

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan dan saran. Kesimpulan akan disusun berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya. Sementara saran diberikan sebagai masukan untuk penelitian selanjutnya agar menjadi lebih baik.

V.1 Kesimpulan

Pada subbab ini akan dibahas terkait dengan kesimpulan. Kesimpulan penelitian disusun untuk menjawab tujuan dari penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya. Berikut merupakan kesimpulan dalam penelitian ini.

1. Berdasarkan 17 kelompok kata *Kansei*, yakni ramah lingkungan, aman, berkualitas, mudah digunakn, bermanfaat, layak, rapi, tegas namun elegan, berkesan, desain feminin, desain menarik berciri khas, hemat tempat, komposisi warna seimbang, sederhana, informatif, dan desain proporsional didapatkan sebuah rancangan kemasan bagi *Labushky*. Rancangan tersebut dibuat dengan perpaduan warna biru, merah, dan *broken white*. Kemasan dibuat dengan bentuk dasar kotak atau kubus dilengkapi dengan banyak ruang di dalamnya. Selain itu, kemasan tersebut dari material yang kokoh yakni *greyboard* serta sistem buka tutup dengan menggunakan *magnetic closure*. Kombinasi desain ini didapatkan seluruhnya melalui analisis 17 kelompok kata *Kansei*.
2. Proses evaluasi dilakukan dengan metode kuesioner dan wawancara. Melalui proses kuesioner diperoleh semua kelompok kata *Kansei* terpenuhi menandakan bahwa kemasan yang dibuat dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai di atas angka 3 untuk 17 kelompok kata *Kansei*, kecuali nilai dari kata sederhana berada di bawah angka 3. Hal ini karena sederhana bermakna negatif. Sementara melalui proses wawancara, kemasan dianggap sudah sangat baik. Namun terdapat beberapa kekurangan yang perlu diperbaiki.

V.2 Saran

Pada subbab ini akan dibahas mengenai saran. Saran berisikan mengenai masukan agar penelitian selanjutnya dapat berjalan dengan lebih baik. Berikut merupakan saran yang dapat diberikan.

1. Penentuan kata yang mewakili anggota kelompok dalam diagram afinitas harus dilakukan secara hati-hati dan teliti.
2. Kriteria dalam pemilihan sampel produk dapat lebih diperluas lagi. Tujuannya agar dapat diperoleh sampel produk yang lebih beragam.
3. Proses sintesis desain dapat dilakukan dengan matriks *Quality Function Deployment*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ann-Mari, S., & Patrik, A. (2015). Fashion, Sociology of. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 19(3), 835–839.
- Anwar, N. S. (2008). *Apa yang Akan Kau Lakukan terhadap Sampah?* Bandung: PT Elisa Surya Dwitama.
- Arisona, R. D. (2018). Pengelolaan Sampah 3R (Reduce, Reuse, Recycle) pada Pembelajaran IPS untuk Menumbuhkan Karakter Peduli Lingkungan. *Jurnal Pendidikan Islam*, 3(1), 39–51.
- Bruce, M. and L. Daly, 2007. Design and marketing connections: Creating added value. *Journal of Marketing Management*, 23(9-10): 929-953
- Cenadi, C. S. (2000). Peranan Desain Kemasan dalam Dunia Pemasaran. *Jurusan Desain Komunikasi Visual*, 2(1), 92–103.
- Darmawan, G. (2013). Peran Unit Pelaksana Teknis (UPT) Kebersihan, Pertamanan, dan Pemakaman (KPP) pada Dinas Pekerjaan Umum dalam Pengelolaan Sampah di Kota Sanggata Kabupaten Kutai Timur. *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 1(4).
- Dewanto, A. R. T. (2023, 1 Agustus). Menparekraf: Ekonomi Kreatif Perkuat Capaian Target Indonesia Emas 2045. *Warta Ekonomi*. Diakses 22 Agustus 2023 dari <https://wartaekonomi.co.id/read509211/menparekraf-ekonomi-kreatif-perkuat-capaian-target-indonesia-emas-2045>
- Faisal, M. A. (2019). Kajian Desain Kemasan Tolak Angin dan Antangin. *Ikonik Jurnal Seni Dan Desain*, 1(1), 51–60. <https://doi.org/10.51804/ijds.v1i1.426>
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek* (1st ed.). Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis*. United Kingdom: Cengage Learning EMEA.
- Indonesia. (2008). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 93, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4859. Jakarta: Sekretariat Negara.

