

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Perancangan desain kemasan untuk produk olahan Hayuning dilakukan berdasarkan berbagai permasalahan yang telah diriset oleh peneliti. Kurangnya daya tarik calon konsumen serta minimnya kegiatan promosi yang dilakukan menjadi permasalahan utama dari produk olahan Hayuning. Berdasarkan permasalahan tersebut maka dirancanglah sebuah desain kemasan serta media promosi lainnya sebagai peningkatan untuk daya tarik serta kegiatan promosi. Dalam memecahkan permasalahan tersebut peneliti menggunakan metode kualitatif yang meliputi observasi, wawancara serta *focus group discussion*. Hasil data dari metode kualitatif yang dikumpulkan kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif dan TOWS Matriks.

Dalam perancangan ini, hasil dari riset dan analisa data yang dilakukan oleh peneliti menghasilkan desain kemasan yang terbagi menjadi beberapa bagian sesuai dengan bentuk serta kegunaannya masing-masing. Kemasan tersebut berupa kemasan primer (yang terdiri dari label produk, kemasan kotak, botol kecil dan sedang, botol besar, spray dan jar body scrub), sekunder, tersier serta kemasan bundle. Selain itu media promosi yang dihasilkan berupa poster, brosur, x-banner dan media sosial instagram. Dengan diterapkannya strategi ini diharapkan peningkatan daya tarik serta penjualan dari produk olahan Hayuning semakin meningkat serta semakin dikenal luas oleh masyarakat dan mampu bersaing dengan produk sejenis.

5.2 Saran

Dalam penulisan perancangan ini, peneliti menyadari bahwa karya ini masih jauh dari kata sempurna. Peneliti juga menemukan beberapa kekurangan dalam perancangan desain kemasan “Hayuning” sebagai produk olahan rumah edukasi eco enzyme. Oleh karena itu peneliti mengharapkan adanya suatu kritik dan saran yang dapat membangun pada perancangan ini. Diharapkan perancangan desain kemasan ini dapat menjadi peningkatan daya tarik serta dikenal luas oleh masyarakat.