

BAB VI KESIMPULAN

6.1. Kesimpulan

Dalam penelitian ini menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) 4 phase untuk dapat menambah fungsi kemasan Keripik Balado Cahaya sebagai media komunikasi dan informasi. Desain kemasan yang diinginkan konsumen yaitu:

1. Menggunakan kemasan dengan ukuran 14 x 23 cm pada kemas.
2. Kemasan mudah dibuka dilengkapi dengan *zipper lock*.
3. Menambahkan kombinasi warna.
4. Penggunaan jenis tulisan yang jelas dan mudah dibaca
5. Menampilkan gambaran produk dan logo.
6. Menampilkan informasi gizi, izin, komposisi bahan baku dan tanggal kadaluarsa.
7. Menambahkan informasi produsen dan kode QR produsen.
8. Menampilkan logo kemasan.
9. Menampilkan nama brand.

Penggunaan metode QFD 4 fase dilakukan untuk memperoleh informasi desain kemasan keripik Balado Cahaya. Berikut merupakan tahapan QFD 4 fase:

1. *Quality Function Deployment* Fase 1

Pada fase pertama memberikan informasi 15 keinginan konsumen yang dijawab dengan 6 respon teknis dari produsen. Respon teknis yang diberikan produsen adalah Bahan kemasan yang lebih tebal (prioritas 1), ukuran kemasan yang sesuai dengan kapasitas (perioritas 2), desain kemasan yang modern (perioritas 3), gambar produk dengan informasi yang jelas (perioritas 4), Warna kemasan yang menarik (perioritas 5), sistem penutup (perioritas 6).

2. *Quality Function Deployment* Fase 2

Pada fase kedua hasil dari respon teknis akan menjadi *input* pada fase kedua. Semua respon teknis akan dilakukan proses pengalihan pada fase ini dan dijawab dengan 10 spesifikasi komponen. Difase ini yang menjadi perioritas adalah menampilkan gambaran produk dan logo.

Semua spesifikasi komponen akan dijadikan masukkan dalam tahapan desain.

3. *Quality Function Deployment* Fase 3

Pada fase 3 adalah lanjutan dari tahapan sebelumnya yang dimana memberikan masukkan spesifikasi proses untuk dapat mewujudkan spesifikasi komponen pada fase 2. Pada tahapan ketiga ini diperoleh 7 karakteristik proses untuk memenuhi spesifikasi komponen. Prioritas pertama yang diperoleh adalah print desain dengan stiker, tempel stiker kemasan pada area depan dan belakang kemasan (prioritas 2), penggunaan kemasan plastik aluminium foil bahan polypropylene dengan zipper lock untuk kemasan (prioritas 3), proses pemotongan desain dengan ukuran 14 x 23 cm dan penyotiran kemasan (prioritas 4), proses laminasi untuk permukaan kemasan (prioritas 5), dan proses terakhir adalah proses penyambungan dengan *countinus sealer*.

4. *Quality Function Deployment* Fase 4

Pada tahapan terakhir ini adalah menentukan rencana kebutuhan untuk menjawab 7 prioritas pada karakteristik proses. Rencana yang diperlukan pada tahapan keempat ini adalah bahan baku, stasiun kerja, peralatan dan operator. Adapun 4 rencana kebutuhan yang menjadi prioritas adalah tersedianya operator yang terampil dan stasiun kerja dengan nilai 12.938.877,90. Dari keinginan konsumen ini akan didesain kemasan keripik Balado Cahaya yang baru. Berikut perbedaan desain lama dan desain baru dari keripik Balado Cahaya dapat dilihat pada Gambar 6.1 dan 6.2.



Gambar 6.1. Desain Lama



Gambar 6.2. Desain Baru

6.2. Saran

1. Hasil dari penelitian diharapkan dapat menjadi masukan bagi UMKM “keripik Balado Cahaya” sehingga meningkatkan nilai jual produk.
2. untuk UMKM “keripik Baldo Cahaya” agar dapat melakukan pemeriksaan gizi produknya, agar dapat mencantumkan gizi pada kemasan.

DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swastha, 1999 Manajemen Pemasaran *Modern*, Edisi Ketiga Yogyakarta, Liberty.
- Chen, S. S. 2006. The relation between ideology and decision-making, *The Journal of Global Business Management*, Vol. 2, No. 3, pp.140-50.
- Cohen, Lau, 1995, *Quality Function Deployment : How to Make QFD Work for You*, Addison-wesley, Inc., Massachusetts.
- J, Mahesh Patil. 2010. *Quality Function Deployment (QFD) for Product Design*. India : TIME 2010.
- Klimchuk, Marianne Rosner & Krasovec, Sandra A., 2007. *Desain Kemasan: Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai Penjualan*. Trans. Bob Sabran. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip Gary Armstrong, (2008) *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1, Erlangga, Jakarta
- Kusmiati R, Artini. Pudjiastuti, Sri. Suptandar, Pamudji (1999). *Teori Dasar Desain Komunikasi Visual*. Jakarta: Djambatan.
- Kotter, Philip, 1993. *Manajemen pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian)* volume satu, Edisi ketujuh, Terjemahan : Adi Zakaria Afiff, FE UI, Jakarta
- Philip Kotler, 2003. *Manajemen Pemasaran*, Edisi sebelas. Jakarta : PT. Indeks.
- Rob, Carter. (1997). *Working With Computer*. Brighton: Rotovision.
- Reilly, Norman B, *The Team based product development guidebook*, ASQ Quality Press, Milwaukee Wisconsin, 1999.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, Lusi, dkk, 2015, *Pengantar Ergonomi Industri*, Andalas University Press, Padang.
- Verbeke, W. 2006. "Functional Foods: Consumer Willingness to Compromise on Taste for Health," *Food Qual. Prefer*, 17: 126—131.