

Analisis Pembuatan Desain Warna pada Kemasan Masker, Shoecover dan Mobcap di PT. Medika Maesindo Global Temanggung Menurut Standar Surat Edaran Alat Kesehatan dalam Negeri untuk Meningkatkan Minat Customer

Muhammad Roqy Murohman^{1*}, Ari Siswati²

Program Studi S1 Bisnis Digital, Universitas Ngudi Waluyo Ungaran, Indonesia

Alamat: Jl. Diponegoro No.186, Ngablak, Gedanganak, Kec. Ungaran Tim., Kabupaten Semarang, Jawa Tengah 50512

Abstract: *The development of packaging design in Indonesia continues to increase quite significantly, especially in products that are used daily such as packaging and other products in circulation. Nowadays, packaging also functions as a very effective and efficient promotional medium because the information on the packaging will be conveyed directly to consumers when a product is seen or purchased by a consumer. In product packaging design, color changes often occur, where the color changes do not comply with the standards of the AKD (Domestic Medical Devices) circular, which sometimes means designers or related parties may misunderstand or interpret the instructions contained in the Domestic Medical Devices circular. . This can result in color changes that are not as expected. The formulation of the research problem is how to use color in the packaging design for Mask, ShosCover, MobCap products according to the standards of the Domestic Medical Devices circular at PT. Medika Maesindo Global?. The aim of this research is to determine and assess color suitability which involves evaluating whether the colors used in the packaging design comply with the standards of the Domestic Medical Devices circular at PT. Medika Maesindo Global.*

Keywords: *Color design packaging, Circular Letter Domestic Health Equipment, Face mask*

Abstrak: Perkembangan desain kemasan di Indonesia terus mengalami peningkatan yang cukup signifikan, terlebih di produk-produk yang digunakan sehari-hari seperti kemasan dan juga produk-produk yang beredar lainnya. Dimasa ini kemasan juga berfungsi sebagai media promosi yang sangat efektif dan efisien karena informasi pada kemasan akan tersampaikan langsung pada konsumen saat suatu produk dilihat maupun dibeli oleh seorang konsumen. Didalam desain kemasan produk sering juga terjadi perubahan warna, yang dimana perubahan warna tersebut tidak sesuai dengan standar surat edaran AKD (*Alat Kesehatan Dalam Negeri*), yang terkadang desainer atau pihak terkait mungkin salah memahami atau menginterpretasikan petunjuk yang terdapat dalam surat edaran Alat Kesehatan Dalam Negeri. Hal ini dapat mengakibatkan perubahan warna yang tidak sesuai dengan yang diharapkan. Rumusan masalah penelitian adalah bagaimana penggunaan warna dalam desain kemasan produk Masker, *ShosCover*, *MobCap* dengan standar surat edaran Alat Kesehatan Dalam Negeri pada PT. Medika Maesindo Global?. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menilai kesesuaian warna yang melibatkan evaluasi apakah warna-warna yang digunakan dalam desain kemasan sesuai dengan standar surat edaran Alat Kesehatan Dalam Negeri pada PT. Medika Maesindo Global.

Kata kunci: Color design packaging, Circular Letter Domestic Health Equipment, Masker

1. PENDAHULUAN

Perkembangan desain kemasan di Indonesia terus mengalami peningkatan yang cukup signifikan, terlebih di produk-produk yang digunakan sehari-hari seperti kemasan dan juga produk-produk yang beredar lainnya. Seiring berkembangnya zaman dan teknologi, perlahan kegiatan desain mulai di lirik menjadi salah satu hal yang paling berpengaruh dalam hal pemasaran produk (Rohman & Brilian, 2023). Kemasan mejadi sumber identitas dari produk yang di jual, kemasan sendiri merupakan suatu wadah untuk membungkus yang memiliki fungsi menjaga ataupun melindungi produk dan mampu meminimalisir terjadinya kerusakan

pada produk yang dikemas (Fiddin, 2021). Desain telah muncul di berbagai perusahaan besar dengan cara mengembangkan produk yang dipasarkan sesuai dengan berkembangnya zaman serta teknologi (Rachmawati, 2021), (Isnawati, Pratiwi, et al., 2023). Desain pada perusahaan banyak diaplikasikan untuk mengiklankan produk dan jasa oleh perusahaan. Salah satu penerapan desain yang banyak digunakan perusahaan adalah pada kemasan produk (Rumawas, 2021).

Desain kemasan dengan inovasi baru muncul pada produk kesehatan masker, ShoeCover dan dengan merek SOLIDA yang telah diproduksi oleh PT. Medika Maesindo Global. Pada desain kemasan masker, ShoeCover dan mobcap memberikan pengalaman baru yang menarik dengan sentuhan moderen dan fungsionalitas yang di sempurnakan. Desain kemasan untuk produk-produk ini mencerminkan komitmen PT. Medika Maesindo Global dalam menyediakan solusi kesehatan berkualitas tinggi yang tidak hanya efektif dalam melindungi pengguna, tetapi juga memberikan nilai tambahan dalam hal estetika dan kemudahan penggunaan (Nisrina et al., 2024), (Isnawati, Ramadhani, et al., 2023).

Didalam desain kemasan produk sering juga terjadi perubahan warna, yang dimana perubahan warna tersebut tidak sesuai dengan standar surat edaran AKD (Alat Kesehatan Dalam Negeri), yang terkadang desainer atau pihak terkait mungkin salah memahami atau menginterpretasikan petunjuk yang terdapat dalam surat edaran AKD (Umar et al., 2022). Hal ini dapat mengakibatkan perubahan warna yang tidak sesuai dengan yang diharapkan (Dictionary, 2022). Desain warna yang kurang sesuai dengan preferensi pasar atau target customer dapat mengurangi daya tarik produk, karena warna pada kemasan harus mencerminkan citra merek perusahaan secara konsisten (Panja & Manongga, 2023). Jika desain warna tidak konsisten dengan identitas visual merek atau tidak mencerminkan nilai-nilai merek yang diinginkan (seperti kebersihan, profesionalisme, atau keamanan), hal ini bisa membingungkan atau mengecewakan customer (Aziz, 2022).

Berdasarkan latar belakang peneliti tertarik untuk menganalisis perubahan desain warna pada kemasan Masker, ShoeCover, dan Mobcap yang tidak sesuai dengan standar surat edaran AKD karena perubahan desain warna pada kemasan dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas, keamanan, atau keandalan produk (Fauzi, 2021). Didalam Surat edaran Alat Kesehatan Dalam Negeri biasanya mengatur standar keselamatan dan kualitas produk kesehatan seperti masker, ShoeCover, dan mobcap (Kustiyono & Manongga, 2023). Jika perubahan desain warna tidak sesuai dengan standar tersebut, penelitian ini dapat membantu mengidentifikasi potensi pelanggaran standar keselamatan dan memberikan rekomendasi untuk perbaikan (Aziz, 2021).

2. TINJAUAN TEORITIS

Teori Branding Dan Identitas Visual

Teori Branding dan Identitas Visual merujuk pada prinsip-prinsip dan konsep-konsep yang digunakan untuk mengembangkan, mengelola, dan memperkuat citra suatu merek melalui elemen-elemen visual yang konsisten. Adapun pengertian mendalam tentang teori branding dan identitas identitas visual:

1. Branding

Branding adalah strategi untuk menciptakan dan membangun identitas yang kuat bagi suatu merek di pasar. Hal ini meliputi semua upaya untuk (Sudiyono & Aziz, 2022):

- a. Menetapkan Identitas Merek, proses mendefinisikan nilai-nilai, keperibadian, dan tujuan utama merek untuk membedakannya dari merek lainnya.
- b. Mengelola Persepsi Konsumen, upaya untuk membentuk dan mengelola persepsi positif konsumen terhadap merek, sehingga merek dianggap relevan, diingat dan dihargai.
- c. Membangun Kesetiaan Konsumen, motivasi konsumen untuk memilih dan membeli produk atau layanan dari merek tersebut secara konsisten.

2. Identitas Visual

Identitas visual merek merupakan bagian dari branding yang berfokus pada aspek visual dan estetika dari sebuah merek. Hal ini mencakup Logo, warna, Tipografi, dan Desain kemasan (Isnawati et al., 2022). Dengan memahami dan menerapkan prinsip-prinsip ilmiah ini, perusahaan seperti PT. Medika Maesindo Global Temanggung dapat merancang strategi branding dan identitas visual yang efektif untuk meningkatkan minat dan kepercayaan konsumen terhadap produk-produk mereka (Ramadhani & Isnawati, 2022), (Isnawati, Pratiwi, et al., 2023), (Susanti & Triatmaja, 2023), (Henderi et al., 2023). Ini tidak hanya membantu dalam memperkuat posisi merek di pasar tetapi juga meningkatkan kesetiaan konsumen dan mempromosikan pertumbuhan jangka panjang merek mereka (Gondo & Djoko, 2021).

Perngertian Desain

Desain adalah proses menciptakan atau merancang suatu objek, sistem, atau produk dengan mempertimbangkan tujuan, fungsi, estetika, dan kebutuhan pengguna. Desain melibatkan pemikiran kreatif, pemecahan masalah, dan pengaplikasian prinsip-prinsip desain

untuk menciptakan solusi yang efektif dan menarik secara visual. Desain dapat diterapkan dalam berbagai bidang, seperti desain grafis, desain produk, desain interior, desain industri, desain fashion, dan masih banyak lagi (Itsaini, 2021).

Alat Kesehatan Dalam Negeri

Surat edaran Alat Kesehatan Dalam Negeri adalah surat edaran yang berkaitan dengan izin edar Alat Kesehatan Dalam Negeri (AKD). Surat edaran ini berisi persyaratan umum saat mengajukan izin Alat Kesehatan Dalam Negeri di Indonesia, seperti identifikasi produk, surat permohonan dan informasi perusahaan. Surat edaran Alat Kesehatan Dalam Negeri merupakan pemberitahuan resmi yang ditujukan kepada pejabat/pegawai atau masyarakat umum terkait izin edar alat kesehatan. Surat edaran Alat Kesehatan Dalam Negeri biasanya dikeluarkan oleh Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) atau instansi terkait lainnya sebagai panduan atau petunjuk dalam pengajuan izin edar alat kesehatan. Surat edaran Alat Kesehatan Dalam Negeri dapat berisi informasi tentang persyaratan teknis. Prosedur pengajuan izin, persyaratan administrasi atau perubahan kebijakan terkait izin edar alat kesehatan. Surat ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang jelas kepada pihak-pihak yang terlibat dalam pengajuan izin Alat Kesehatan Dalam Negeri (AKD Edaran, 2021).

CorelDraw

CorelDraw adalah editor grafik vektor yang digunakan untuk membuat desain logo, brosur, sampul buku, ilustrasi, kartun, dan banyak lagi. CorelDraw berfungsi dalam bidang publikasi, percetakan, dan lain-lain. Ini adalah aplikasi desain grafis 2D digital yang berbasis vektor. Anda dapat membuat desain logo, flex, brosur, kartu undangan, dan berbagai desain dokumen lainnya dengan mudah. CorelDraw memiliki banyak keunggulan, seperti mudah digunakan, format file untuk impor dan ekspor, banyak alat yang dapat digunakan, dan bentuk dasar yang mudah dibuat (Salamadian, 2024).

