

BAB 9 KESIMPULAN

9.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dalam penyelesaian permasalahan dari IKM Souvenir berupa perancangan produk souvenir gantungan kunci, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

- a. Produk souvenir gantungan kunci dibuat berdasarkan keinginan konsumen dan *stakeholder*. Hasil perancangan ini berupa 4 desain dengan 2 desain untuk fitur *portrait* dan 2 desain untuk fitur *landscape* yang berciri khas dan mampu menarik minat beli konsumen.
- b. Hasil perancangan produk souvenir telah sesuai dengan *Voice Of Customer* yaitu sebagai berikut.
 - i. Desain bertema Candi Borobudur
 - ii. Ukuran sedang (*portrait* 6cm x 4cm dan *landscape* 7cm x 5cm)
 - iii. Berbentuk persegi panjang
 - iv. Berfungsi sebagai gantungan kunci
 - v. Berbahan dasar kayu
- c. Hasil riset minat beli konsumen itu sebesar 76,3% responden menerima atau berminat untuk membeli souvenir dengan harga Rp 5.000,00. Berdasarkan hasil ini tahap implementasi yang dilakukan selama penelitian diketahui bahwa *Critical Success Factor* sudah terpenuhi.

9.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan hasil dari perancangan produk souvenir gantungan kunci ini masih dalam skala kecil. Dengan begini pasar dari IKM Souvenir ini masih tergolong kecil. Kemudian untuk mencapai segmen pasar yang lebih luas dan besar dalam penelitian berikutnya, perancangan produk souvenir diharapkan melakukan:

- a. Perancangan produk souvenir pada IKM Borobudur perlu dilakukan uji coba untuk menerapkan *mass production*.
- b. Melakukan riset pasar untuk menemukan atribut desain lain yang mampu menambah nilai jual dari produk souvenir.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, Y. (2014). Riset Pasar Produk Keripik Tempe Sagu. Yogyakarta. E-Journal UAJY. Diakses tanggal 18 Apr 2023.
- Altayany, E., Reza, A., Aditya, S., & Kurniawan, R. (2018). Perancangan Souvenir Tas Multifungsi *Flexible Bag* (Flee-Bag) Menggunakan Metode *Kansei Engineering*. Yogyakarta. Seminar Nasional IENACO. Diakses tanggal 2 November 2022.
- Amaliah, T. H., & Lukum, A. (2022). Peningkatan Ekonomi Produktif Istri Nelayan Melalui Literasi Pemasaran Digital Dan Inovasi Kemasan Limbah Sampah Plastik. Gorontalo. Jurnal Pengabdian Ekonomi. Diakses tanggal 2 November 2022.
- American Society for Quality (ASQ). *What Is An Interrelationship Diagram?*. Diakses tanggal 17 Oktober 2022 dari [What is an Interrelationship Digraph? Relations Diagram | ASQ](#)
- Anggoro, P. W., & Yuniarto, A. T. (2012). Proses Rapid Prototyping Master Cetakan Berbahan Resin Epoxy Sebagai Nilai Tambah dalam Industri Souvenir Logam Pewter. Yogyakarta. E-jurnal UAJY. Diakses tanggal 2 November 2022.
- Anggraeni, M., Desrianty, A., & Yuniar, Y. (2013). Rancangan Meja Dapur Multifungsi Menggunakan Quality Function Deployment (QFD). Bandung. Jurnal Online Institut Teknologi Nasional Bandung.
- Anjarsari, N. P. (2017). Riset Pasar Produk Piemirsa (Pie Intip Rasa-Rasa). Surakarta. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Diakses tanggal 18 Apr 2023.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Magelang. (2022). Pengunjung Candi Borobudur 2020-2022. Kabupaten Magelang. Badan Pusat Statistik. Diakses tanggal 17 Oktober 2022 dari <https://magelangkab.bps.go.id/indicator/16/327/1/pengunjung-candi-borobudur.html>
- Bahrudin, A., Fernando, F., & Amien, F. A. (2022). Perancangan Produk Souvenir Objek Wisata Lubuak pandakian Nagari Sumpur Kudus Kecamatan Sumpur Kudus Kabupaten Sijunjung. Padang. Jurnal Seni dan Budaya. Diakses tanggal 2 November 2022.

