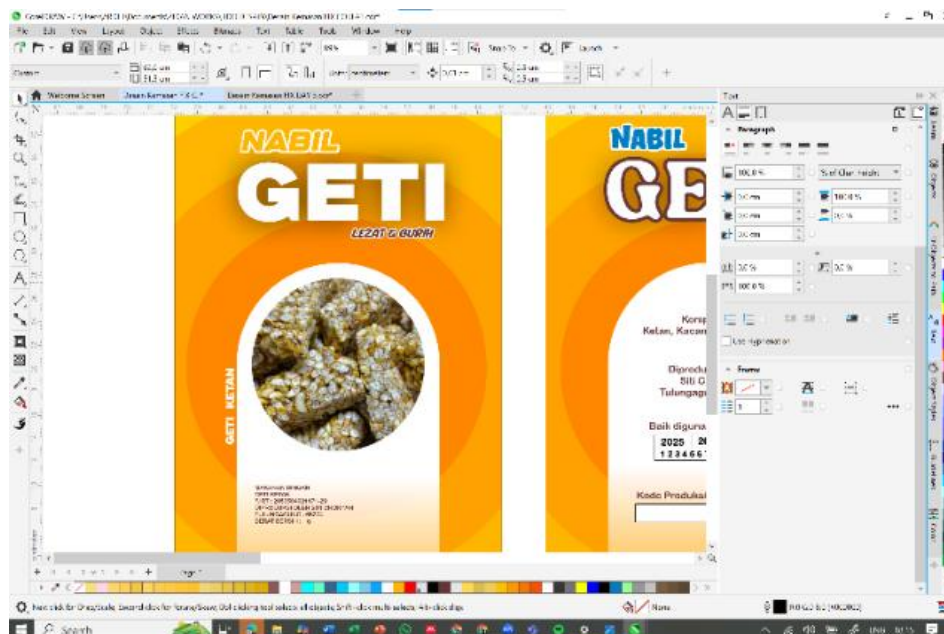
3. Ahli Pemasaran :Penggunaan huruf masih belum sesuai dan kurang menarik, Pilih warna yang lebih mencolok untuk menarik perhatian. Keterangan produk mulai nama produk sampai informasi pendukung harus balance dan dapat dibaca dengan jelas
4. Calon Konsumen : Desain masih kurang menarik, pemilihan warna masih pucat dan tidak memberikan kesan menarik, Penggunaan jenis huruf (font) tidak menarik dan tidak ada unsur.

Berdasarkan hasil evaluasi pada siklus I, ditemukan bahwa pada indikator *Emphaty, Persuassion, Impact, Communication* terdapat beberapa responden yang masih mengisi tidak setuju dan netral. Oleh karena itu, penelitian dilanjutkan ke siklus II guna menindaklanjuti saran dan masukan dari responden untuk memperbaiki desain kemasan agar menjadi lebih baik dibandingkan dengan versi sebelumnya. Berdasarkan saran dan masukan dari beberapa responden melalui kuesioner pada siklus I, dilakukan perencanaan perbaikan terhadap desain kemasan guna meningkatkan kualitasnya.

Pada siklus II, perbaikan yang diterapkan meliputi perubahan warna serta penggantian jenis huruf (font) yang digunakan dalam desain kemasan. Namun, tetap disesuaikan dengan kebutuhakn dan keinginan pemilik usaha.

Mengubah warna pada informasi yang ada pada desain kemasan standing pouch

Gambar 4. Mengubah font pada informasi produk



Sumber : Data Diolah dari Aplikasi CorelDraw (2025)

PEMBUATAN DESAIN KEMASAN MENGGUNAKAN MEDIA CORELDRAW SEBAGAI ALAT PENUNJANG PROMOSI PADA “GETI NABIL” BANDUNG TULUNGAGUNG

Gambar 5 Mengubah font pada informasi produk



Sumber : Data Diolah dari Aplikasi CorelDraw (2025)

Proses perancangan desain kemasan dilakukan menggunakan perangkat lunak grafis CorelDraw 2024, yang memungkinkan pembuatan visual kemasan secara digital dengan tingkat presisi yang tinggi. Bahan dasar yang digunakan untuk kemasan adalah aluminium foil, yang dipilih karena memiliki sifat tahan terhadap minyak dan air, serta aman bagi makanan. Selain itu, bahan ini juga mampu memperpanjang masa simpan produk karena melindungi dari paparan udara dan cahaya.

