

BAB VI

PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah dari penelitian yang telah dilakukan, serta saran yang dapat dijadikan acuan bagi pengembangan dan penelitian selanjutnya

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Perancangan ulang kemasan kue sapik menghasilkan perubahan pada aspek visual, struktural, fungsional, informasi, dan keberlanjutan dibandingkan kemasan sebelumnya. Perubahan tersebut diwujudkan melalui penggunaan kemasan *paper tube* berbahan kertas kraft dengan lapisan PP *food grade*, penambahan penutup *resealable*, penerapan identitas visual bernuansa budaya Minangkabau, serta penyajian informasi produk yang lebih lengkap seperti tabel nilai gizi, logo halal, informasi produsen, dan *QR Code* edukasi. Proses perancangan menggunakan metode *Design Thinking* memastikan desain yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen. Hasil perancangan mampu meningkatkan fungsi perlindungan produk, memperkuat identitas merek, dan menerapkan prinsip keberlanjutan.
2. Pengujian rancangan kemasan menggunakan metode *A/B Testing* terhadap 97 responden menunjukkan bahwa seluruh atribut penilaian, meliputi daya tarik visual, kemampuan melindungi produk, kelengkapan informasi, kemudahan penggunaan, dan aspek keberlanjutan mengalami peningkatan dibandingkan kemasan sebelumnya. Hasil analisis *Paired Sample T-Test* menunjukkan nilai rata-rata perbedaan sebesar -217,30, nilai t hitung -31,437, dan nilai Sig. (2-tailed) sebesar $0,000 < 0,05$, yang menunjukkan bahwa hipotesis H_0 ditolak dan terdapat perbedaan yang signifikan antara

kemasan lama dan kemasan hasil perancangan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kemasan baru lebih mampu memenuhi kebutuhan emosional dan fungsional konsumen dan mengindikasikan bahwa rancangan kemasan berpotensi meningkatkan minat beli terhadap produk kue sapik.

3. Analisis kelayakan ekonomi menunjukkan bahwa rancangan kemasan layak diterapkan pada UMKM Rina Uyun dengan harga jual sebesar Rp18.000 per unit. Hasil *benchmarking* menunjukkan bahwa harga tersebut masih berada dalam rentang harga pasar kue sapik, yaitu Rp15.000–Rp25.000, sehingga memiliki daya saing sebagai produk dengan harga yang kompetitif. Nilai Benefit Cost Ratio (BCR) sebesar 1,23 menunjukkan bahwa setiap pengeluaran sebesar Rp1,00 mampu menghasilkan manfaat ekonomi sebesar Rp1,23, sedangkan nilai *Return on Investment* (ROI) sebesar 23,2% menunjukkan bahwa investasi pada kemasan baru memberikan tingkat keuntungan yang menguntungkan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa penerapan kemasan baru berpeluang meningkatkan kualitas dan nilai tambah produk serta memiliki kelayakan secara ekonomi berdasarkan analisis yang dilakukan. Hasil ini menunjukkan adanya potensi penerapan kemasan baru untuk mendukung pengembangan produk UMKM Rina Uyun.

6.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, didapatkan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya.

1. Penelitian selanjutnya disarankan melakukan perhitungan LCA (*Life Cycle Assessment*) terhadap rancangan kemasan agar dampak lingkungan kemasan dapat diukur secara lebih komprehensif dan terstandar.
2. Penelitian selanjutnya disarankan mengevaluasi respons konsumen setelah kemasan diterapkan di pasar melalui pengukuran minat beli, keputusan

pembelian, dan kepuasan konsumen guna mengetahui efektivitas kemasan terhadap peningkatan penjualan produk.

3. Penelitian selanjutnya disarankan menguji efektivitas kemasan baru pada kondisi distribusi yang sebenarnya, seperti pengujian ketahanan terhadap benturan, tekanan, dan penyimpanan, sehingga kemampuan kemasan dalam melindungi produk dapat dibuktikan secara lebih komprehensif.