Jenis-Jenis Warna Pada CorelDraw

a. CMY (*Cyan, Magenta, Yellow*)

Model ini terdiri dari tiga warna dasar yaitu *Cyan, Magenta* dan *Yellow*, unsur hitam pada model ini dihasilkan dari kombinasi ketiga warna tersebut, biasanya digunakan untuk printer komputer dan mesin cetak digital.

b. CMYK (*Cyan, Magenta, Yellow, Black*)

Model ini melibatkan empat komponen warna yaitu *Cyan, Magenta, Yellow* dan *Black*,

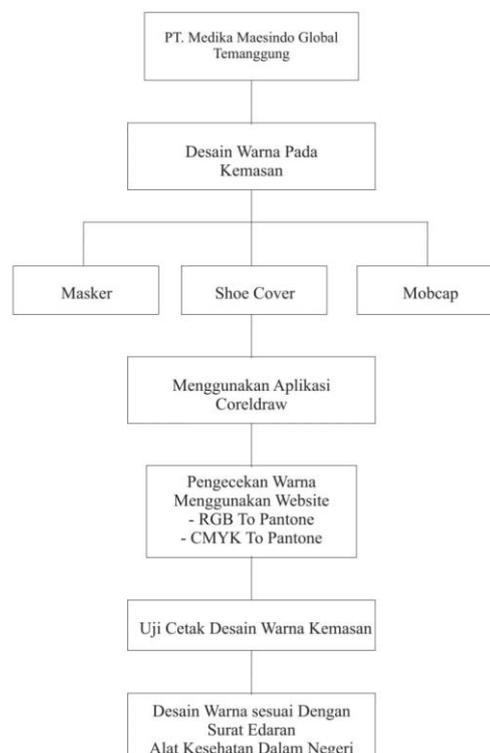
setiap komponen didefinisikan dengan angka 0 hingga 100, apabila semua komponen bernilai 0 maka menghasilkan warna putih contoh $C=100$, $M=0$, $Y=0$, $K=0$ menghasilkan warna biru. Digunakan untuk percetakan offset dan printer komputer.

c. RGB (*Red, Green, Blue*)

Model ini terdiri dari tiga komponen warna yaitu *Red, Green* dan *Blue*, setiap komponen memiliki rentang nilai dari 0 hingga 255. Ketika semua komponen bernilai 0, menghasilkan warna hitam dan ketika semua komponen bernilai 255, menghasilkan warna putih, digunakan untuk tampilan layar monitor (*on-screen*).

Kerangka Berfikir

Kerangka pemikiran ini dibuat untuk memudahkan penulis dalam memahami inti dari apa yang ingin penulis sampaikan. Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian mengenai Analisis desain warna pada kemasan produk masker, ShoeCover dan mobcap dengan menggunakan Aplikasi Coreldraw pada PT. Medika Maesindo Global. Maka disusun suatu kerangka pemikiran dengan tujuan untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi dari apa yang ingin dibahas oleh penelitian. Pembuatan kerangka pemikiran berdasarkan rumusan masalah yang akan dibahas. Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut.



Gambar 1. Kerangka Berfikir

3. METODE PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis aspek-aspek desain kemasan yang tidak sesuai dengan standar yang tercantum dalam surat keterangan AKD (Alat Kesehatan Dalam Negeri). Metode deskriptif kualitatif digunakan untuk mengumpulkan data secara sistematis tentang kesesuaian desain warna kemasan dengan persyaratan yang telah ditetapkan dalam surat edaran Alat Kesehatan Dalam Negeri, yang mencakup analisis terhadap berbagai elemen desain, termasuk warna, grafis, ukuran, bentuk dan fitur lainnya, dengan tujuan untuk memberikan gambaran yang jelas tentang sejauh mana kemasan saat ini memenuhi atau tidak memenuhi standar yang telah ditetapkan.

a. Jenis dan Sumber Data

Pada penelitian ini jenis data yang digunakan ialah data primer. Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti wawancara atau hasil pengisian kuesioner. Menurut penelitian (Chodlirin, 2016) Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung dari sumber pertama oleh peneliti atau pihak yang melakukan penelitian. Data ini dibuat atau dikumpulkan untuk tujuan khusus penelitian yang sedang dilakukan dan belum pernah dipublikasikan sebelumnya. Jenis data primer dapat bervariasi tergantung pada metode pengumpulan datanya.

b. Teknik Pengumpulan Data

Observasi : melibatkan pengamatan langsung terhadap situasi atau fenomena yang diamati. Peneliti akan mengamati secara sistematis perilaku, interaksi atau kejadian yang terjadi dilapangan tanpa mengintervensi atau mengubah kondisi tersebut.

Wawancara : adalah proses interaksi antara peneliti dan responden yang bertujuan untuk mendapatkan informasi secara langsung dari narasumber. Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur, semi-terstruktur atau tidak terstruktur, tergantung pada tingkat kesetrukturan pertanyaan dan fleksibilitas dalam mendapatkan informasi.

c. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian. Informan merupakan seseorang yang benar-benar mengetahui suatu persoalan atau permasalahan tertentu yang darinya dapat diperoleh informasi yang jelas, akurat dan terpercaya baik berupa pertanyaan keterangan dan data yang dapat membantu dalam memahami persoalan atau permasalahan tersebut. Dalam penelitian ini, penelitian penulis menentukan informan peneliti secara sengaja

berdasarkan pertimbangan bahwa informan yang dipilih dapat memberikan informasi yang dibutuhkan penelitian sesuai dengan permasalahan penelitian (Ekonomi & Yogyakarta, 2015). Informan dari PT. Medika Maesindo Global Temanggung yaitu karyawan itu sendiri sedangkan informan kuncinya adalah MARKETING dari PT. Medika Mesindo Global Temanggung itu sendiri. Adapun pihak-pihak yang dipilih untuk menjadi informan dan informan kunci dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Ibu. Listiyani, Marketing DN (Dalam Negeri) selaku informan kunci. Karena beliau berperan langsung dalam berjalannya sistem operasional bagian pemasaran.
- 2) Bpk. Winata dan Ibu Annisa, selaku informan karena bekerja langsung di departemen BD (*Bisnis Development*).
- 3) Ibu Kusprihatini dan Bpk. M. Roqy Murohman, selaku informan dan karyawan Admin Setting Warna Artwork.
- 4) Ibu Masita, selaku informan dan karyawan bagian PPIC.
- 5) Ibu Rinna, selaku informan dan karyawan bagian Admin QC.
- 6) Ibu Elisa, selaku informan dan karyawan bagian QC Produksi.

d. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dimana data kualitatif adalah data yang diperoleh dari berbagai sumber berupa informasi lisan dan tulisan dari beberapa sumber yang relevan untuk peneliti. menurut (Rijali, 2018) mengemukakan pengertian analisis data sebagai upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara, dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Perusahaan

PT. Medika Maesindo Global (MMG) adalah produsen dan mengekspor pakaian *tech-fabric* dan *disposable* terkemuka untuk aplikasi medis dan industri. perusahaan berlokasi di Jawa Tengah, Indonesia, dikawasan industri yang memiliki akses cepat ke berbagai skema pengiriman melalui udara dan laut. Awal berdiri MMG didirikan sebagai anak perusahaan dari maesindo Indonesia Ltd. Lebih dari 25 tahun yang lalu. Maesindo Indonesia telah membangun reputasi global dalam memasarkan produk perlindungan kebersihan sekali pakai dan kemasan makanan di 5 benua sebagai perusahaan dan pabrik Perancis-Indonesia, Maesindo Indonesia mengahdirkan keunggulan dalam teknologi dan inovasi, serta standar kualitas yang tinggi,

kepada pasar global.

Hasil

a. Analisis Tentang Desain Warna Pada Kemasan

Desain warna merupakan salah satu desain yang didalamnya memiliki masalah (hambatan) yang diakibatkan oleh perbedaan kode/tipe warna pada surat edaran Alat Kesehatan Dalam Negri yang dimana perbedaan tersebut dapat mempengaruhi kesesuaian desain kemasan produk dengan standar yang ditetapkan oleh surat edaran Alat Kesehatan Dalam Negri. Menurut penelitian (Hanum, 2020).

b. Wawancara

1) Pemilihan Warna Sesuai Identitas

Menurut Ibu Listiyani selaku Marketing DN PT, Medika Maesindo Global Temanggung tentang pemilihan warna identitas produk :

“Perusahaan memilih warna berdasarkan identitas merek yang sesuai edaran Alat Kesehatan Dalam Negri. Warna juga harus mencerminkan karakteristik produk perusahaan tersebut dan menarik perhatian bagi Konsumen.”(Hasil Wawancara,2024)

Berdasarkan hasil wawancara yang disampaikan oleh Ibu Listiyani selaku Marketing DN yaitu tentang pemilihan warna dalam desain warna kemasan sangat penting karena dapat memberikan kesan identitas produk yang sesuai dengan standar surat edaran Alat Kesehatan Dalam Negri. Namun warna tersebut juga akan memberikan kesan yang kuat kepada konsumen dan juga membantu membedakan merek dari pesaing.

Hal tersebut juga di ungkapkan oleh Bpk. Winata selaku Bisnis Development memiliki pendapat yang sama terkait pemilihan warna sesuai identitas produk, bahwa menyatakan :

“Warna sangat penting dalam desain kemasan. Warna dapat menciptakan suasana, menarik perhatian, dan bahkan mempengaruhi emosi konsumen.” (Hasil Wawancara,2024).



Gambar.2 Pemilihan Warna Sesuai Identitas

Hal tersebut menunjukkan bahwa desain warna sebagai identitas Produk menunjukkan bahwa warna pada desain kemasan memang sangat penting dalam desain kemasan karena warna tersebut dapat menarik perhatian pembeli. bahkan juga dapat mempengaruhi emosional konsumen namun, juga harus mematuhi dari standar surat edaran Alat Kesehatan Dalam Negeri. Dari kedua penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa pembuatan desain warna pada kemasan produk sangat penting untuk identitas produk dan dapat menarik, mempengaruhi emosional *customer*.

1) Pentingnya Surat Alat Kesehatan Dalam Negeri

Hasil wawancara mengenai pentingnya surat edaran AKD (*Alat Kesehatan Dalam Negeri*) kepada Ibu Afri Listiyani selaku Marketing DN PT, Medika Maesindo Global Temanggung, beliau menyatakan :

“Surat edaran Alat Kesehatan Dalam Negeri memberikan pedoman tentang standar kualitas dan estetika yang harus dipenuhi. Ini membantu perusahaan dalam membuat desain yang sesuai dengan standar tersebut.”(Hasil Wawancara, 2024)

Dari penjelasan oleh beliau menunjukkan bahwa, surat edaran Alat Kesehatan Dalam Negeri tersebut pastinya sangat membantu dalam memberikan pedoman yang terkait dengan standar kualitas dan estetika yang harus dipenuhi dalam desain kemasan perusahaan. Tidak hanya itu, surat edarann Alat Kesehatan Dalam Negeri juga dapat memastikan bahwa desain kemasan yang perusahaan buat akan sesuai dengan ekspektasi yang ditetapkan, sehingga memungkinkan untuk diterima atau disetujui.

