

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini diuraikan kesimpulan dari hasil penelitian. Selain itu, diuraikan pula saran dari peneliti terhadap hasil penelitian yang telah dilakukan.

VI.1 Kesimpulan

Kesimpulan merupakan jawaban dari rumusan masalah yang telah dijabarkan pada Bab Pendahuluan sekaligus menjadi rangkuman dari kegiatan penelitian.

1. Berdasarkan hasil pengumpulan dan pengelompokan kata *Kansei* desain kemasan getas khas Bangka, terdapat 18 kelompok kata kansei yang dipertimbangkan oleh konsumen, yakni khas Bangka, komposisi desain seimbang, komposisi warna seimbang, berkualitas, mendeskripsikan produk, berkesan, informasi produk tersampaikan, modern, informatif, praktis, terstruktur, memengaruhi, menarik, menunjukkan keunggulan produk, isi produk dapat terlihat, bentuk kemasan beraturan, tahan lama, dan ramah lingkungan.
2. Berdasarkan hasil pengumpulan dan pengelompokan kata *Kansei* toko oleh-oleh khas Bangka, terdapat 22 kelompok kata kansei yang dipertimbangkan oleh konsumen, yakni profesional, membuat yakin, banyak pilihan produk, terang, mewah, luas, menarik, disiplin, sistem pembayaran variatif, nyaman, informatif, praktis, menampilkan keunggulan produk, khas Bangka, konsisten, rapi, sejuk, kebersihan terjamin, modern, responsif, ramah, dan berkesan.
3. Dirancang sebanyak dua buah alternatif usulan desain kemasan berdasarkan integrasi metode *Kansei Engineering* dan Model Kano, yang keduanya menggunakan material utama *paper metal* dengan jendela lembaran plastik dan memiliki fitur *ziplock*. Kedua usulan menggunakan komposisi warna kuning, oranye, merah, dan hitam serta mengenakan corak kain cual dalam desain. Terdapat *QR-code* serta daftar nilai gizi sebagai informasi tambahan dari perbaikan desain kemasan sebelumnya.

Perbedaan dari kedua alternatif adalah bentuk kemasan, yakni *standing pouch* dan *flat bottom*.

4. Berdasarkan hasil integrasi *Kansei Engineering* dan Model Kano, terdapat 27 usulan desain pelayanan yang terdiri atas pengadaan fasilitas disinfeksi dan kebersihan yang lebih memadai, aturan menggunakan masker dan sarung tangan untuk pegawai, aturan pembatasan jumlah pengunjung, aturan syarat masuk konsumen, pengadaan berbagai poster pemberitahuan dan peringatan akan pentingnya pelaksanaan protokol kesehatan, perubahan desain rak dan meja kasir, modifikasi sistem belanja konsumen, penambahan metode pembayaran, pengadaan deskripsi produk, aturan pemeriksaan label harga dan stok produk, pemeriksaan AC secara teratur, penambahan media penerimaan kritik dan saran, pengadaan seragam pegawai, kantung belanja khusus, dan pencapit makanan tester, *training* berkala untuk pegawai, serta modifikasi lukisan dinding serta plang nama.
5. Berdasarkan penyebaran kuesioner evaluasi, kedua desain kemasan usulan memiliki performansi yang lebih baik daripada *benchmark*, sedangkan dari hasil wawancara, kedua desain usulan kemasan dinilai lebih baik daripada desain kemasan awal dan *benchmark*. Hal ini juga diperkuat dengan hasil wawancara dengan konsumen. Desain usulan yang terpilih adalah desain usulan alternatif 2 yang memiliki bentuk *flat bottom* karena memiliki performansi dan penilaian yang lebih baik, yakni dengan jumlah total skor unggul sebanyak 10 dari 18 kata *Kansei* yang ditanyakan. Hal ini diperkuat pula dengan besar skor ketertarikan konsumen untuk desain alternatif 2 sebesar 4,575 dari 5 dimana alternatif 1 memiliki skor 4,475 dari 5.
6. Berdasarkan penyebaran kuesioner evaluasi, desain pelayanan yang diusulkan memiliki performansi penilaian konsumen yang lebih baik dibandingkan dengan *benchmark*. Keunggulan desain usulan terlihat dari skor penilaian konsumen terhadap kata *Kansei* desain usulan yang semuanya lebih besar daripada skor awal penilaian kata *Kansei* terhadap *benchmark*. Hal yang sama juga terlihat dari hasil wawancara konsumen yang menyatakan bahwa desain pelayanan usulan lebih baik daripada desain pelayanan awal dari Toko LCK.