- Intan, P. (2022, 18 September). Peluang Pasar: Tas Wanita. *UKM Indonesia*. Diakses 15 Agustus 2023 dari <https://www.ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/peluang-pasar-tas-wanita>
- Jordan, P. W. (2000). *Designing Pleasurable Product*. London: Taylor & Francis.
- Kemasan. (2016). Pada KBBI Daring. Diakses 17 September 2023, dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Kemasan>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2022, 1 Oktober). Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah. *Ekon*. Diakses 14 Agustus 2023 dari <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14th ed.). Upper Saddle River, Nj Prentice Hall.
- Kozik, N. (2020). Sustainable packaging as a tool for global sustainable development. *SHS Web of Conferences*, 74(04012), 1–8. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20207404012>
- Krasovec, S. A., & Klimchuk, M. R. (2006). *Desain Kemasan: Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai Penjualan*. Jakarta: Erlangga
- Lathifa, D. (2019, 13 November). Meninjau Perkembangan UMKM di Indonesia, Bagaimana Kondisinya?. *OnlinePajak*. Diakses 14 Agustus 2023 dari <https://www.online-pajak.com/tentang-pph-final/perkembangan-umkm-di-indonesia>
- Lokman, A. M. (2010). Design & Emotion: The Kansei Engineering Methodology. *Malaysian Journal of Computing (MJOC)*, 1(1), 1–14.
- Louw, A. & Kimber, M. (2007). *The Power of Packaging, The Customer Equity Company*.
- Malhotra, Naresh K., 2012, Pearson Education, Upper saddle river, New Jersey
- Masitoh, S. (2022,16 Oktober). Kemenparekraf: Ekonomi Kreatif menyumbang 7,8% PDB Nasional. *Kontan.co.id*. Diakses 22 Agustus 2023 dari <https://nasional.kontan.co.id/news/kemenparekraf-ekonomi-kreatif-menyumbang-78-pdb-nasional>

