

PERANCANGAN DESAIN KEMASAN SAMBAL PECEL “BUMBU NDESO“ BLITAR

Yogi Christianto Indrajaya

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra,
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya,
E-mail: yogichristianto46@gmail.com

Abstrak

Sambal pecel merupakan salah satu dari variasi sambal yang ada di Indonesia, sambal pecel merupakan pendamping makanan yang dapat divariasikan dengan berbagai jenis lauk maupun camilan, hal ini merupakan sebuah nilai tambah dari keberagaman kuliner Nusantara. Sambal pecel terbuat dari olahan kacang tanah, cabai, gula, garam, bawang, daun jeruk dan buah asam. Salah satu produsen sambal pecel adalah Ibu Liliek Soetiasih dengan merek dagang Bumbu Ndeso, namun dengan adanya kendala pada kemasan yang mudah bocor dan juga kemasan yang kurang menarik, produk ini kurang dapat bersaing dengan produk serupa dari kompetitor. Melalui perancangan ini, ingin membuat kemasan Bumbu Ndeso ini dapat memenuhi fungsi-fungsi dalam pengemasan dan juga meningkatkan brand image. Dan diharapkan produk ini mampu bersaing dengan kompetitor dan juga menarik lagi calon konsumen dari berbagai kalangan untuk dapat merasakan produk sambal pecel ini.

Kata kunci: Perancangan, Kemasan, Sambal Pecel, Blitar

Abstract

Sambal pecel is the one of the various condiment in Indonesia, sambal pecel is a complementary food which can be varied with different kinds of side dish or snack, it's an added value of the culinary diversity of the Indonesian Archipelago. Sambal pecel made from process of the peanuts, chilies, sugar, salt, garlic, lime leaves and tamarinds. One of the sambal pecel producer is Ms. Liliek Soetiasih who has trademark of Bumbu Ndeso, but with the constraints on the packaging that is easy to leak and also packs less attractive, These products are less able to compete with similar products from competitors.

Through this design, would like to make Bumbu Ndeso packaging's can fulfill those functions in the packaging and also improve the brand image. And this product is expected to be able to compete with competitors and attract more prospective customers from various circles to be able to taste the products of this product.

Keywords: Packaging Design, Sambal Pecel, Blitar

Pendahuluan

Sambal adalah saus dengan bahan utama berupa cabai yang dilumatkan sehingga keluar kandungan sari cabai yang memiliki rasa pedas. Sambal merupakan salah satu pendamping makanan yang terkenal di daerah Asia, khususnya Indonesia. Sambal di mata masyarakat sebagai suatu pelengkap pada saat makan, baik sarapan, makan siang maupun makan malam yang menciptakan rasa pedas pada makanan utama. Sambal sangat terkenal pada makanan khas Asia, hal ini dikarenakan bahan utama sambal yaitu cabai bisa tumbuh di daratan tropis Asia. Dikarenakan melimpahnya pertumbuhan cabai, maka cabai dengan mudah ditemui di pasar-pasar yang ada di benua Asia.

Indonesia sendiri memiliki berbagai jenis variasi sambal memiliki lebih dari 20 macam variasi sambal, hal ini dikarenakan melimpahnya rempah-rempah maupun buah-buahan yang ada di Indonesia yang bisa dipadukan dengan cabai untuk menghasilkan berbagai macam sambal. Sambal merupakan pendamping makanan yang kaya akan vitamin, hal ini dikarenakan bahan utamanya yaitu cabai merupakan sumber vitamin A, B, C dan E, serta adanya mineral seperti molibdenum, mangan, folat, kalium, thiamin, dan tembaga. Cabai berisi tujuh kali lebih banyak vitamin C dibandingkan dengan jeruk.

Sambal pecel adalah salah satu dari berbagai jenis variasi sambal di Indonesia, sambal pecel merupakan bumbu makanan yang bahan pembuatannya berupa kacang tanah, gula, cabai, buah asam, bawang, garam dan daun jeruk. Sambal pecel

biasa digunakan untuk bumbu makanan yang dilengkapi dengan sayuran kecambah, kacang panjang, daun singkong dan beberapa lauk tradisional seperti tahu, tempe, peyek, dan lauk lainnya.

Bumbu Ndeso adalah suatu merek dari sebuah usaha rumahan yang memproduksi dan menjual sambal pecel pada tahun 2011 oleh Liliek Soetiasih. Pada awalnya, Bumbu Ndeso hanya dipasarkan di toko Jamu Air Mancur, Blitar.

Produk sambal pecel Bumbu Ndeso memiliki banyak penggemar yang berasal dari berbagai kalangan umur, baik anak-anak, remaja, dan orang tua. Hal ini dikarenakan sambal pecel Bumbu Ndeso memiliki tiga varian tingkat rasa pedas, yaitu pedas, sedang dan tidak pedas. Karena adanya varian rasa tidak pedas, memungkinkan anak-anak yang kurang begitu menyukai rasa pedas masih bisa menikmati sambal pecel ini. Karena adanya resep tradisional dan teknik pengolahan yang tepat maka sambal pecel ini dapat bertahan selama tiga bulan tanpa menambahkan pengawet makanan, hal ini tentunya merupakan nilai tambah dari segi kesehatan, praktis dan tetap terjaga kualitas rasanya. Setiap bulan produksi yang dihasilkan sekitar satu kwintal, dan wilayah pemasaran yang ada di provinsi Jawa Timur yaitu kota Blitar, Kediri, Jombang, Surabaya, serta Tuban. Sedangkan di luar provinsi Jawa Timur yaitu, kota Jakarta, Medan dan beberapa kota lain. Sambal pecel Bumbu Ndeso ini juga mulai diekspor ke luar negeri seperti Arab Saudi, Belanda dan Amerika.

Pada saat pemasaran, sambal pecel Bumbu Ndeso ini hanya menggunakan kemasan plastik dengan teknik press, melalui teknik ini kualitas sambal pecel tetap bertahan lebih lama pada saat pengiriman. Namun, pemilik mengatakan bahwa kualitas kemasan ini tidak begitu baik, hal ini dikarenakan minyak yang ada pada sambal pecel tetap keluar dari kemasannya melalui pori-pori plastik sehingga terkadang menyebabkan minyak berceceran dan menyebabkan berbagai benda yang menempel juga terkena minyak. (Wawancara dan observasi dengan Liliek Soetiasih pada hari Sabtu, 27 November 2015).

Sambal pecel Bumbu Ndeso telah memiliki rasa dan kualitas yang bagus, namun karena adanya kemasan yang kurang begitu baik mengurangi nilai produk. Oleh karena itu akan dirancang kemasan yang memenuhi fungsi pengemasan, fungsi ekonomi, fungsi distribusi serta faktor ergonomi, estetika dan identitas.

Metode Perancangan

Metode perancangan yang digunakan dalam

tugas akhir perancangan desain kemasan produk sambal pecel adalah metode perancangan primer dan sekunder, proses ini didapatkan dari cara:

a. Wawancara

Wawancara diperlukan untuk menggali informasi dari sejarah produk, ciri produk, dan fungsi produk. Wawancara dilakukan secara langsung dengan menemui narasumber sekaligus produsen sambal pecel Bumbu Ndeso Blitar yaitu Ibu Liliek Soetiasih.

b. Observasi

Observasi dilakukan secara langsung dengan mendatangi tempat produksi yang berada di kecamatan Kanigoro, Blitar. Observasi juga dilakukan dengan melihat proses produksi, mengamati pengemasan, serta melihat target audience yaitu pembeli sambal pecel.

Alat / Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen dan alat pengumpulan data yang digunakan adalah kertas, alat tulis, daftar pertanyaan, laptop, kamera digital, dan handphone/smartphone

Metode Analisis Data

Data yang telah didapatkan kemudian dianalisa menggunakan metode SWOT, hal ini dilakukan agar dapat memilah kekuatan, kelemahan, kesempatan dan ancaman, baik secara internal maupun eksternal (pesaing).

Konsep

Konsep perancangan difokuskan pada media kemasan. Media yang akan dipilih nantinya akan dirancang untuk memenuhi desain kemasan yang dibagi menjadi tiga jenis ukuran dan tiga jenis varian tingkat rasa pedas. Kemasan nantinya memiliki ketahanan serta menggunakan desain yang dapat menarik visual. Hal ini dikarenakan agar produk mempunyai inovasi kemasan secara fungsi dan estetika, serta dirancang sesuai dengan budget yang bisa dijangkau oleh produsen dan tidak terlalu berpengaruh pada harga penjualan tetapi menambah nilai identitas baru dari sambal pecel Bumbu Ndeso.

Pembahasan

Desain kemasan yang dirancang bertujuan untuk memperbaiki kemasan lama yang memiliki masalah pada ketahanan kemasan dan juga bertujuan merubah citra dan visual kemasan. Produk merupakan hasil tradisional yang sepenuhnya menggunakan bahan-bahan yang berasal dari alam. Perancangan desain kemasan sambal pecel Bumbu Ndeso dilakukan setelah meninjau desain kemasan yang dinilai kurang memenuhi fungsi-fungsi kemasan seperti fungsi pengemasan, fungsi ekonomi, fungsi estetika dan fungsi distribusi. Tak hanya itu, dalam kemasan produk juga kurang memiliki fungsi komunikasi dan informasi yang memadai, terlihat dari label pada kemasan yang sederhana dan kurang

menarik. Berikut contoh kemasan yang selama ini digunakan oleh sambal pecel Bumbu Ndeso :



Gambar 1. Kemasan Lama Sambal Pecel Bumbu Ndeso

Dalam perancangan desain kemasan ini, memiliki tiga jenis kemasan, hal ini dikarenakan adanya tiga tingkat kepedasan sambal pecel, yaitu pedas, sedang, dan tidak pedas.

Desain kemasan yang dirancang memiliki perbedaan dari segi warna untuk membedakan tingkat kepedasan, yaitu merah untuk pedas, kuning untuk pedas sedang dan hijau untuk tidak pedas. Sedangkan dari bentuk ukuran dibagi menjadi tiga yaitu kemasan 250gr, 500gr, dan 1kg, kemudian ditambahkan pula kemasan oleh-oleh agar para konsumen bisa memberikan buah tangan kepada siapapun baik teman maupun kerabat.

Dari segi teknis, kemasan primer yang akan digunakan untuk ukuran 250gr dan 500 gr adalah kemasan *Aluminium Foil Standing Pouch* dengan *zipperlock* dan *valve*. Penggunaan kemasan ini merupakan solusi untuk mengatasi kebocoran minyak dan higienitas produk, hal ini dikarenakan *Aluminium Foil* memiliki kualitas tinggi dalam pengemasan sebab pori-pori yang ada pada *Aluminium Foil* sangat rapat dan juga kedap udara, berbeda dengan kemasan plastik yang rawan terhadap kondisi tertentu.

Kemudian untuk kemasan sekunder menggunakan kertas plano ukuran A2 yang dibentuk menjadi kotak kemasan, hal ini dibuat sebagai media

informasi produk dan juga memenuhi faktor estetika untuk menarik minat konsumen membeli produk.

Dan untuk kemasan 1kg, dirancang menggunakan media berupa wadah plastik LDPE yang dilengkapi dengan label berupa stiker pada wadah sebagai media informasi produk dan faktor estetika.

Sedangkan untuk kemasan oleh-oleh memiliki kemasan primer yaitu kaleng silinder sebanyak tiga buah dengan ukuran yang bisa menampung produk sambal pecel ukuran 250gr, dengan tiga tingkat kepedasan yang berbeda.

Kemudian untuk kemasan sekunder berupa kertas plano ukuran A2 yang dibentuk menjadi sebuah kotak yang dapat menampung ketiga produk yang sudah dimasukkan dalam setiap kaleng, kemasan sekunder ini juga diperlukan sebagai media informasi dan juga memenuhi faktor estetika.