VI.2 Saran

Saran-saran ini diberikan sebagai masukan kepada pihak Toko LCK juga kepada pihak-pihak yang akan menggunakan penelitian ini sebagai rujukan. Tujuannya adalah agar usulan desain yang diberikan dapat direalisasikan dengan baik serta penelitian serupa yang merujuk pada penelitian ini dapat dijalankan dengan lebih baik lagi.

1. Perlu adanya perhitungan modal yang diperlukan untuk merealisasikan desain usulan yang diberikan agar pihak Toko LCK dapat menyesuaikan dengan *budget* yang dimiliki. Tujuannya agar desain usulan yang diberikan tidak menyebabkan kerugian bagi Toko LCK jika direalisasikan.
2. Toko LCK perlu melakukan diskusi lanjutan dengan pihak vendor untuk menyesuaikan kapabilitas vendor dengan desain yang diusulkan.
3. Toko LCK juga perlu untuk menentukan *timeline* yang tepat agar persiapan perbaikan desain dapat selesai pada waktu yang tepat, terutama untuk perbaikan desain pelayanan, mengingat vaksin COVID-19 sudah mulai didistribusikan sehingga peluang terjadinya percepatan peningkatan jumlah wisatawan juga semakin tinggi.
4. Desain usulan yang diberikan perlu dilakukan proses kontrol, terutama untuk desain pelayanan sehingga dapat terus menghasilkan kepuasan konsumen yang konsisten.
5. Perlu adanya pertimbangan dan pendalaman lebih jauh mengenai peran analisis faktor dalam kegiatan perancangan dengan integrasi *Kansei Engineering* dan Model Kano sehingga peneliti dapat menentukan apakah analisis faktor perlu dilakukan atau tidak.
6. Perlu adanya eksplorasi lebih jauh mengenai Model Kano, terutama terkait inkonsistensi yang terjadi. Hal ini agar peneliti dapat memahami dengan lebih dalam akan kelebihan dan kekurangan dari menggunakan Model Kano sebagai metode perancangan yang diintegrasikan dengan *Kansei Engineering*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ackoff, R. L. (1953). *The Design of Social Research*. Chicago: University of Chicago Press.
- Adiyanto, O., dan Jatmiko, H., A. (2009). Development of Food Packaging Design with Kansei Engineering Approach. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 8(12), 1778-1788. Diunduh dari: https://www.researchgate.net/publication/337967885_Development_Of_Food_Packaging_Design_With_Kansei_Engineering_Approach.
- Agariya, A. K., Johari, A., Sharma, H. K., Chandraul, U. N., dan Singh, D. (2012). The Role of Packaging In Brand Communication. *International Journal of Scientific & Engineering Research*, 3(2), 1-13.
- Atmawati, R. dan Wahyudin, M. (2004). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Matahari Departement Store di Solo Grand Mall. *Jurnal Daya Saing, Program MM-UMS*, 5(1), 54-61.
- Badan Pusat Statistik Kota Pangkalpinang. (2016). *Kota Pangkalpinang dalam Angka*. Diunduh dari: <https://pangkalpinangkota.bps.go.id/publication/download.html?nrbvfeve=MjhIYTZhMGQ1ZDc3MjhINDVhYjRlODVh&xzmn=aHR0cHM6Ly9wYW5na2FscGluYW5na290YS5icHMuZ28uaWQvcHVibGljYXRpb24vMjAxNi8wNy8xNS8yOGVhNmEwZDVkNzcyOGU0NWFiNGU4NWEva290YS1wYW5na2FscGluYW5naLWRhbGFtLWFuZ2thLTIwMTYuaHRtbA%3D%3D&twoadfnorfeauf=MjAyMC0wOS0yNCAyMjo0MjowNA%3D%3D>. [Diakses 28 September 2020]
- Badan Pusat Statistik Kota Pangkalpinang. (2019). *Kota Pangkalpinang dalam Angka*. Diunduh dari: <https://pangkalpinangkota.bps.go.id/publication/download.html?nrbvfeve=NGFhNTIyNWYzY2RjN2VIZDQ2YzA0Mjg3&xzmn=aHR0cHM6Ly9wYW5na2FscGluYW5na290YS5icHMuZ28uaWQvcHVibGljYXRpb24vMjAxOS8wOC8xNi80YWE1MjI1ZjNjZGM3ZWVkdjZjMDQyODcva290YS1wYW5na2FscGluYW5naLWRhbGFtLWFuZ2thLTIwMTkuaHRtbA%3D%3D&twoadfnorfeauf=MjAyMC0wOS0yNCAyMjozNjowOA%3D%3D>. [Diakses 28 September 2020]