- Maslakhah, I., & Sutopo. (2017). Pengaruh Kemasan dan Daya Tarik Iklan terhadap Citra Merek serta Preferensi Merek di Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian. *Diponegoro Journal of Managemenet*, 6(4), 1–15.
- Nagamachi, M. (2011). *Kansei/Affective Engineering*. London: CRC Press.
- Nagamachi, M., & Lokman, A. M. (2010). *Innovation for Kansei/affective engineering*. CRC Press.
- Naufal. (2022, 16 November). Kemasan Ramah Lingkungan: Realita Atau Sekedar Gimmick. *Gemapack*. Diakses 24 September 2023 dari <https://www.gemapack.co.id/kemasan-ramah-lingkungan/>
- Nurdiani, N. (2014). Teknik Sampling Snowball dalam Penelitian Lapangan. *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, 5(2), 1110. <https://doi.org/10.21512/comtech.v5i2.2427>
- Ochi, E. (2022, 18 Julil). Beberapa Alternatif Kemasan Ramah Lingkungan yang Bisa Jadi Pilihan untuk Usahamu. *BeautyJournal.id*. Diakses 24 September 2023 dari <https://journal.sociolla.com/lifestyle/kemasan-ramah-lingkungan?page=2>
- Orth, U. and K. Malkewitz, 2008. Holistic package design and consumer brand impressions. *Journal of Marketing*, 72(3): 64-81. DOI: 10.1509/jmkg.72.3.064
- Pristiandaru, D. L. (2023). Mengenal Tujuan 12 SDGs : Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab. *Kompas*. Diakses 15 Agustus 2023 dari <https://lestari.kompas.com/read/2023/05/19/080000086/mengenal-tujuan-12-sdgs--konsumsi-dan-produksi-yang-bertanggung-jawab#:~:text=Tujuan%20nomor%2012%20dari%2017%20tujuan%20SDGs%20adalah,production%20atau%20ensure%20sustainable%20consumption%20and%20production%20patterns>
- Rasti, R. (2022, 7 Maret). Indonesia Hasilkan Sampah 185 Ribu Ton Per Hari, Mulai dari Wadah Skincare hingga Bubble Wrap. *Mnews*. Diakses 15 Agustus 2023 dari <https://mnews.co.id/read/fokus/indonesia-hasilkan-sampah-185-ribu-ton-per-hari-mulai-dari-wadah-skincare-hingga-bubble-wrap/>
- Riyanto, A. A. (2003). *Teori Busana*. Bandung: Yapemdo.
- Rustan, Suriyanto.(2011). *Font & Tipografi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- Santoso, S. (2018). *Mahir Statistik Multivariat dengan SPSS*. Elex Media Komputindo.
- Sekaran, Uma dan Bougie, Roger. 2016. *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*, 7th Edition. New Jersey: Wiley
- Sianturi, R. (2022). Uji Homogenitas sebagai Syarat Pengujian Analisis. *Jurnal Pendidikan, Sains, Sosial, Dan Agama*, 8(1), 386–397. <https://doi.org/10.53565/pssa.v8i1.507>
- Sicca, S. P. (2021, November 4). Apa Dampak Buruk Kertas bagi Lingkungan? Retrieved October 15, 2023, from KOMPAS.com website: <https://internasional.kompas.com/read/2021/11/04/044646770/apa-dampak-buruk-kertas-bagi-lingkungan>
- Simamora, B. (2007). *Panduan riset perilaku konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Soekanto, S. (1993). *Kamus Sosiologi*. 1993: PT. Raja Grafindo Persada.
- Su, Y., Duan, H., Wang, Z., Song, G., Kang, P., & Chen, D. (2020). Characterizing the Environmental Impact of Packaging Materials for Express Delivery via Life Cycle Assessment. *Https://Doi.org/10.1016/J.jclepro.2020.122961*, 274, 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122961>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaiman, M. R., & Ramadhan, F. (2023). Makin Digemari Masyarakat, Tren Fashion Alami Meningkatkan Hingga 2,5 Kali Lipat Dibanding Tahun 2022. *Suara*. Diakses 15 Agustus 2023 dari <https://www.suara.com/lifestyle/2023/07/05/213000/makin-digemari-masyarakat-tren-fashion-alami-meningkat-hingga-25-kali-lipat-dibanding-tahun-2022>
- Tambunan, T. (2012). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-isu Penting*. Jakarta: LP3ES.
- Tambunan, S. R. (2016). Peran Kemasan Snack dalam Membangun Hubungan Emosional dengan Konsumen. *JUPIIS: JURNAL PENDIDIKAN ILMU-ILMU SOSIAL*, 3(1), 26. <https://doi.org/10.24114/jupiis.v8i1.5113>

- Ulrich, K. T., & Eppinger, S. D. (2016). *Product Design and Development*. New York: Mc Graw Hill Education.
- Varwati, L., & Sulaiman, M. Reza. (2022, October 20). Sampah Kertas dari Produk Fashion Juga Bisa Cemari Lingkungan! Bagaimana Supaya Tetap Sustainable? *Suara.com* Diakses 22 Agustus 2023 dari <https://www.suara.com/lifestyle/2022/10/20/231820/sampah-kertas-dari-produk-fashion-juga-bisa-cemari-lingkungan-bagaimana-supaya-tetap-sustainable>
- Widajanti, E. (2014). Peran Strategi Operasi dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif bagi Perusahaan. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 14(1), 77-90.
- Widiastuti, D. (2022). SDGs (Sustainable Development Goals): Sebuah Kerangka Solusi. *Kompasiana*. Diakses 15 Agustus 2023 dari <https://www.kompasiana.com/dina49706/5ee32c2ad541df0a2941dec2/sdgs-sustainable-development-goals-sebuah-kerangka-solusi>
- Wirya, Iwan 1999. *Kemasan yang Menjual*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Zulmaulida, R., Saputra, E., Akmal, N., Sihombing, P. R., Supriatin, F. E., Fuady, I., Muhsam, J. (2022). *Teori Statistik Pendidikan*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.