

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk merancang desain kemasan untuk produk Keripik Pisang. Pengembangan kemasan keripik pisang ini dilatarbelakangi dengan menurunnya tingkat penjualan dimana yang faktor terbesar nya adalah penggunaan kemasan produk tersebut. Kemasan yang dipergunakan produk Keripik Pisang Mandiri saat ini masih sangat sederhana yaitu dengan menggunakan plastik transparan. Pengembangan kemasaaan dilakukan dengan metode *kansei engineering* dimana diperoleh 20 sampel dan 25 kata *kansei*. Sampel desain dan kata *kansei* tersebut dievaluasi dengan kuesioner *semantic differential*. Data tersebut diolah menggunakan *software R* dengan penentuan desain berdasarkan hasil dari *quantification theory type 1 (QTT1)*.

Hasil analisis menggunakan metode *kansei engineering* dapat disimpulkan bahwa kemasan yang sesuai dengan orientasi konsumen antara lain X1.3 (material: plastik), X2.1 (bentuk: *standing pouch*), X3.1 (pegangan, tidak ada), X4.3 (konsep: window) dan X5.2 (desain: bergambar). Kemasan yang digunakan yaitu berukuran 12 X 20 cm dengan berat 120 gram. Biaya kemasan sebelum perbaikan dari biaya material dan print sebesar Rp.500/pcs. Setelah dilakukan perancangan pengembangan desain kemasan keripik pisang, biaya yang dikeluarkan sebesar Rp. 1.200/pcs. Kenaikan biaya untuk kemasan yang baru mempunyai selisih yang cukup signifikan dengan biaya tambahan Rp.700/pcs. Walaupun demikian desain kemasan baru memiliki berbagai keunggulan yang dapat meningkatkan daya tarik dan fungsi produk makanan. Dari aspek penyimpanan yang praktis hingga menjaga kualitas produk, kemasan ini diharapkan dapat memberikan nilai tambah bagi konsumen dengan kemudahan penggunaan dan perlindungan yang diberikan.

5.2 Saran

1. Diperlukan lebih banyak identifikasi pada *kansei word* dan sampel desain kemasan makanan agar penelitian selanjutnya dapat dianalisis secara lebih mendalam.
2. Tahapan penghitungan harga pokok penjualan (HPP) untuk menentukan harga yang sesuai dengan keuntungan yang diharapkan.
3. Diperlukan evaluasi produk yang telah diusulkan untuk mengetahui keefektifan desain yang baru terhadap peningkatan penjualan.