Dari segi teknis desain masih mempertahankan unsur tradisional, seperti warna dan ilustrasi. Sedangkan untuk logo menggunakan logotype berupa nama dari produk yaitu Bumbu Ndeso, hal ini dilakukan agar tetap menjaga identitas produk dan juga sudah sesuai dengan spesifikasi produk yang menggunakan bahan-bahan dari alam. Nama Bumbu Ndeso sendiri memiliki arti bumbu desa atau bumbu yang mempunyai cita rasa desa.

tetapi dengan perpaduan modern seperti penggunaan *Aluminium Foil* dengan *zipperlock* & *valve* sebagai pembungkus utama atau primer. Hal ini dilakukan agar produk tradisional masih bisa tetap bertahan di era global dengan menggunakan bahan-bahan modern tanpa meninggalkan citra tradisional itu sendiri.

Konsep Perancangan

Konsep awal dari perancangan desain kemasan ini adalah produk memiliki ciri khas tradisional dan alami, dengan adanya perubahan terhadap kemasan fisik dan juga *branding* terhadap produk merupakan awal positif untuk mengambil kesempatan atau *opportunity* dikalangan para pesaing, hal ini dikarenakan belum adanya inovasi yang dilakukan para pesaing terhadap kemasan yang digunakan pada produk mereka yaitu sambal pecel.

Fungsi kemasan primer berupa *Aluminium Foil* yang dilengkapi dengan *zipperlock* dan *valve* untuk mencegah udara masuk dan juga mempertahankan tingkat higienitas produk merupakan fungsi utama dalam pengemasan produk ini, kemudian juga dilakukan *branding* pada kemasan sekunder sebagai media informasi produk berupa komposisi produk, cara penyajian produk, tingkat kepedasan, tanggal kadaluarsa, *barcode scanner* untuk menjalin komunikasi antara produsen dan konsumen melalui media sosial *Facebook*. Kemudian juga untuk meningkatkan estetika dan citra produk di mata konsumen maupun calon konsumen untuk

menarik minat membeli produk dan untuk konsumsi secara berkelanjutan.

Gaya desain yang digunakan untuk desain perancangan ini adalah perpaduan antara tradisional dan modern, hal ini dilakukan untuk menggabungkan karakteristik produk yaitu tradisional yaitu dari warna dan juga ilustrasi *background* yang digunakan, serta unsur modern berupa jenis *typeface* yang digunakan, media informasi berupa *barcode scanner* maupun logo yang digunakan. Penggabungan ini diharapkan bisa menjadi jembatan untuk memberi jalan produk agar bisa diterima di masyarakat yang mulai memasuki era global tanpa meninggalkan unsur tradisional produk.

Sistem buka tutup yang ada pada kemasan sambal pecel Bumbu Ndeso dibuat secara sederhana, hal ini dilakukan agar memudahkan konsumen untuk membuka kemasan dan mengeluarkan produk yang ada tanpa ada kesulitan serta menutup kembali kemasan sehingga produk dapat bertahan lebih lama bila ada sisa dalam kemasan.

Warna yang digunakan pada perancangan ini adalah warna merah dan coklat untuk logo, penggunaan warna ini dikarenakan untuk memvisualisasikan produk yang memakai cabai dan kacang sebagai bahan utama dalam pembuatan atau produksi sambal pecel yang mempresentasikan warna merah dan coklat. Sedangkan untuk warna background pada kemasan menggunakan tiga warna yang mewakili tiap tingkat kepedasan sambal pecel, yaitu merah untuk pedas, kuning untuk sedang, dan hijau untuk tidak pedas. Perbedaan warna background pada tiap kemasan diharapkan bisa menjadi acuan konsumen agar saat membeli produk dan pengkonsumsianya tidak salah dalam membedakan tingkat kepedasan pada produk.