- Bawono, B., Anggoro, P. W., & Yuniarto, A. T. (2015). Pengembangan Variasi Desain Berbasis Artistic *Computer Aided Manufacturing* (ArtCam) dan *Rapid Prototyping* (RP) untuk Meningkatkan Daya Saing Souvenir. Yogyakarta. Jurnal Metris. Diakses tanggal 2 November 2022.
- Carissa. (2022). Mengenal Business Model Canvas dalam Perencanaan Bisnis. Appsensi. Diakses tanggal 18 Apr 2023 dari <https://appsensi.com/business-model-canvas/>
- Cross, N., 2021, *Engineering Design Method*, edisi 5, pp. 46-53, John Wiley & Sons Ltd, Hoboken.
- Darmawan, N. P. (2017). Riset Pasar Untuk Memulai Usaha Baru Kuliner “Gebyur Keju”. Yogyakarta. E-Journal UAJY. Diakses tanggal 18 Apr 2023.
- Dumasari., R., & Tri, S. M. (2016). *Management Strategy of Creative Souvenir Micro Enterprise for The Empowerment of Craftsmen Peasant*. Mimbar: Jurnal Sosial dan Pembangunan, Vol.32pp.175-186. Diakses tanggal 2 November 2022.
- Friskillia, W. (2020). Perancangan Souvenir dari Material Anyaman Ampas Tebu. Surabaya. UBAYA. Diakses tanggal 2 November 2022. Dari https://digilib.ubaya.ac.id/index.php?page=view/daftarpustaka_detail&key=259437
- Hanandoko, T. A., Kapita, J. U. (2016). Riset Pasar Food Truck Ayam Bakar. Yogyakarta. Seminar Nasional IENACO. Diakses tanggal 18 Apr 2023.
- Herdiana, W., & Santoso, T. F. (2018). Perancangan Souvenir Beridentitas Tradisi Telingaan Aruu Khas Suku Dayak. Surabaya. Mudra Jurnal Seni Budaya. Diakses tanggal 2 November 2022 dari http://repository.ubaya.ac.id/32387/3/Perancangan%20souvenir_WynaHerdiana_2018.pdf
- Ismadi., & Iswahyudi. (2016). Perancangan Souvenir Berbahan Kulit Berciri Khas Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta. Universitas Negeri Yogyakarta. Diakses tanggal 2 November 2022.
- Karunia, A., & Yasmin, A. (2021). Riset Pasar Terhadap Inovasi Produk Di Tengah Pandemi Covid-19 Pada Ikm Kota Tegal (Studi Kasus Pada Industri Kecil Dan Menengah 3Gen). Tegal. Jurnal MONEX. Diakses tanggal 18 Apr 2023.