ANALISIS PEMBUATAN DESAIN WARNA PADA KEMASAN MASKER, SHOECOVER DAN MOBCAP DI PT. MEDIKA MAESINDO GLOBAL TEMANGGUNG MENURUT STANDAR SURAT EDARAN ALAT KESEHATAN DALAM NEGERI UNTUK MENINGKATKAN MINAT CUSTOMER

Hal yang sama di ungkapkan oleh Ibu Anisa selaku Bisnis Development memiliki pendapat yang sama terkait pentingnya surat edaran Alat Kesehatan Dalam Negri, beliau menyatakan :

“Surat edaran Alat Kesehatan Dalam Negri mengantur semua standar desain warna kemasan untuk masker, shoecover dan mbcap guna memudahkan identitas dan pemisahan produk-produk tersebut. Kunci utamanya untuk produk masker, perusahaan menggunakan warna biru tua sebagai standar kemasan. Hal ini bertujuan untuk membedakan antara masker medis dengan jenis masker lainnya.”(Hasil Wawancara,2024).



Gambar.3 Pentingnya Surat Alat Kesehatan Dalam Negri

Dari kedua hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa surat edaran Alat Kesehatan Dalam Negri memang mengatur semua standar desain warna kemasan, dari segi ukuran, warna, dan bentuk guna memudahkan identitas dan memisahkan produk. contoh seperti Pengguna warna biru tua sebagai standar kemasan untuk masker medis untuk membantu membedakan dari jenis masker lain dan memberikan rasa percaya bagi konsumen.

2) Desain Warna Kemasan Menggunakan CorelDraw

Hasil wawancara mengenai desain kemasan menggunakan coreldraw kepada Ibu Kusprihatini selaku Admin Setting Warna Artwork, beliau menyatakan:

“Perusahaan menggunakan CorelDraw untuk membuat desain grafis kemasan. Dengan fitur-fitur yang ada, perusahaan dapat mengatur warna, bentuk, dan ukuran sesuai dengan standar surat edaran Alat Kesehatan Dalam Negri.” (Hasil Wawancara,2024).

Hal senada diungkapkan oleh M. Roqy Murohman selaku Admin Setting Warna Artwork memiliki pendapat yang sama, menyatakan:

“Jadi, Teknologi seperti CorelDraw, memainkan peran penting dalam proses desain. Yang dimana memungkinkan perusahaan untuk menciptakan desain yang kompleks dengan lebih efisien dan akurat.” (Hasil Wawancara,2024).

Dari kedua hasil wawancara tersebut dapat dilihat bahwa perusahaan PT. Medika Maesindo Global memang Menggunakan Aplikasi CorelDraw dalam mendesain kemasan karena didalam aplikasi tersebut terdapat fitur-fitur yang dapat memudahkan perusahaan untuk memperbaiki terjadinya kesalahan entah dalam segi ukuran kemasan atau warna kemasan.

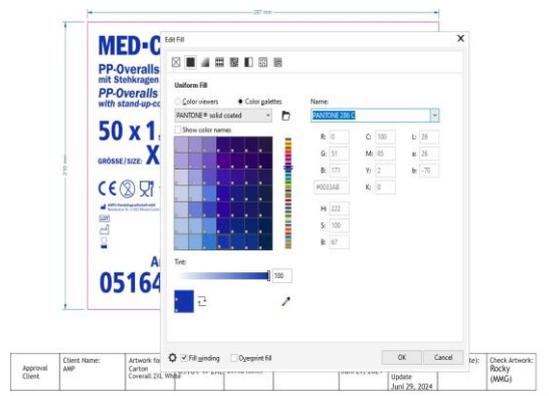
3) Penyesuaian Desain Warna

Hasil wawancara mengenai penyesuaian desain warna kepada Ibu Rinna selaku Admin QC PT. Medika Maesindo Global Temanggung, beliau menyatakan:

“Saya sering menggunakan alat bantu *Formula Pantone* dan melakukan uji cetak untuk memverivikasi warna yang dihasilkan secara fisik. Agar tidak berbeda dengan surat edaran Alat Kesehatan Dalam Negri.” (Hasil Wawancara,2024).

Hal sama di ungkapkan oleh Ibu Elisa selaku QC produksi yang memiliki pendapat yang sama, menyatakan:

“Tentu, pernah terjadi kesalahan cetak yang signifikan karena perbedaan warna yang tidak terdeteksi sebelumnya. Oleh karena itu, uji cetak sangat penting.” (Hasil Wawancara,2024).



Gambar.4 Desain Warna Kemasan Menggunakan CorelDraw

4) Tantangan Desain Warna Kemasan

Menurut Ibu Masyita selaku Staf PPIC PT. Medika Maesindo Global Temanggung tentang tantangan desain warna kemasan, beliau menyatakan:

“Tentu saja. Salah satu tantangannya adalah memastikan bahwa warna yang dipilih tidak hanya memenuhi standar estetika tetapi juga efektif dalam komunikasi informasi produk. Selain itu, kami harus mempertimbangkan berbagai faktor seperti pencahayaan, budaya, dan psikologi warna yang dapat memengaruhi persepsi konsumen,” (Hasil Wawancara, 2024).

Hal senada diungkapkan Oleh Ibu Kusprihatini Selaku Admin Setting Warna Artwork memiliki pendapat sama, menyatakan:

“Ya, Tantangan utamanya adalah interpretasi warna oleh software dan perbedaan tampilan warna pada layar monitor yang bisanya memengaruhi kesesuaian warna.” (Hasil Wawancara, 2024).