Berikut adalah rincian perhitungan EPIC rate:

$$EPIC\ rate = \frac{X_{empati} + X_{persuasi} + X_{dampak} + X_{komunikasi}}{4}$$

$$EPIC\ rate = \frac{4,77 + 4,67 + 4,57 + 4,77}{4}$$

$$EPIC\ Rate = 4,69$$

Dari perhitungan EPIC rate keseluruhan dimensi yang mendapat skor 4,69 yang berarti sangat efektif, dengan demikian desain kemasan dinyatakan efektif dan layak untuk diproduksi menjadi media promosi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa desain kemasan Geti Nabil telah memenuhi kriteria kelayakan untuk diproduksi dan dapat berfungsi secara efektif sebagai media penunjang promosi.

Desain Kemasan yang baru diharapkan dapat membantu pemilik usaha untuk ikut dalam upaya pengurangan dalam penggunaan kemasan dari bahan plastik. Selain itu, kemasan ini dirancang untuk meningkatkan kemudahan bagi konsumen dalam mengenali produk dan menjadikan produk sebagai salah satu makanan ringan yang praktis untuk dikonsumsi dimana saja. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa desain kemasan Geti

Nabil telah memenuhi kriteria kelayakan untuk diproduksi dan dapat berfungsi secara efektif sebagai media penunjang promosi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Desain kemasan yang baru diharapkan dapat menggantikan kemasan saat ini yang digunakan oleh Geti Nabil, karena kemasan saat ini masih berupa plastik tanpa warna yang diberi label berupa stiker yang ditempel dan direkatkan menggunakan perekat manual yang sederhana. Hal ini membuat pemilik usaha mengalami kesulitan saat memperluas pasar dan mengembangkan jangkauan pasar ke pasar modern.

Dengan media aplikasi yang digunakan untuk mendesain kemasan sebagai alat penunjang promosi pada Geti Nabil mampu menghasilkan desain sesuai teori EPIC dan memperoleh hasil secara keseluruhan 4,69 yang masuk kedalam kategori sangat efektif. Dari hasil tersebut desain kemasan yang telah dibuat dan diukur menggunakan EPIC sudah dapat diproduksi dan digunakan untuk kemasan baru sebagai alat penunjang promosi pada Geti Nabil.

Dari penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan kepada Geti Nabil adalah sebagai berikut :

1. Dapat mengembangkan usaha dengan menjangkau pasar secara lebih luas dengan menggunakan kemasan baru sebagai media penunjang promosi dan mengembangkan promosi melalui berbagai macam media seperti media social maupun E-commerce
2. Pemilik usaha dapat menggunakan file desain kemasan yang dapat di update untuk mengembangkan desain kemasan pada produk yang lain dan mengubah untuk menyesuaikan perkembangan pasar.
3. Pemilik usaha dapat memperhatikan pemilihan tempat percetakan kemasan ataupun dapat mengatur berat supaya harga produk tidak mengalami kenaikan yang signifikan yang berpengaruh kepada minat beli konsumen..

DAFTAR REFERENSI

- Abubakar, R. (2022). *Manajemen Pemasaran*. CV. Alfabeta.
- Agustini. (2019). Sistem E-Learning Do'a dan Iqro' dalam Peningkatan Proses Pembelajaran pada TK Amal Ikhlas. *Jurnal Mahasiswa Aplikasi Teknologi Komputer Dan Informasi*, 1(3), 154–159.

PEMBUATAN DESAIN KEMASAN MENGGUNAKAN MEDIA CORELDRAW SEBAGAI ALAT PENUNJANG PROMOSI PADA “GETI NABIL” BANDUNG TULUNGAGUNG

- Arifin, S. (2023, December 12). *Mengenal CorelDRAW: Pengertian, Fungsi, Kelebihan dan Kekurangan*. <https://www.gamelab.id/news/2118-mengenal-coreldraw-pengertian-fungsi-kelebihan-dan-kekurangan>
- Banindro, B. S. (2021). *Pengantar Desain Kemasan* (H. Widowati, Ed.). BP ISI Yogyakarta.
- Chandra, W., Anggraini, D., & Hutabarat, F. A. M. (2022). EPIC MODEL: Pengukuran Efektifitas Komukasi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Medan pada masa New Normal. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(2), 716–724. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i2.2506>
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. (2004). *Strategi Menaklukan Pasar: Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Durianto, D., Widjaja, A. W., Supratikno, H., & Sugiarto. (2003). *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif: Strategi, Program dan Teknik Pengukuran*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hendratman, H. (2015). *The magic of Coreldraw*. Informatika.
- Huznuzharif, A. H., & Khabibah, U. (2022). Pembuatan Media Promosi Dalam Bentuk Desain Kemasan Dengan Menggunakan Corel Draw Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di Ayam Geprek Seuhah Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran* (12th ed., Vol. 1). PT Indeks.
- Kusumawati, D. N. I., Kusumah, W. I., & T. Wibisono, R. W. (2022). Analisis Desain Kemasan Produk Umkm Makanan Tradisional Lemper Berbahan Alami Memiliki Daya Tarik Dan Ketahanan Mutu Produk. *Jurnal Nawala Visual*, 4.
- Mashadi, & Munawar, A. (2021). Pendampingan Pengembangan Kemasan Produk Bagi UMKM Kota Bogor. *Institut Bisnis Dan Informatika Kesatuan Bogor*.
- Rachmad, Y. E., Sudiarti, S., Turi, L. O., Fajariana, D. E., Kisworo, Y., Suryawan, R. F., Tanadi, H., Kusnadi, Susilawati, E., Yusran, R. R., Juminawati, S., Sukrisno, A., & Kutoyo, M. S. (2022). *Manajemen Pemasaran Penerbit*. Cv.Eureka Media Aksara.
- Reken, F., Erdawati, M., Sri Rahayu, Ms., Roky Apriansyah, M., Hendri Herman, M., DrVirna Sulfitri, C., Hermanto, C., Fatmawati, M., Lia Suprihartini, M., Adi Masliardi, M., & Ni Kadek Dessy Hariyanti, M. (2024). *PENGANTAR ILMU MANAJEMEN PEMASARAN*. CV. Gita Lentera. www.gitalentera.com

- Riskila, D., & Pribadi, J. D. (2021). Pembuatan Media Promosi Katalog Dengan Menggunakan Aplikasi Coreldraw Untuk Menarik Minat Beli Pada Umkm Riski Lumintu Bojonegoro. *Jurnal Aplikasi Bisnis*.
- Saepudin, E., Sugito, T., & Komariah, K. (2024). Video Company Profile sebagai Media Diseminasi Informasi Potensi Desa Jemah. *Journal Of Social Science Research*, 4, 5412–5431.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. www.penerbitbukumurah.com
- Said, A. A. (2016). *DESAIN KEMASAN*. Badan Penerbit Universitas Negeri Makassar.
- Sarasi, V., Helmi, A., & Burhanudin, A. F. (2023). Analisis Pengaruh Labelisasi Halal, Harga dan Desain Kemasan Terhadap Pembelian Mie Instan Impor. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i1.7885>
- Setiawan, I., & Syamsiyah, N. (2021). Prosiding Samasta Seminar Nasional Bahasa Dan Sastra Indonesia Penggunaan Aplikasi Coreldraw X7 Sebagai Media Pembelajaran Teks Biografi Mata Pelajaran Bahasa Indonesia Di Sma. *UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Soecahyadi. (2015). *DESAIN KEMASAN*. Universitas Sahid Jakarta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R dan D* (Cetakan 23). CV. Alfabeta.
- Taqiy, R. N., & Sudjanarti, D. (2023). Pengembangan Desain Kemasan Produk Sebagai Media Promosi Memanfaatkan Program Coreldraw Pada Ukm Batik Tulis Amprikah Tulungagung. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9.
- Vinsensia, D., Utami, Y., Jannah, N., & Wulandari, D. I. (2023). Penerapan Inovasi Desain Kemasan Sebagai Branding Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN), STMIK Pelita Nusantara*, 4.
- Wang, H., Ab Gani, M. A. A., & Liu, C. (2023). Impact of Snack Food Packaging Design Characteristics on Consumer Purchase Decisions. *SAGE Open*, 13(2).
- Winoto, Y., & Nuarini, G. F. (2021). Media Informasi Wisata Kampung Adat Kuta Sebagai Salah Satu Aspek Dalam Perencanaan Pariwisata. *Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Busines Event*, 3(2).

**PEMBUATAN DESAIN KEMASAN MENGGUNAKAN MEDIA
CORELDRAW SEBAGAI ALAT PENUNJANG PROMOSI PADA
“GETI NABIL” BANDUNG TULUNGAGUNG**

Yunita, P. R., & Khabibah, U. (2024). Pengembangan Desain Kemasan Menggunakan Aplikasi Coreldraw Sebagai Media Promosi Di Umkm Rempah Nusantara Singosari Malang. *Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 18.