

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh penulis serta pembahasan yang sudah dibahas pada bab sebelumnya mengenai perancangan konsep kemasan sate, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Perancangan ulang kemasan dilakukan oleh peneliti meliputi penyiapan konsep pembuatan kemasan serta alur produksi pembuatan kemasan sampai kemasan siap uji. Setelah konsep kemasan sate telah dibuat sebagai alternative atau pengganti kemasan kertas nasi/lilin kemudian kemasan tersebut sebelumnya diberi tiga perlakuan berbeda terlebih dahulu, yaitu (1) konsep kesaman sate 1; (2) konsep kemasan sate 2; Setelah itu, konsep kemasan sate dilakukan pengujian fungsi kemasan kepada 15 orang panelis ahli terhadap dua sampel, formula terbaik yang dipilih oleh panelis ahli adalah sampel konsep kemasan sate 1.
2. Pada saat uji daya terima konsumen, penilaian yang diberikan oleh konsumen untuk konsep kemasan sate memiliki nilai rata-rata 414.2 atau dapat diterima oleh konsumen. Selain itu, konsep kemasan sate lebih disukai dibandingkan dengan produk kontrol baik dari segi *containment, protection, convenience* dan *communication*.
3. Harga jual yang ditentukan untuk satu konsep kemasan sate adalah sebesar Rp. 1.000. Penentuan harga jual tersebut diperoleh melalui kalkulasi rugi laba dengan metode *Mark-Up* atau *Cost-Plus*.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat direkomendasikan kepada penulis dalam melakukan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk memperpanjang usia pakai kemasan, perlu adanya laminasi bahan kemasan secara baik.
2. Untuk rancangan kemasan dapat lebih dibuat bervariasi atau agar dapat digunakan untuk kemasan yang relatif lebih kecil maupun kemasan yang relatif besar.
3. Konsep kemasan sate berpotensi menjadi produk kemasan yang dapat digunakan untuk masyarakat umum karena terbuat dari bahan *food grade* serta ramah lingkungan karena terhindar dari bahan kemasan plastik. Untuk menarik minat masyarakat secara luas, kemasan sate dapat memungkinkan konsumen untuk memberikan logo karena pada kemasan terdapat ruang untuk memberikan logo maupun merek serta dapat menjadi media promosi yang baik bagi produk yang dikemas.
4. Untuk mengembangkan kemasan selanjutnya agar diperluas dengan pegangan agar benar-benar kemasan dapat digunakan secara baik tanpa perlu disertai penggunaan kantong plastik.