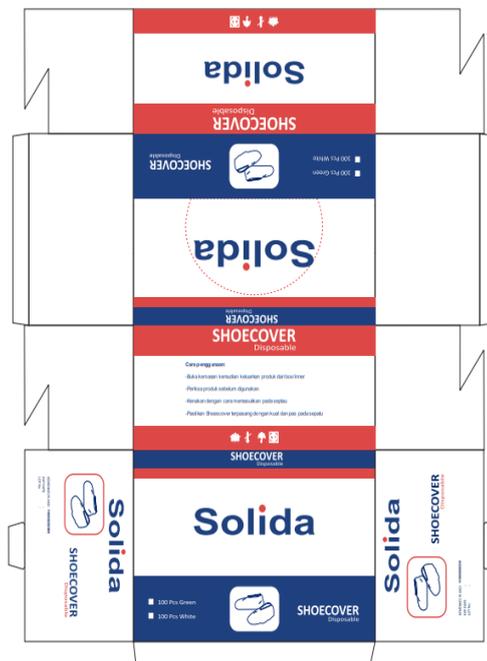
Dari kedua hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa tantangan dalam mendesain warna kemasan yaitu interpretasi warna yang dilakukan oleh software dan perbedaan tampilan warna pada layar monitor. Hal tersebut juga dapat menyebabkan ketidaksesuaian warna antara desain yang ditampilkan di layar dengan hasil cetak atau tampilan pada perangkat lain.

Pembahasan

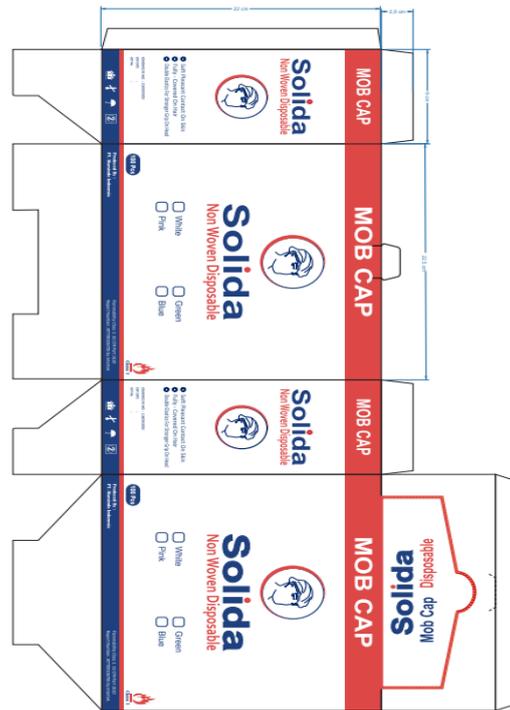
Desain warna kemasan pada produk masker, *ShoeCover* dan *Mobcap* memiliki peran penting dalam menarik perhatian konsumen, Permasalahan yang sering dihadapi pada produk kemasan masker, *ShoeCover* dan *mobcap* bisa melibatkan beberapa hal, seperti ketidaksesuaian warna pada kemasan produk dengan ketentuan yang tercantum dalam Surat Edaran Alat Kesehatan Dalam Negeri, yang merupakan permasalahan serius yang mempengaruhi kepatuhan perusahaan terhadap regulasi kesehatan dan keselamatan. Hal ini dapat menimbulkan konsekuensi yang merugikan, seperti potensi penarikan produk dari pasaran, penurunan kepercayaan konsumen terhadap merek, serta risiko sanksi hukum dan denda dari pihak berwenang, (Thamrin et al. 2017).



Gambar 5. Desain Warna Kemasan Shoecover Salah



Gambar 6. Desain Warna kemasan Mobcap



Gambar 7. Pembahasan

Berdasarkan gambar desain kemasan di atas menunjukkan bahwa dalam tabel kode panton pada produk Masker, *ShoeCover* dan *MobCap* diketahui bahwa sering terjadinya permasalahan perbedaan warna. Hal ini disebabkan karena terjadi perbedaan kode panton yang berbeda dengan standar surat edaran Alat Kesehatan Dalam Negeri yang mengakibatkan pembekuan produk dan mempengaruhi kinerja produksi. Namun Pada saat pembekuan produk perusahaan mampu menjual kembali produk yang dibekukan agar tidak menumpuk pada departemen gudang dengan cara mengganti merek pada produk tersebut sehingga perusahaan mampu mempertahankan kinerja produksi dan tidak lupa dari peran manajemen perusahaan dalam melakukan pengawasan, pengukuran dan mengontrol resiko-resiko yang timbul, serta dapat berpengaruh terhadap besarnya kinerja produksi.

1. Strategi Penyelesaian Perbedaan Desain Warna Kemasan

Dari hasil wawancara yang dilakukan di PT. Medika Maesindo Global Temanggung strategi untuk mengatasi perbedaan warna pada desain warna kemasan agar sesuai dengan Standar Surat Edaran Alat Kesehatan Dalam Negeri Yaitu:

- a. Memverifikasi kembali kode Pantone dengan hati-hati: Memastikan desainer dan tim produksi memeriksa ulang kode Pantone yang digunakan dalam desain. Pastikan

kode tersebut sesuai dengan standar surat edaran no akd sebelum mengirimkannya ke percetakan.

- b. Melakukan pengujian warna secara berkelanjutan: Selalu melakukan pengujian warna secara berkelanjutan selama proses desain dan produksi kemasan.
- c. mengkomunikasi dengan Tim percetakan: Menjelaskan secara jelas kepada tim percetakan mengenai standar warna yang diinginkan dan pastikan mereka memahami dengan baik. mendiskusikan juga mengenai proses cetak yang akan digunakan dan pastikan mereka memiliki pengalaman dalam mencetak warna yang sesuai.
- d. Menggunakan referensi fisik untuk pembanding warna: Selain mengandalkan kode Pantone atau standar warna digital, perusahaan selalu memiliki referensi fisik seperti sampel warna cetakan atau lembaran warna yang dapat digunakan sebagai pembanding langsung.
- e. Melibatkan tim lintas fungsi: perusahaan selalu memastikan keselarasan dalam pemahaman dan implementasi standar warna, yang melibatkan tim lintas fungsi yang terdiri dari Marketing, Bisnis Development, Admin Setting Warna dan QC.

