

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Kopi Basement merupakan salah satu UMKM yang dibawah oleh Pokdarwis Medang. Kopi Basement sendiri berada di Kelurahan Medang dan bergerak pada bisang usaha kuliner kopi kekinian. Kopi Basement sendiri sekarang sedang beroperasi secara online dengan menjual biji kopi dan juga bubuk kopi. Meskipun sekarang sedang berjalan secara online, Nuri Nurzikri selaku pemilik UMKM Kopi Basement berencana untuk membuka kembali usaha tersebut dengan identitas visual yang lebih menarik. Nama Kopi Basement sendiri masih dikenal banyak orang yang ada di Kelurahan Medang. Namun setelah melakukan wawancara dengan Nuri Nurzikri, penulis dapat memahami bahwa kendala desain yang sedang dialami oleh Kopi Basement adalah desain terutama untuk packaging dan juga media promosi. Untuk sekarang, UMKM Kopi Basement hanya menggunakan plastik ziplock bening yang ditempel stiker, sebagai packaging untuk biji kopi dan juga bubuk kopi yang dijual.

Dalam menghadapi masalah ini, penulis merancang packaging kantong kemasan, gelas kertas dan gelas plastik untuk UMKM Kopi Basement dengan brief, informasi dan juga data yang telah diberikan dan diterima. Dalam desain packaging kantong kemasan yang baru tentunya ada logo dengan font, brandgram dan juga warna orange mencolok yang memiliki kesan *vintage* dan juga unik. Selain terdapat logo dan warna, dalam packaging terdapat juga supergraphic dan juga informasi seputar jenis kopi yang ada, tipe kopi dan juga berat dari keseluruhan produk. Untuk desain packaging gelas kertas terdapat super graphic yang mengelilingi gelas dan juga terdapat logo pada bagian tengah gelas. Sedangkan untuk gelas plastik, hanya akan terdapat logo pada bagian tengah, hal tersebut dilakukan agar supergraphic nantinya tidak akan mengganggu estetika atau membuat packaging gelas plastik terkesan ramai. Dengan begitu, packaging yang baru ini akan memberikan informasi yang lengkap mengenai produk yang dijual dan juga

warna baru untuk UMKM Kopi Basement, sehingga tidak menimbulkan kekeliruan pada saat target market akan membelinya. Selain itu, packaging dengan warna mencolok ini tentunya akan memudahkan produk Kopi Basement untuk dibedakan dengan kompetitor mereka lainnya.

## 5.2 Saran

Perancangan packaging untuk suatu brand terutama UMKM, selain mempertimbangkan adanya desain yang baik, juga harus memastikan apakah desain tersebut sudah sesuai dengan teori perancangan yang digunakan. Perancangan packaging untuk Kopi Basement ini menggunakan teori HCD (Human Centered Design). Teori HCD (2015) berisi mengenai fase-fase yang terdiri dari inspiration, ideation dan implementation. Dimana HCD mengutamakan tujuan untuk nilai efektivitas dan juga kepuasan untuk pengguna. Sehingga, dengan adanya teori HCD perancangan desain packaging akan sesuai dengan kenyamanan dan juga estetika bagi target market. Selain itu, desain packaging yang dirancang juga dapat menjadi media promosi secara tidak langsung untuk UMKM Kopi Basement sendiri.

Dengan adanya kendala desain yang dihadapi oleh UMKM Kopi Basement, penulis melakukan riset terhadap informasi dan juga data yang telah diberikan saat wawancara, sehingga solusi yang akan didesain akan sesuai dengan target market. Target market dari perancangan desain berdasarkan batasan yang telah ditentukan melalui informasi yang didapat dari wawancara yang kemudian disesuaikan dengan tujuan dari UMKM Kopi Basement sendiri. Sebelum merancang packaging, identitas visual yang baru harus sudah ditetapkan dan disesuaikan dengan approval dari pemilik UMKM. Dengan adanya identitas visual yang sudah pasti, maka perancangan packaging tentunya akan berjalan dengan baik. Penulis mengharapkan agar packaging UMKM Kopi Basement ini dapat menjadi solusi dengan masalah yang serupa, karena packaging bukanlah hanya sekedar kemasan saja, namun juga dapat menarik lebih banyak pelanggan, mendukung media promosi, dan dapat berpengaruh untuk membantu pertumbuhan perekonomian kedepannya.

Kemudian, masukan yang dapat diungkapkan untuk mahasiswa dan mahasiswi yang memiliki rencana untuk memilih melakukan MBKM Proyek Desa di semester depan adalah memastikan bahwa apa yang sudah diajarkan terutama mata pelajaran VCD 1, VCD 2, dan VCD 3 tidak dilupakan. Dikarenakan menghadapi pemilik UMKM sama halnya dengan menghadapi klien dimasa mendatang, dimana selain melakukan perancangan sesuai dengan yang diminta, sebagai seorang desainer tentunya kita juga harus bisa mengedukasi untuk para UMKM ataupun klien yang mempunyai bisnis terutama dalam hal mendaftarkan usaha mereka untuk sertifikasi HAKI ataupun Halal. Selanjutnya, teori-teori yang sudah diajarkan pada mata kuliah sebelum-sebelumnya sudah pasti akan digunakan kembali namun dengan kasus atau permasalahan yang nyata. Sedangkan masukan yang dapat diberikan untuk proyek MBKM berikutnya adalah untuk lebih berfokus kepada informasi-informasi yang diumumkan, terkait form ataupun lembar penilaian yang diumumkan untuk tidak diberitahukan terlalu mendadak, dikarenakan tim dari peserta MBKM Proyek Desa tentunya memerlukan waktu untuk menjadwalkan pertemuan dengan pemilik dari UMKM yang dibantu. Selain hal tersebut, proyek MBKM untuk berikutnya juga diharapkan dapat melaksanakan sidang secara offline seperti pada semester ini, dimana secara tidak langsung para peserta akan terlatih untuk melakukan sidang nantinya pada saat Tugas Akhir ataupun sidang magang.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA