

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan permasalahan dan pembahasan data di atas, maka kesimpulan yang didapatkan dalam topik perancangan produk kemasan ramah lingkungan sebagai fungsi pemasaran studi kasus pada UMKM *Niki Eco* adalah sebagai berikut:

1. *Niki Eco* adalah usaha rumahan yang bergerak di bidang kuliner menjual bubur manis dengan tiga varian rasa yaitu bubur jagung (Burgung), bubur singkong (Burkong), dan bubur ketan (Burtan). Dalam konteks UMKM, *Niki Eco* termasuk kedalam kategori usaha mikro. Penjualan yang masih terbatas karena tidak adanya desain kemasan sebagai fungsi pemasaran serta penggunaan kemasan tidak ramah lingkungan menjadi dasar dalam perancangan ini.
2. Berdasarkan data wawancara dengan penjual *Niki Eco* didapatkan informasi mengenai usaha dan produk usaha. Harga per produk adalah Rp5.000 dan cara berjualan dengan cara pesanan secara daring. Berdasarkan data observasi didapatkan data foto dokumentasi mengenai proses jual-beli produk *Niki Eco*. Diketahui bahwa rata-rata pembeli *Niki Eco* adalah ibu-ibu yang sudah memesan secara daring satu hari sebelum produk dibuat. Berdasarkan data kuesioner didapatkan bahwa pembeli masih banyak melihat penjual di pasar menggunakan jenis kemasan yang sulit terurai. Serta aspek desain kemasan menjadi aspek penting dalam membeli suatu produk
3. Dilakukan perancangan produk kemasan *Niki Eco* meliputi kemasan primer, sekunder, tersier, serta sendok kayu. Material yang digunakan adalah organik sehingga lebih mudah terurai secara alami. Penentuan harga jual *Niki Eco* adalah Rp.5.000 per produk, kemasan sekunder yang bisa menampung 3-4 kemasan primer dengan harga Rp.2.000, serta kemasan tersier yang bisa menampung 7-9 kemasan primer dengan harga Rp.5.000. Kemudian dilakukan proses diskusi grup terfokus (FGD) dengan penjual, pembeli aktif, dan calon pembeli produk *Niki Eco* untuk mengetahui tanggapan mengenai desain

kemasan serta harga jual baru. Kesimpulan dari diskusi tersebut antara lain semua peserta sangat menyukai desain dan bentuk kemasan baru Niki Eco. Para peserta juga menganggap harga jual yang ditentukan wajar karena kemasan baru membutuhkan material dan pembuatan yang kompleks.

5.2 Saran

Saran yang dapat disampaikan dari pembahasan diatas antara lain:

a) Saran untuk penjual

- Pelaku UMKM sebaiknya mulai memperhatikan aspek desain kemasan yang bisa membedakan produknya dengan merek lain. Selain sebagai pembeda, desain kemasan juga berfungsi sebagai sarana pemasaran sebuah produk di pasar dan dapat meningkatkan omzet penjualan.
- Selain memperhatikan aspek desain pada kemasan, penjual juga harus memperhatikan material kemasan. Pemilihan kemasan sebaiknya berbahan organik yang mudah terurai secara alami dan tidak menyebabkan pencemaran lingkungan.

b) Saran untuk penulis

- Dalam mendesain kemasan sebaiknya lebih memperhatikan target pembeli, karena berkaitan dengan kemampuan konsumen dalam membeli suatu produk. Pemilihan material dan konstruksi pada kemasan menentukan harga jual suatu produk. Sebaiknya harga baru yang ditetapkan tidak melebihi dari ekspektasi konsumen yang terdapat di data kuesioner.