Strategi penanganan perbedaan desain warna kemasan yaitu, menggunakan alat bantu menggunakan *website RGB to Pantone/CMYK to RGB*. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh PT. Medika Maesindo Global Temanggung strategi penanganan perbedaan desain warna kemasan yaitu, Verifikasi kode Pantone dengan hati-hati, Lakukan pengujian warna secara berkelanjutan, Komunikasi dengan Tim percetakan, Gunakan referensi fisik untuk pembanding warna, dan Libatkan tim lintas fungsi. Dari strategi diatas yang belum diterapkan oleh PT. Medika Maesindo Global Temanggung yaitu, menggunakan alat bantu *website RGB to Pantone/CMYK to RGB*.

2. Dampak Perbedaan Desain Warna Kemasan Bagi Perusahaan

Dari hasil wawancara yang dilakukan di PT. Medika Maesindo Global Temanggung, dampak perbedan desain warna kemasan bagi perusahaan Yaitu : Perbedaan warna bisa berdampak negatif pada kinerja produk. Ini dapat menyebabkan perubahan warna yang tidak diinginkan pada desain kemasan yang berakibat potensi penarikan produk dari pasaran misalnya, dapat mengakibatkan kerugian finansial yang signifikan bagi perusahaan, terutama jika produk tersebut telah menempati pasar yang besar. Tidak hanya itu, pembekuan produk dan penurunan kepercayaan konsumen terhadap merek juga dapat berdampak negatif pada reputasi perusahaan dan mempengaruhi loyalitas pelanggan di masa mendatang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan Analisis Desain Warna Pada Kemasan Produk Masker, *Shoecover*, Dan *Mobcap* Menggunakan Aplikasi Coreldraw Sesuai Dengan Standar Surat Edaran Alat Kesehatan Dalam Negeri, dapat disimpulkan bahwa PT. Medika Maesindo Global Temanggung mempunyai beberapa faktor penyebab terjadinya perbedaan desain warna kemasan meliputi, Masalah Ketidak Cocokan Pantone Warna, Perbedaan Antara Warna CMYK dan RGB, Masalah Pencetakan, dan Perbedaan bahan Kemasan C (*Coated*) dan U (*Uncoated*). Strategi penanganan desain warna kemasan yang tidak sesuai dengan Surat Edaran Alat Kesehatan Dalam Negeri dengan cara, Memverifikasi kembali kode Pantone dengan hati-hati, Melakukan pengujian warna secara berkelanjutan, Menggunakan referensi fisik untuk pembandingan warna, dan Melibatkan tim lintas fungsi. Dampak dari perbedaan desain warna kemasan pada PT. Medika Maesindo Global Temanggung meliputi, berdampak negatif pada kinerja produksi, potensi penarikan produk dari pasaran, mengakibatkan kerugian finansial bagi perusahaan, dan pembekuan produk.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, peneliti ingin memberikan beberapa saran yang berharap dapat membantu PT. Medika Maesindo Global Temanggung dalam meningkatkan kinerja Perusahaan:

1. Akibat dari perbedaan desain warna kemasan yang berdampak pada berbagai aspek produk baik secara kualitas maupun kinerja produksi, maka Perusahaan perlu lebih fokus pada seluruh aktivitas kinerja produksi. Salah satunya mengingat sering terjadinya perbedaan desain warna kemasan yang tidak sesuai dengan surat edaran Alat Kesehatan Dalam Negeri, maka penting bagi PT. Medika Maesindo Global Temanggung untuk terus memperkuat manajemen kinerja produksi. Hal ini dapat dilakukan melalui pemantauan yang ketat terhadap kualitas dan penerapan proses evaluasi desain warna kemasan produk Masker, *ShoeCover*, dan *Mobcap* yang lebih cermat.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi untuk penelitian selanjutnya. Penelitian berharap kedepannya peneliti dapat memperluas cakupan penelitiannya dengan memasukan lebih banyak sampel dan memperpanjang waktu yang diperlukan untuk *observasi* dan analisis sehingga menghasilkan temuan yang lebih *konkrit* dan *fluktuatif*.

Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, masih terdapat keterbatasan dalam menyusun selama proses penelitian antara lain: keterbatasan dalam pengumpulan data informasi yang berhubungan dengan Desain warna Kemasan tidak dapat di tampilkan secara lengkap karena bersifat rahasia.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, A. (2021). Retail Store Effectiveness in Affecting Purchase Decisions. *International Journal of Economics, Business and ...*, 2021(4), 371–378. <http://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR/article/view/3664>
- Aziz, A. (2022). Talent Management : Effects on Organizational Performance in Creating Competitive Advantage. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAAR)*, 6(4), 2296–2307.
- Chodlirin, C. (2016). *Pengaruh Pembiayaan Musyarokah pada Bank Tabungan Negara Syariah Cabang Semarang terhadap Perkembangan Pendapatan Usaha Kecil*. 1–23.
- Dictionary, I. (2022). *Covid-19 Pandemic : Its Effect on Retail Business*. 2022(1), 515–520.
- Ekonomi, F., & Yogyakarta, U. N. (2015). *Studi kualitatif deskriptif perilaku konsumen rilisan fisik*.
- Fauzi, I. (2021). Peran Internet marketing Dalam Meningkatkan Intention to Buy (Studi Pada bangkayu.id). *Among Makarti*, 14(1), 44–60. <https://doi.org/10.52353/ama.v14i1.204>
- Fiddin, F. (2021). Akuntabilitas Keuangan Dan Kompetensi Aparatur Sipil Negera Terhadap Akuntabilitas Kinerja Dinas Perdagangan Perindustrian Kota Pekanbaru. *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 63–70. <https://doi.org/10.35829/magisma.v9i1.137>
- Gondo, N. C., & Djoko, C. (2021). Perancangan Ulang Identitas Visual Brand Permainan Edukatif (Studi Kasus: The Menthilis Project). *Prosiding Konferensi Mahasiswa Desain Komunikasi Visual (KOMA DKV)*, 1(1), 653–660.
- Hanum, C. (2020). Analisi Yuridis Kedudukan Surat Edaran Dalam Sistem Hukum Indonesia. *Hukum Dan Masyarakat Madani*, 10(2), 138–153.
- Henderi, Aini, Q., Manongga, D., Sembiring, I., & Apriliasari, D. (2023). Transformation of Payment in Education Use Bitcoin with Reduced Confirmation Times. *APTISI Transactions on Technopreneurship*, 5(1), 1–8. <https://doi.org/10.34306/att.v5i1.285>
- Isnawati, S. I., Bangsa, J. R., Nurcahyo, S. A., & Ali, A. (2022). Utilization of Twitter in Customer Relationship Management at PT Bank Syariah Indonesia (BSI). *AL-ARBAH: Journal of Islamic Finance and Banking*, 4(2), 171–188. <https://doi.org/10.21580/al-arbah.2022.4.2.15120>
- Isnawati, S. I., Pratiwi, M. I., & Bangsa, J. R. (2023). Pelatihan Konten Marketing Pada Industri

- Otomotif Dengan Media Video Marketing Di Pt Wahana Investasindo Salatiga. *Jurnal Abadimas Adi Buana*, 6(02), 240–247. <https://doi.org/10.36456/abadimas.v6.i02.a6337>
- Isnawati, S. I., Ramadhani, N. L., & Bangsa, J. R. (2023). Business Model Canvas (BMC) dalam Pengembangan Bisnis Fashion Muslim. *Jurnal Dinamika Ekonomi Dan Bisnis*, 20(1), 51–64.
- Itsaini, faqihah M. (2021). *pengertian desain*. Detikedu.
- Kustiyono, K., & Manongga, D. (2023). Influence of Technology Support, Digital Literacy, and Virtual Team Leadership on Maya Team Collaboration. *Jurnal Penelitian Pendidikan IPA*, 9(10), 8210–8216. <https://doi.org/10.29303/jppipa.v9i10.5363>
- Nisrina, D., Informatika, T., & Waluyo, U. N. (2024). *Analisis Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Algoritma C4 . 5 Berbasis Rapidminer pada PT . Adeaksa*. 9(1), 26–33.
- Panja, E., & Manongga, D. (2023). Perancangan Sistem Informasi Keuangan Berbasis Web Pada Gks Mauliru Menggunakan Metode Rapid Application Development. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 7(1), 579–584. <https://doi.org/10.36040/jati.v7i1.6401>
- Rachmawati, M. (2021). *Effectiveness of Virtual Communication on Organizational Performance during Covid-19*. 25(6), 3270–3274. <http://annalsofrscb.ro>
- Ramadhani, N. L., & Isnawati, S. I. (2022). Efektivitas influencer dalam meningkatkan brand equity produk fashion hijab di instagram Butik Jenneira Scarf Semarang. *Jurnal Teknologi Busana Dan Boga*, 10(2), 159–167.
- Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Alhadharah*, 17(33).
- Rohman, A., & Brilian, R. P. (2023). Sistem Informasi Manajemen Tabungan Pada Bank Sampah Raflesia Menggunakan Metode Waterfall. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan ...)*, 19(3), 192–204. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v19i3.25061>
- Rumawas, M. E. (2021). Pengukuran Kualitas Hidup Sebagai Indikator Status Kesehatan Komprehensif Pada Individu Lanjut Usia. *Jurnal Muara Medika Dan Psikologi Klinis*, 1(1), 71. <https://doi.org/10.24912/jmmpk.v1i1.12088>
- Salamadian. (2024). *desain kemasan corel draw*. Salamadian.
- Sudiyono, S., & Aziz, A. (2022). Analysis of Advertising Intensity on Consumer Consumptive Behavior. ... *Journal of Economics, Business and ...*, 2022(4), 2308–2316. <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR/article/view/6838%0Ahttps://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR/article/download/6838/3055>
- Susanti, L., & Triatmaja, M. F. (2023). Jurnal Media Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto Jurnal Media Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto. *Jurnal MEDEK Universitas Muhammadiyah Purwokerto*, 1–12.
- Thamrin, E. S., Warsiki, E., & Djatna, T. (2017). Model Asosiasi Perubahan Warna Pada

Indikator Kemasan Cerdas Dan Perubahan Mutu Produk Susu. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 27(1), 96–102. <https://doi.org/10.24961/j.tek.ind.pert.2017.27.1.96>

- Umar, E., Manongga, D., & Iriani, A. (2022). Market Basket Analysis Menggunakan Association Rule dan Algoritma Apriori Pada Produk Penjualan Mitra Swalayan Salatiga. *Jurnal Media Informatika Budidarma*, 6(3), 1367. <https://doi.org/10.30865/mib.v6i3.4217>
- Yth, K. (2021). KEMENTERIAN KESEHATAN REPUBLIK INDONESIA Direktur KEMENTERIAN KESEHATAN REPUBLIK INDONESIA. *Kementerian Kesehatan RI*, 35, 1.