

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN**

#### **6.1. Kesimpulan**

Penelitian ini menggunakan metode *Quality Function Deployment (QFD)* 4 fase untuk mengembangkan desain kemasan ladu sala upik agar efektif dalam media komunikasi dan informasi kepada konsumen. Proses ini dimulai dengan mengidentifikasi 15 keinginan konsumen lalu disaring menjadi 10 atribut utama untuk komunikasi dan informasi pada kemasan. Terdapat enam respon teknis dari produsen, deskripsi produk, gambar kemasan, warna, ukuran, karakteristik bahan dan sistem penutup kemasan yang dijadikan dasar pengembangan spesifikasi komponen.

Fase kedua QFD respon teknis ini diubah menjadi 10 spesifikasi komponen, dengan prioritas utama menampilkan gambar produk dan logo halal pada kemasan. Spesifikasi ini kemudian diterapkan dalam desain kemasan. Fase ketiga melanjutkan proses dengan menentukan tujuh karakteristik proses untuk mencapai spesifikasi tersebut, seperti mencetak desain dalam bentuk stiker, penggunaan bahan plastik *aluminium foil* dan proses penyambungan dengan *continous sealer*.

Fase keempat menjadi proses terakhir QFD dengan menetapkan rencana kebutuhan operasional seperti bahan baku, stasiun kerja, peralatan dan tenaga kerja terampil. Dari rencana ini prioritas utama adalah tersedianya operator yang terampil dan stasiun kerja yang memadai.

Keseluruhan pendekatan QFD 4 fase ini menghasilkan desain kemasan ladu sala upik yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memenuhi kebutuhan konsumen dalam hal informasi dan komunikasi. Desain ini mempertimbangkan kemudahan penggunaan, tampilan yang menarik, serta informasi produk yang lengkap dan jelas. Seperti logo halal, informasi gizi dan detail produsen. Hasil akhir berupa kemasan yang fungsional dan memenuhi keinginan konsumen.

## **6.2. Saran**

1. Untuk penelitian selanjutnya agar melakukan evaluasi berdasarkan pendapat dinas yang bertugas dalam pengawasan makanan.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi UMKM “Upik” sehingga dapat memperbaiki fungsi komunikasi dan informasi pada kemasan.
3. Untuk UMKM “Upik” agar dapat melakukan pemeriksaan kandungan gizi produknya, sehingga bisa mencantumkan gizi pada kemasan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, W. (2009). *Teknologi Pengemasan, Desain dan Pelabelan Kemasan Produk*. Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI), 3.
- Azwar, S. (1986). *Realibilitas dan Validitas: Interpretasi dan Komputasi*. Yogyakarta: Yogyakarta *Liberty*.
- Budiarjo, H. (2017). Pengaruh Fungsi, Ukuran, dan Bentuk Jendela Kemasan serta Model Lipatan Kemasan terhadap Perilaku Pembelian. *ANDHARUPA Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*.
- Cohen, L. (1995). *Quality function deployment : how to make QFD work for you*. Canada: Reading, Mass : Addison-Wesley.
- Doug Daetz, W. B. (1995). *Customer integration : the quality function deployment (QFD) leader's guide for decision making*. New York: Wiley, New York, 1995.
- Engelberth Ivangelist Lamalouk, R. A. (2023). *Re-Design Kemasan Produk Keripik Tempe Dengan Menggunakan Metode Kansei Engineering*. *Jurnal Rekayasa Industri (JRI)*, Vol. 5 No. 1 April 2023.
- Ermawanti dan Emmy. (2019). Pendampingan Peranan dan Fungsi Kemasan Produk dalam Dunia Pemasaran Desa Yosowilangun Lor. *EMPOWERMENT SOCIETY Volume 2, Number 2*, Agustus 2019.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Irawati, L. (2023). Usulan Perbaikan Desain Kemasan Menggunakan Metode *Quality Function Deployment* dan *House of Quality*. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* Volume 5 No 4 (2023) 1732-1738 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351.
- Jaelani, E. (2012). Perencanaan dan Pengembangan Produk Dengan *Quality Function Deployment (QFD)*. *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi*.
- Klimchuk, M. R. (2007). *Desain Kemasan: Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai penjualan*. Erlangga, Jakarta.

- Njoto, T. K. (2016). Pengaruh Desain Kemasan, Cita Rasa, dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bumi Anugerah. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* Volume 1, Nomor 4, Oktober 2016.
- Nugrahani, R. (2015). Peran Desain Grafis pada Label dan Kemasan Produk Makanan UMKM. *Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Semarang* Vol. IX No. 2 - Juli 2015.
- Pujihastuti, I. (2010). Prinsip Penulisan Kuesioner Penelitian. *CEFARS : Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah* Vol. 2 No. 1 Desember 2010.
- Purnamasari, D. (2017). Perancangan Kuisisioner Survei Galangan. *Technology Science and Engineering Journal, Vol 1 No 1 February 2017*.
- Purwanugraha, A. (2021). Penggunaan Media *Big Book* untuk Menumbuhkan Minat Baca Siswa di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu Volume 5* Nomor 1 Tahun 2021 Halaman 446-452, 4.
- Rachmawati. (2007). Pengumpulan Data dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, Volume 11, No.1, Maret 2007.
- Rahardjo, S. T. (2019). Desain Grafis Kemasan UMKM. Yogyakarta: Grup Penerbitan Cv Budi Utama.
- Rasyid, R. (2019). Perbandingan Logo, Warna dan Kemasan Terhadap Penjualan Produk. *Accounting and Management Journal 3(1):51-56*.
- Salsa Aliffia, K. (2023). Pengaruh Tingkat Kepedulian Masyarakat Terhadap Label Nutrisi Pada Frozen Food yang Berhubungan Kepada Kesehatan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Trisakti*.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan *R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan *R&D*. Bandung: ALFABEYA, CV.
- Suradi, K. (2005). Pengemasan Bahan Pangan Hasil Ternak dan Penentuan Waktu Kadaluarsa. Fasilitas Penanganan Pengemasan Olahan Ternak , 7.
- Suyasa, P. T. (2023). Pembuatan Alat Ukur (Kuesioner) Penelitian Survei. *Conference: Webminar ASII - Pembuatan Alat Ukur (Kuesioner) Penelitian Survei*.

- Syukri, A. (2016). *Pengemasan Pangan*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Tarigan, D. M. (2023). *Perancangan Ulang Kemasan Produk Roti Kacang Cap Amanda dengan Metode Geneva Emotion Wheel (Gew)*. Medan: Universitas Medan Area.
- Tarmizi, Y. (2023). *Membuat Panduan Wawancara dalam Penelitian Kualitatif*.
- Widiati dan Ari. (2019). Peranan Kemasan (*Packaging*) dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) di “Mas Pack” Terminal Kemasan Pontianak. *Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura*, 4-6.