

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini akan dijabarkan mengenai kesimpulan dan saran yang didapatkan dari penelitian. Kesimpulan merupakan jawaban dari tujuan penelitian yang merangkum seluruh kegiatan penelitian yang telah dilakukan. Kemudian terdapat pula saran bagi penelitian serupa yang akan datang.

#### **V.1 Kesimpulan**

Pada bagian ini akan dipaparkan mengenai kesimpulan dari seluruh kegiatan penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan ini merupakan jawaban dari tujuan penelitian yang telah dirumuskan pada bagian pendahuluan. Berikut merupakan poin-poin kesimpulan.

1. Pengguna membutuhkan rancangan kemasan ramah lingkungan untuk makanan dan minuman yang dapat mengemas makanan dan minuman dengan ukuran yang pas, rapat, dan aman untuk diantarkan kepada pembeli. Serta dibutuhkan juga kemasan yang dapat menjadi wadah tempat makan atau minum langsung dan dapat digunakan kembali setelah digunakan.
2. Hasil rancangan kemasan ramah lingkungan yang dirancang terbagi menjadi dua. Bagi UMKM yang bersedia untuk mengganti kemasannya, dirancang kemasan dengan material Kraft untuk makanan berkuah dan kemasan dengan material kertas berlapis material *food grade* untuk minuman dingin. Bagi UMKM yang tidak bersedia untuk mengganti kemasannya, dirancang stiker kemasan yang dapat ditempel pada kemasan dan organisasi KemasanKu untuk membantu proses daur ulang kemasan.

## V.2 Saran

Pada bagian ini akan dijabarkan mengenai saran yang dapat diberikan untuk penelitian serupa di kemudian hari. Berikut merupakan sarannya.

1. Sebaiknya pengujian untuk *prototype* yang sudah berbentuk fisik dapat dilakukan secara langsung. Hal ini bertujuan agar pengguna dapat merasakan pengalaman yang lebih nyata ketika menggunakan rancangan tersebut agar *feedback* yang diberikan pengguna dapat menjadi lebih akurat.
2. Sebaiknya pengujian terhadap organisasi Kemasanku dilakukan kepada *target user* yang sudah mengetahui atau mengalami sistem kerja organisasi pengolahan sampah yang serupa. Hal ini bertujuan agar responden dapat membandingkan ide-ide yang akan diwujudkan pada organisasi Kemasanku dengan organisasi pengolahan sampah lainnya sehingga *feedback* yang dihasilkan dapat menggali pengembangan Kemasanku secara lebih lanjut.
3. Sebaiknya pada tahap *empathize* dilakukan penggambaran *stakeholder* yang terlibat secara jelas. Penggambaran *stakeholder* dapat dilakukan menggunakan *stakeholder map* agar penentuan *target user* pada penelitian dapat dilakukan secara menyeluruh. Hal ini bertujuan agar proses perancangan yang dilakukan dapat melibatkan pemikiran dan ide seluruh *stakeholder* yang terlibat untuk menghasilkan suatu rancangan yang lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, A., Fernandes, R., & Astuti, A. B. (2019). *Smoothing Spline Nonparametric Path: Application for Green Product and Green Marketing Strategi towards Green Product Purchasing Intention*. doi: 10.1088/1755-1315/239/1/012018.
- Bebas Sampah. (2021). Penggunaan Kemasan Makanan dan Minuman Sekali Pakai. <https://bebassampah.id/perpustakaan/1281/penggunaan-kemasan-makanan-dan-minuman-sekali-pakai>. [Diakses: 4 September 2021]
- Databoks. (2021). Pengguna Aplikasi Pesan-Antar Makanan Indonesia Tertinggi di Dunia menurut We Are Social. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/18/penggunaan-aplikasi-pesan-antar-makanan-indonesia-tertinggi-di-dunia>. [Diakses: 2 September 2021]
- Entrepreneur Camp. (2018). 5 Manfaat Kemasan Produk yang Harus Anda Ketahui. <https://entrepreneurcamp.id/kemasan-produk/>. [Diakses: 3 September 2021]
- Handayani, N. T. (2012). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Green Product Sepeda Motor Honda Injection. *Management Analsis Journal* 1(2). Diunduh dari: <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj/article/view/1344>. [Diakses: 20 September 2021]
- Indonesia Environment & Energy Center. (2016). Dampak Plastik Terhadap Lingkungan. <https://entrepreneurcamp.id/kemasan-produk/>. [Diakses: 4 September 2021]
- JDIH BPK RI. Undang-Undang (UU) tentang Pangan. Diunduh dari: <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/39100>. [Diakses: 26 September 2021]
- JDIH BPK RI. Undang-Undang (UU) tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup. Diunduh dari:

- <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/38771/uu-no-32-tahun-2009>.  
[Diakses: 6 September 2021]
- JDIH BPK RI. Undang-Undang (UU) tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Diunduh dari: <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008>. [Diakses: 6 September 2021]
- Jens, J. (2007). *Fundamental of Total Quality Management*. London: Taylor & Francis
- Julianti, E., & Nurminah, M. (2006). Buku Ajar Teknologi Pengemasan. Diunduh dari: <https://dokumen.tips/documents/buku-ajar-teknologi-pengemasan.html>
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. Arti Kata Kemas. <https://kbbi.web.id/kemas>.  
[Diakses: 5 September 2021]
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2020). UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terjunkit. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terjunkit.html>. [Diakses: 2 September 2021]
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Louw, A. & Kimber, M. (2007). *The Power of Packaging*. Diunduh dari: <https://www.scribd.com/doc/91807833/The-Power-of-Packaging>.  
[Diakses: 6 September 2021]
- Michalko, M. (2010). *Cracking Creativity the Secret of Creative Genius*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Mudra, I. W. (2010). Desain Kemasan Produk. Pelatihan Pembuatan Kemasan Puslit Seni Kreasi Baru LP2M ISI Denpasar. Diunduh dari: [http://repo.isi-dps.ac.id/1077/1/Desain\\_Kemasan\\_Produk.pdf](http://repo.isi-dps.ac.id/1077/1/Desain_Kemasan_Produk.pdf). [Diakses: 5 September 2021]
- Mukhtar, S. & Nurif, M. (2015). Peranan *Packaging* Dalam Meningkatkan Hasil Produksi Terhadap Konsumen. *Jurnal Sosial Humaniora*, 8(2). Diunduh dari: <https://iptek.its.ac.id/index.php/jsh/article/view/1251>
- Nielsen. (2020). *Digital Consumers Show Positive Growth Trends*. <https://www.nielsen.com/id/en/press-releases/2020/digital-consumers-show-positive-growth-trends/> [Diakses: 4 September 2021]

- Nielsen Norman Group. (2016). *Design Thinking* 101. <https://www.nngroup.com/articles/design-thinking/> [Diakses: 20 September 2021]
- Nielsen Norman Group. (2016). When and How to Create Customer Journey Maps. Diakses dari: <https://www.nngroup.com/articles/customer-journey-mapping/>. Diakses pada: 28 November 2021
- Preece, J., Rogers, Y., & Sharp, H. (2011). *Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction. Third Edition.*, New York: John Wiley & Sons.
- Ramadhan, M.A.F., & Pangestuti, E. (2018). Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ekolabel (Studi Pada Produk PT Ultrajaya). 57(1). Diunduh dari: <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/File/2348/2742>
- Rubin, J. & Chisnell, D. (2008). *Handbook of Usability Testing How to Plan, Design, and Conduct Effective Tests. Second Edition.* Canada: Wiley Publishing, Inc.
- Simamora, B. (2007). Panduan Riset dan Perilaku Konsumen. Jakarta: PT Gramedia Pusaka Utama
- Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional. (2020). Diunduh dari: <https://sipsn.menlhk.go.id/sipsn/>. [Diakses: 4 September 2021]
- Soemarwoto, O. (2009). Analisis Mengenai Dampak Lingkungan. Yogyakarta: UGM Press.
- Ulrich, K., T., & Eppinger, S., D. (2012). *Product Design and Development. Fifth Edition.* New York: McGraw-Hill.
- UKM Indonesia. (2018). Potret UMKM Indonesia: Si Kecil yang Berperan Besar. <https://www.ukmindonesia.id/baca-artikel/62>. [Diakses: 2 September 2021]