- Berger, C., Blauth, R., Boger, D., Bolster, C., Burchill, G., DuMouchel, W., Pouliot, F., Richter, R., Rubinoff, A., Shen, A., Timko, M., dan Walden, D. (1993). Kano's Method for Understanding Customer-defined Quality. *Center for Quality Management Journal*, 2(4), 3-36.
- Caecilia, M. (2018). *Perancangan Ulang Kemasan Granola Menggunakan Integrasi Kansei Engineering dan Model Kano*. Bandung: Universitas Katolik Parahyangan.
- Cenadi, C. S. (1998). Peranan Desain Kemasan Dalam Dunia Pemasaran. *Jurnal Nirmana Jurusan Desain Komunikasi Visual*, 1, 98-99. Diunduh dari: <http://puslit.petra.ac.id/journals/design/>.
- Dhani, A. (2016, 3 Februari). Liburan Wajib ala Kelas Menengah. *Tirto.id*. Diunduh dari: <https://tirto.id/liburan-wajib-ala-kelas-menengah-dx>. [Diakses 28 September 2020].
- Dzino-Silajdzic, V. (2018). *Practical Guide: Focus Group Discussion*. USA: Catholic Relief Service. Diunduh dari https://www.crs.org/sites/default/files/tools-research/fgds_april_24_final_lo_res_.pdf.
- Fabrigar, L. R. dan Wegener, D. T. (2012). *Factor Analysis*. New York: Oxford University Press.
- Farhan, A. (2015). Ini Tempat Belanja Oleh-oleh Lengkap di Bangka Belitung. Detik Travel. Diunduh dari www.travel.detik.com. [Diakses 29 November 2020]
- Ghiffari, M. A., Djatna, T., dan Yuliasih, I. (2018). Kansei Engineering Modelling for Packaging Design Chocolate Bar. *Journal of SEAS (Sustainable, Environment, Agriculture, Science)*, 2(1), 10-17.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., dan Anderson, R.E. (2019). *Multivariate Data Analysis, Eighth Edition*. United Kingdom: Cengage Learning EMEA.
- Herminingtyas, R. (2013). Analisis Fungsi Kemasan Produksi melalui Model View dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Rokok Kretek Merek Dji Sam Soe di Kota Semarang. *Jurnal STIE Semarang*, 5(2), 1-18.

- Irawati, Theresia. (2020, 19 Juni). Menuju Adaptasi Kebiasaan Baru. Direktorat Promosi Kesehatan dan Pemberdayaan Masyarakat, Kementerian Kesehatan Indonesia. Diunduh dari: <https://promkes.kemkes.go.id/menuju-adaptasi-kebiasaan-baru#:~:text=Tujuan%20dari%20New%20Normal%20adalah,Covid%2D19%20di%20masa%20pandemi.&text=%E2%80%9CNew%20Normal%E2%80%9D%20dinarasikan%20menjadi%20%E2%80%9C,di%20era%20Pandemi%20Covid%2D19.> [Diakses 29 Oktober 2020].
- Julianti, E. dan Nurminah, M. (2006). *Buku Ajar Teknologi Pengemasan*. Medan: Universitas Sumatera Utara – Press.
- Kano, N. (1984). Attractive Quality and Must-be Quality. *Journal of Japanese Society for Quality Control*, 14(2), 39-48.
- Kemertian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia. (2019, 5 April). *Laporan Akhir Kajian Dampak Sektor Pariwisata Terhadap Perekonomian Indonesia*. Diunduh dari: <https://www.kemenparekraf.go.id/post/kajian-dampak-sektor-pariwisata-terhadap-perekonomian-indonesia>. [Diakses 28 September 2020]
- Khamelia. (2014). Toko Makanan Khas Bangka BTS Majukan Bisnis Pariwisata. *Tribun Bisnis*. Diunduh dari www.tribunnews.com. [Diakses 29 November 2020]
- Klimchuk, M. dan Krasovec, S. A. (2006). *Desain Kemasan*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran Jilid Satu*. Jakarta: Prentice Hall.
- Kotler, P. (1999). *Manajemen Pemasaran Jilid II Edisi Milenium*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Krueger, R.A., Casey, M.A. (2009). *Focus Groups: A Practical Guide for Applied Research, Fourth Edition*. Thousand Oaks, CA: Sage Publication. Diunduh dari https://www.sagepub.com/sites/default/files/upm-binaries/24056_Chapter4.pdf.
- Lokman, A. M. (2010). Design & Emotion: The Kansei Engineering Methodology. *Malaysian Journal of Computing (MJOC)*, 1(1), 1-11.

- McKinsey & Company. (2020). COVID-19 Indonesia Consumer Pulse Survey 19 July-21 July 2020. Diunduh dari: <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/survey-indonesian-consumer-sentiment-during-the-coronavirus-crisis#>. [Diakses 1 Oktober 2020]
- Mowen, J. dan Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Munzi, A. (2015). Ini Rekomendasi Toko Oleh-oleh Khas Bangka di Kota Pangkalpinang. *Tribun News*. Diunduh dari www.tribunnews.com. [Diakses 29 November 2020]
- Nagamachi, M. (2002). Kansei Engineering in Consumer Product Design. *The Magazine of Human Factors Applications: Ergonomic in Design*. 1(2), doi: 10.1177/106480460201000203. Diunduh dari: https://www.researchgate.net/publication/254090933_Kansei_Engineering_in_Consumer_Product_Design.
- Nagamachi, M. (2011). *Kansei/Affective Engineering*. Florida: Taylor and Francis Group.
- Nagamachi, M. (2016). Home Applications of Kansei Engineering in Japan: An Overview. *Journal of the International Society for Gerontechnology*, 15(4), 209-215, doi: 10.4017/gt.2016.15.4.005.00. Diunduh dari: https://www.researchgate.net/publication/311707844_Home_applications_of_Kansei_engineering_in_Japan_An_overview.
- Parasuraman, A., Berry, L. L., dan Zeithaml, V. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Priyono, A. dan Pradana, H. A. (2018). Penerapan Kano Model Dan Kansei Engineering Untuk Pendesainan Jasa Rawat Inap Rumah Sakit. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 5(1), 26-50.
- Purnama, N. (2006). *Manajemen Kualitas Perspektif Global*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Raheem, A. R., Vishnu, P., dan Ahmed, A. M. (2014). Impact of Product Packaging on Consumer's Buying Behavior. *European Journal of Scientific Research*, 122(2), 125-134.
- Ramadhian, N. (2020). Berburu Oleh-oleh Khas Bangka di Bumi Baru, Buat Liburan Kelar Pandemi. *Kompas.com*. Diunduh dari www.kompas.com. [Diakses 29 November 2020]

- Rangkuti, F. (2005). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia.
- Sari, Y., Hartono, M., dan Budiyo, S. (2013). Integrating Kansei Engineering into Kano and SERVQUAL Model to Determine the Priorities of Service Improvement (Case Study: Café Agape at Ruteng, East Nusa Tenggara–Indonesia). *Proceeding of Industrial Engineering and Service Science*, 2, G9-1. Diunduh dari: <http://repository.ubaya.ac.id/4444/>.
- Satuan Tugas Penanganan COVID-19. 2020. *Surat Edaran No. HK.02.01/MENKES/335/2020*. Diunduh dari: <https://covid19.go.id/p/protokol/protokol-pencegahan-penularan-corona-virus-disease-covid-19-di-tempat-kerja-sektor-jasa-dan-perdagangan-area-publik-dalam-mendukung-keberlangsungan-usaha>.
- Schutte, S., (2002). *Designing Feelings Into Product*. Linkoping: Linkopings University.
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods For Business: A Skill-Building Approach, Fourth Edition*. USA: John Wiley & Sons.
- Silayoi, P. dan Speece, M. (2004). Packaging and Purchase Decisions: An Exploratory Study on The Impact of Involvement Level and Time Pressure. *British Food Journal*, 106(8).
- Simamora, B. (2007). *Panduan Riset dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia.
- Sugiar, L.P. (2020). Industri Pariwisata Harus Siap Ketika Wabah Corona Mereda. *Bisnis.com*. Diunduh dari: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200407/12/1223952/industri-pariwisata-harus-siap-ketika-wabah-corona-mereda>. [Diakses 27 Januari 20210]
- Sugiarto, E. (2002). *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Utami, C.W. (2012). *Manajemen Ritel Edisi Kedua*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Wells, L. E., Farley, H., dan Armstrong, G.A. (2007). Importance of Packaging Design for Own-Label Food Brands. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 35(9), 677-690.

- Wijayanti, E. D. (2020). Tiga Macam Desain Kemasan Produk dan Keunggulannya. *Twinpack Indonesia*. Diunduh dari www.twinpackindonesia.com. [Diakses 27 Januari 2020]
- Wirawan, I. (2015). Penerapan Integrasi Kano, Kansei, dan SERVQUAL Ke Dalam QFD Untuk Meningkatkan Kualitas Layanan Di BCA KCP Wlingi, Blitar. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 4(1). Diunduh dari: <https://core.ac.uk/download/pdf/235047552.pdf>.
- Yin, R. K. (2003). *Case Study Research, Design, and Methods*. Newbury Park: SAGE.
- Zikmund, W.G. (2002). *Business Research Methods*. Fort Worth: Dryden Press.