

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari pembahasan penelitian yang sudah dijabarkan pada bab sebelumnya, sehingga dapat ditarik beberapa kesimpulan, yakni sebagai berikut:

1. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa keripik betok memiliki bahan baku lokal yang khas dan proses produksi tradisional yang dapat menjadi kekuatan. Terdapat kelemahan dalam proses distribusi yaitu penggunaan kemasan yang transparan dan tidak terdapat informasi produk, serta produk tidak dapat dipajang sebagai display sehingga produk terlihat kurang menarik. Peluangnya terletak pada kelangkaan produk keripik betok sehingga berpotensi menjadi oleh-oleh yang khas, sementara ancamannya datang dari pesaing yang memproduksi produk serupa.
2. Setelah dilakukan analisis strategi kreatif didapatkan hasil berupa konsep warna yang digunakan dalam desain kemasan yaitu warna putih dengan kode #ffffff, warna hijau dengan kode #406217, dan warna coklat dengan kode #b9969. Konsep huruf yang digunakan yaitu huruf redkits untuk menuliskan nama keripik betok yaitu Betok Crispy, huruf Josefin Sans Regular untuk menuliskan iklan, keterangan berat bersih, *expired*, dan komposisi, serta huruf Apricots yang digunakan untuk menuliskan slogan yaitu Krenyess To The Bone. Adapun bahan kemasan yang digunakan yaitu aluminium foil dengan bentuk *standing pouch full print* yang menutupi segala sisi kemasan sehingga produk tidak tampak dari luar.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari pembahasan dan kesimpulan dalam penelitian ini, maka ada beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Dalam melakukan perancangan kemasan diperlukan untuk mempertimbangkan penggunaan bahan kemasan yang ramah lingkungan

dan dapat didaur ulang. Ini akan membantu meningkatkan citra produk yang berkelanjutan dan dapat menarik konsumen yang peduli tentang isu lingkungan.

2. Setelah dilakukan perancangan kemasan yang baru yang lebih menarik dari kemasan sebelumnya, disarankan kepada *owner* untuk memperhitungkan kembali biaya produksi agar harga jual produk sesuai dengan total biaya produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan.
3. Setelah kemasan ini dipergunakan *owner* dalam memasarkan keripik betok, disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan kajian melalui survei atau studi pasar untuk mengukur seberapa besar pengaruh kemasan keripik betok ini dalam meningkatkan volume penjualan dengan menggunakan metode penelitian yang berbeda, sehingga hasil dari penelitian tersebut dapat memunculkan perbaikan dan pengembangan pemasaran produk keripik betok dimasa depan.