

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN**

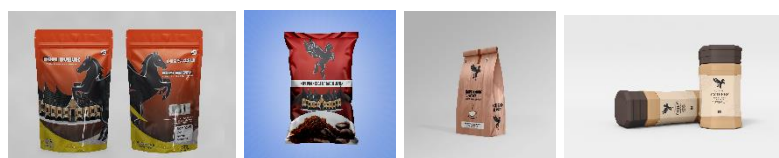
#### **6.1 Kesimpulan**

Dalam penelitian ini menggunakan metode *Kansei Engineering* yang menejermahkan perasaan konsumen ke dalam spesifikasi desain untuk dapat menambah fungsi kemasan dan memperluas pangsa pasar pada produk Kopi Bubuk Kuda terbang H.Arman. Maka didapatkan kesimpulan setelah melakukan penelitian, kesimpulan tersebut sebagai berikut:

1. Kata-kata *kansei* yang digunakan dalam pembuatan desain kemasan Kopi Bubuk Kuda Terbang H.Arman adalah:
  1. Mudah dibuka.
  2. Informatif.
  3. Mudah dibawa.
  4. Muda dibawa.
  5. Modern.
  6. Menarik.
  7. Berwarna.
  8. Unik.
  9. Simpel.
  10. Transparan.
  11. Ramah lingkungan.
  12. Warna cerah.
  13. Praktis.
  14. Zipper.
  15. Mudah Disimpan.
2. Dengan dilakukannya *re-design* didapatkan 4 alternatif desain kemasan yang dirancang berdasarkan keinginan para konsumen seperti gambar dibawah ini:



**Gambar 6. 1 Tahapan Rancangan Desain Kemasan**



**Gambar 6. 2 Rancangan Desain Kemasan**

3. Dengan menggunakan metode *Simple Additive Weighting*, desain kemasan alternatif 1 dengan nilai total 11,5 yang terpilih menjadi desain kemasan terbaru Kopi Bubuk Kuda Terbang H.Arman, yaitu kemasan dengan *zipper lock*, mudah dibawa, informatif, mudah diingat, modren, ramah lingkungan, warna cerah, praktis, menarik, mudah dibuka, mudah dibawa, simpel, unik, simpel dan mudah disimpan.

## 6.2 Saran

Ada beberapa hal yang dijadikan saran dalam desain kemasan Kopi Bubuk Kuda Terbang H.Arman:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi UMKM Kopi Bubuk Kuda Terbang H.Arman sehingga meningkatkan nilai jual kopi itu sendiri.
2. Penelitian ini masih jauh dari sempurna baik dari segi metode maupun alat ukur dan jumlah sampelnya. Oleh karena itu masih terbuka penelitian lanjutan dengan menggunakan metode lain untuk melakukan desain kemasan.

## DAFTAR PUSTAKA

- By : Nashrullah Hasin, Direktur Lembaga Pengembangan Kemasan UKM Indonesia, <http://www.pesandesainkemasan.wordpress.com>
- Cenadi, Christine Suharto, Nirmana Jurnal Deskomvis. Universitas Kristen Petra Vol.2/No.2, Juli 2000.
- Cotton, Bob. The New Guide to Graphic Design. Phaidon, Oxford, 1990.
- Donida, Deandy., et al. (2020). Perancangan Desain Kemasan Produk Carica Dengan Konsep Kansei Engineering Dan Model Kano. Univesitas Diponegoro: Semarang.
- Dhunniyo Widyaningrum Wulansari, 2021. Pemilihan desain dan mutu kemasan kopi muntu dengan metode *kansei engineering* dan model kano. Sidoarjo.
- Eniyati, 2011. Perancangan System pendukung Pengambilan Keputusan Untuk Penerimaan Beasiswa Dengan Metode SAW (*Simple Additive Weighting*)
- Fahmi, hammad, 2021. Usulan perancangan kemasan kopi palasari kelompok tani giri senang dengan menggunakan *kansei engineering*. Bandung.
- Faisal, Doni., et al. (2021). Penerapan Metode *Kansei Engineering* Sebagai Upaya Perancangan Ulang Kemasan Takoyaki (Studi Kasus: Takoyakiku Samarinda). Universitas Mulawarman: Samarinda.
- Klimchuk, Marrienne Rosner and Krasovec Sandra A. (2007). Desain Kemasan Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip (2003). Manajemen Pemasaran, Edisi sebelas. Jakarta : PT. Indeks.
- Lokman Moh, Anitawati., (2010). *Design & Emosi: The Kansei Engineering Methodology*, Universitiy Teknologi Mara. Malaysia.
- Nugroho J. Setiadi.2003. Perilaku Konsumen. Edisi pertama. Penerbit Prenada Media. Jakarta
- Nagamachi, (1995), *Kansei Engineering : A New Ergonomic Consumer Oriented Technology for Product Development. International Journal of Industrial Ergonomics* Vol.15 (1995) 3-11, Japan.

Rahmayani,2015. Rancangan Kemasan Bedak Tabur Dengan Menggunakan Metode *Kansei Engineering*.

Wirya, Irwan. (1999). Kemasan yang menjual, menang bersaing melalui kemasan. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.