Jenis font yang digunakan pada kemasan menggunakan font bertipe sans serif untuk memberikan kesan modern dan casual, hal ini dilakukan agar konsumen dapat membaca dengan baik dan benar pada setiap informasi yang diberikan pada setiap huruf serta angka yang tertera pada kemasan. Adapun font yang digunakan adalah font Myriad Pro.

“Myriad Pro”

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

! @ # \$ % ^ & * () _ + - = { } : " < > ? [] ; ' , . / ~ `

Proses Desain

Logo yang digunakan merupakan logo yang telah didesain sebelum memasuki tahap proses

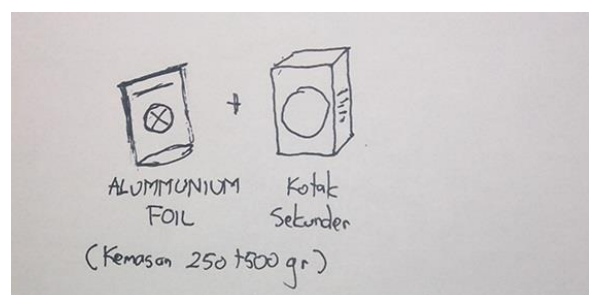
perancangan kemasan, logotype yang ada pada kemasan menggunakan font bertipe *script* untuk memberikan kesan tradisional dan alam, adapun font yang digunakan adalah font la Chatte à Maman.

Sedangkan untuk logogram menggunakan garis lingkaran mempunyai arti sebagai suatu keterikatan dan juga tanpa putus yang diharapkan produk bisa terus menerus berkembang dan tidak putus atau berkelanjutan. Kemudian untuk ilustrasi dedaunan mempunyai arti bahwa produk diproduksi menggunakan bahan-bahan dari alam.



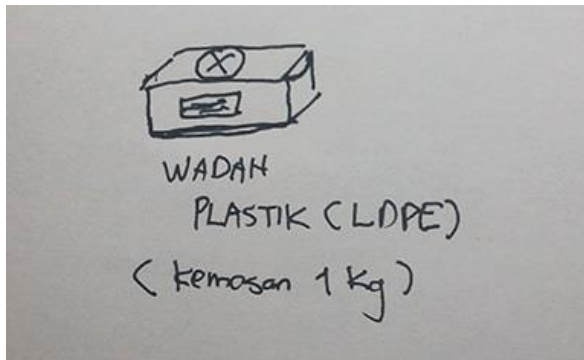
Gambar 2. Logo Sambal Pecel Bumbu Ndeso

Penggunaan Aluminium Foil sebagai kemasan primer dikarenakan kerapatan yang ada pada Aluminium Foil sangat rapat, hal ini untuk mengatasi masalah kebocoran minyak yang ada pada kemasan lama produk yang menggunakan kemasan plastik biasa yang hanya menggunakan sistem press. Dan juga kelebihan dari kemasan aluminium foil dapat memperpanjang usia produk tanpa menggunakan bahan pengawet dikarenakan sifat aluminium foil yang dapat mencegah udara yang masuk melalui celah kemasan. Sedangkan adanya tambahan berupa Zipper Lock yang ada pada kemasan aluminium foil merupakan sistem buka tutup pada kemasan sehingga produk yang telah dipakai atau produk sisa pemakaian bisa terus terjaga kualitasnya secara maksimal tanpa ada kuman maupun udara yang bisa merusak produk. Untuk mengeluarkan udara yang ada pada kemasan aluminium foil ditambahkan pula Valve, yaitu lubang udara yang dapat mengeluarkan gas atau udara yang ada pada kemasan seperti sistem vacum, namun bisa mencegah udara dari luar masuk kedalam kemasan.



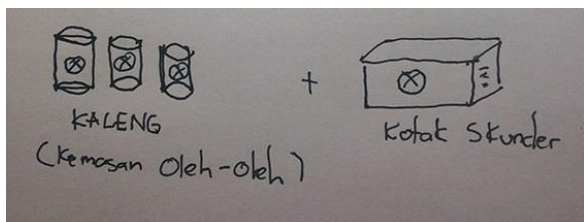
Gambar 3. Thumbnail Kemasan Aluminium Foil dan Kemasan Kotak Sekunder

Sedangkan kemasan sekunder digunakan sebagai media informasi kepada konsumen agar dapat mengetahui beberapa pesan yang diberikan atau diperlukan, seperti brand image, komposisi produk, tanggal kadaluarsa, cara penyajian, tempat atau asal produksi, serta juga sebagai media komunikasi antar produsen dan konsumen seperti adanya penambahan *barcode scanner* yang dapat menghubungkan komunikasi melalui media sosial untuk mengetahui berbagai informasi produk terbaru yang tidak ada pada kemasan, seperti harga, tempat distribusi produk, tanya jawab, dan sebagainya.



Gambar 4. Thumbnail Kemasan wadah plastik LDPE

Kemudian untuk penggunaan kemasan wadah plastik LDPE dikarenakan bahan yang tahan terhadap kebocoran minyak dan juga tahan dari beberapa kondisi yang dapat merusak produk seperti benturan, dan tahan air, serta juga penggunaan kembali untuk wadah tempat lain saat produk telah dikonsumsi habis bisa dijadikan untuk wadah lain dan bersifar *reusable* atau dapat digunakan kembali.



Gambar 5. Thumbnail Kemasan Oleh-Oleh

Kemasan kaleng merupakan kemasan primer yang digunakan sebagai wadah untuk kemasan jenis oleh-oleh, penggunaan kaleng sebagai wadah dikarenakan wadah kaleng dapat melindungi produk dari berbagai kondisi, seperti panas, air, udara, dan juga benturan, dan juga bentuk unik yang tidak biasa digunakan oleh para pesaing dalam pengemasan produk.

Untuk kemasan sekunder berfungsi sebagai media informasi dan komunikasi seperti yang ada pada kemasan aluminium foil yang juga dilengkapi dengan kemasan sekunder, diharapkan kemasan sekunder bisa menjadi daya tarik untuk konsumen.

Dari data yang sudah diperoleh maka dibuatlah desain kemasan sambal pecel Bumbu Ndeso.



Gambar 6. Tight Issue Kemasan 250gr



Gambar 7. Tight Issue Kemasan 500gr



Gambar 8. Tight Issue Kemasan 1kg



Gambar 9. Tight Issue Kemasan Oleh-oleh & Label Kemasan

Setelah dilakukan revisi dan juga pengecekan ulang ukuran, maka tahap selanjutnya adalah proses produksi. Proses produksi pada perancangan kali ini dilakukan dengan menggunakan *digital printing*, hal ini dilakukan karena kemudahan dan kecepatan dalam hal cetak, dan juga warna yang diinginkan sangat presisi dan bisa menampung banyak warna tanpa ada beban biaya. Tetapi tidak menutup kemungkinan juga untuk menggunakan teknik *offset* kedepannya agar biaya produksi bisa ditekan.

Kesimpulan

Saat ini, fungsi kemasan sangat penting untuk diperhatikan, hal ini untuk dapat menjaga isi produk secara utuh sehingga bisa dinikmati oleh konsumen secara utuh. Kemudian pada fungsi visual, kemasan tidak lagi hanya sebagai pengemas saja, melainkan juga sebagai sarana promosi untuk produk, hal ini karena indera manusia yang paling peka adalah indera penglihatan.

Dengan pembaharuan kemasan pada produk sambal pecel Bumbu Ndeso, baik dari material kemasan maupun citra kemasan yang baru dapat meningkatkan daya tarik baik konsumen tetap maupun calon konsumen dari berbagai usia, dan juga dapat dikonsumsi dari berbagai kalangan.

Tak hanya meningkatkan daya tarik secara visual, tetapi juga menambah kepercayaan konsumen

akan produk yang akan dikonsumsi, material kemasan yang baru sudah mengatasi masalah kebocoran minyak yang selama ini menjadi masalah utama dalam distribusi produk.

Sambal pecel Bumbu Ndeso kini sudah memiliki branding dan logo sebagai suatu identitas produk, kemudian kemasan fisik produk lebih tahan terhadap berbagai kondisi saat distribusi produk sampai ke tangan konsumen, hal ini membuat konsumen lebih percaya akan isi dalam produk yang sepenuhnya higienis dan juga terjamin keamanannya untuk dikonsumsi.

Sambal pecel Bumbu Ndeso dengan berbagai perubahan pada kemasan dan juga identitas produk menjadikan produk siap terjun menjadi pesaing yang dapat bertumbuh dan berkembang menjadi lebih besar dari sebelumnya, serta produk juga mampu untuk bersaing dengan berbagai kompetitor produk serupa. Sambal pecel Bumbu Ndeso merupakan produk tradisional yang dapat bersaing di era global.

Saran

Dengan adanya inovasi-inovasi yang dilakukan terhadap produk, sambal pecel Bumbu Ndeso bisa memiliki berbagai perkembangan dari jenis produk dengan menambahkan berbagai varian baik rasa maupun ukuran, dan juga dengan adanya branding yang baru memerlukan berbagai kerjasama dari berbagai pihak agar produk ini bisa lebih dikenal dengan jangkauan masyarakat luas seperti bagian-bagian lain dalam sebuah promosi produk.

Kemudian pentingnya menjaga kualitas dan identitas produk merupakan hal penting yang tidak boleh diabaikan oleh produsen untuk menjaga kepercayaan konsumen akan produk yang selalu dibutuhkan, seperti pelayanan dan informasi produk untuk menunjang nilai tambah dari produk yang dijual.

Untuk perancangan berikutnya diperlukan keterikatan produk dan visual grafis yang mendukung satu dengan yang lain, hal ini dilakukan agar produk yang dihasilkan dengan kondisi yang ada bisa saling terintegrasi dan saling menopang satu dengan yang lain.

Observasi terhadap pasar juga perlu diperhatikan, hal ini untuk melihat kondisi pasar pada waktu tertentu, seperti memahami apa yang diinginkan konsumen baik secara visual maupun produk yang dihasilkan sehingga target market yang dituju tepat pada sasaran dan perusahaan tetap bertahan serta mengikuti trend yang ada pada masyarakat.

Daftar Pustaka

- Calver, Giles. What is Packaging Design?.
Switzerland: Roto Vision SA, 2004.
- Fishel, Catharine. Design Secrets Packaging.
USA: Rockport, 2003
- Kartajaya, Hermawan. Marketing Plus 2000 Siasat
Memenangkan Persaingan
Global. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama,
1996.
- Klimchuk, Marianne R., dan Sandra Krasovec. Desain
Kemasan Perancangan Merek Produk yang
Berhasil Mulai Dari Konsep sampai
Penjualan. Jakarta : Erlangga, 2007.
- Kotler, Philip. "4P dan Packaging". Marketing 10.7
(October 2007): 36.
- Kotler, Philip. Manajemen Pemasaran : Analisis,
Perencanaan, Implementasi, dan
Kontrol. Trans. Budiman Mahendra. Jakarta :
PT. Prenhallindo, 1998.
- Rangkuti, Freddy. Analisis SWOT Teknik Membedah
Kasus, Bisnis. Jakarta : PT Gramedia
Pustaka Utama, 2006.
- "Sambal" Wikipedia. 2015, 2 Januari 2016
<<https://id.wikipedia.org/wiki/Sambal>>
- Setiawan, Jenny. "Perancangan Desain Kemasan
Camilan Tradisional Marning Jagung
Produksi Soleh Malang". Promosi Produk
No. 00022250/ DKV / 2013. Unpublished
Undergraduate thesis. Surabaya: Universitas
Kristen Petra, 2013.
- "What is Packaging?." Concept 18 (2007): 12-19.
<[https://perpustakaanlestude.wordpress.com/
deskompvis/concept-edisi 18/](https://perpustakaanlestude.wordpress.com/deskomvis/concept-edisi-18/)>
- "Wirya, Iwan. Kemasan yang Menjual. Jakarta: PT.
Gramedia, 1999.