

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Banyaknya para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) saat ini belum mementingkan fungsi dari kemasan untuk menjual produk. Para pelaku UMKM kebanyakan hanya mementingkan fungsi kemasan untuk mengemas produk dengan seadanya, seperti UMKM Keripik Bisono “Rizka Jaya” Banyumas yang belum mementingkan fungsi kemasan untuk menjual produk yang membuat produk yang dijual tidak memiliki pembeda dengan produk lainnya. Dengan permasalahan tersebut, penulis merancang kemasan baru untuk UMKM Keripik Bisono “Rizka Jaya” Banyumas, dengan memperhatikan elemen-elemen desain kemasan. Dengan dilakukannya pembaruan pada kemasan, UMKM Keripik Bisono “Rizka Jaya” Banyumas akan lebih memiliki pembeda dengan produk lainnya yang sejenis, dan memiliki citra mereknya sendiri.

Konsep perancangan kemasan sendiri yaitu simpel dan *representative*, dimana desain yang dibuat menggambarkan isi dalam produk. Merancang kemasan dengan bentuk *standing pouch zipper*, box jinjing, dan kardus pengiriman. Penulis juga membuat media pendukung untuk membantu promosi produk Keripik Bisono “Rizka Jaya” Banyumas.

6.2 Saran

Saran untuk penelitian selanjutnya yaitu perancangan ini dapat dilanjutkan dalam ranah branding supaya dapat melengkapi kegiatan promosi yang dilakukan Keripik Bisono “Rizka Jaya” Banyumas dan dengan harapan semakin dikenal oleh masyarakat luas.