- Khairani, S., & Pratiwi, R. (2018). Peningkatan Omset Penjualan Melalui Diversifikasi Produk dan Strategi Promosi Pada UMKM Kerajinan Souvenir Khas Palembang. Palembang. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. Diakses tanggal 2 November 2022.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Principles of Marketing*. 16th edition. New Jersey. Pearson Prentice Hall. Diakses tanggal 17 Oktober 2022.
- Mahendra, P. B. (2014). Riset Pasar Produk Kerajinan Dari Komponen Bekas Kendaraan. Yogyakarta. E-Journal UAJY. Diakses tanggal 18 Apr 2023.
- Mudra, I. W., Mahadi, M., & Karuni, N. K. (2020). Inovasi Produk Kriya di Bali. Bali. Gorga jurnal Seni Rupa. Diakses tanggal 2 November 2022.
- Nurjannah, A., & Purnomo, H. (2018). Rancang Desain Produk Setrika Pegas Menggunakan Metode Kano. Yogyakarta. Ejournal UNDIP. Diakses tanggal 2 November 2022.
- Osterwalder, A., & Yves (2013). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Wiley Professional Development (P&T). Diakses tanggal 18 April 2023 dari <https://bookshelf.vitalsource.com/books/9781118656402>
- Pasaribu, R. M., Hutapea, H. M., Herry, D.S., & Matondang, V. (2022). Pendampingan UMKM: Bagaimana Melakukan Riset Pasar. Medan. CITRA ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. Diakses tanggal 18 April 2023
- Prasetya, E., & Hanandoko, T. A. (2016). Riset Pasar Produk Ampyang Cokelat. Yogyakarta. Seminar Nasional IENACO. Diakses tanggal 18 April 2023.
- Primasatya, A. G. (2014). Riset Pasar Untuk Memulai Usaha Baru Klappertaart. Yogyakarta. E-Journal UAJY. Diakses tanggal 18 April 2023.
- Rofieq, M., Hariyanto, S., & Wiati, N. M. (2014). Penerapan Metode Kansei Engineering Guna Mengidentifikasi Atribut Desain Dalam Perancangan Souvenir Khas Malang. Malang. Simposium Nasional. Diakses tanggal 2 November 2022.
- Rony, P., & Bambang E. B. (2016). New Product Development for Dryer Fish for SMEs Scale with Quality Function Deployment (QFD) Method. Surabaya. Prosiding Seminar Internasional ICOEN 3.

Sathyapriya, D. P. (2015). *Marketing Research*. VitalSource Bookshelf. Diakses tanggal 17 Oktober 2022 dari <https://bookshelf.vitalsource.com/#/books/9789351197720/>

Sownie, C. (2021). The Principles Of Ethical Design (How To Use Them). 99designs. Diakses tanggal 18 April 2023 dari <https://99designs.com/blog/tips/ethical-design/>

Supardi. (2005). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press.
UNESCO. (2022). *World Heritage Convention*. Diakses tanggal 17 Oktober 2022 dari <https://whc.unesco.org/en/list/>

Wijaya, Tony. (2013). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis (Teori dan Praktik)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Yoeti, O. A. (2016). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Balai Pustaka, Jakarta. Diakses tanggal 17 Oktober 2022.

Zainudin, A., & Dwi Agus Susila, D. A. (2021). Perancangan Produk Fungsional Berbahan Limbah Kayu Sisa Produksi Tempat Air Kemasan Gelas. Jepara. *Productum: Jurnal Desain Produk*. Diakses tanggal 2 November 2022 dari <https://journal.isi.ac.id/index.php/PRO/article/view/4392/2253>

LAMPIRAN

Lampiran 1: Dokumentasi Diskusi Topik



Lampiran 2: Dokumentasi observasi IKM Suvenir Borobudur pada



Lampiran 3: Dokumentasi Observasi IKM Suvenir Borobudur



Lampiran 4: Dokumentasi Pelatihan Penggunaan Mesin CNC Laser



Lampiran 5: Dokumentasi Diskusi Desain Produk



Lampiran 6: Dokumentasi Implementasi



Lampiran 7: Dokumentasi Hasil Test Mesin CNC



Lampiran 8: Dokumentasi Proses Varnish



Lampiran 9: Dokumentasi Hasil Implementasi



Lampiran 10: Dokumentasi Diskusi Final



Lampiran 11: Dokumentasi Survey



Lampiran 12: Dokumentasi Survey



Lampiran 13: Dokumentasi Survey



Lampiran 14: Screenshot Wawancara

1. Apa itu Yayasan ATSANTI? (kapan berdirinya, bergerak di bidang apa, kegiatan apa yang dilakukan, dan seperti apa struktur organisasi yang membuat Yayasan ATSANTI bisa berkaitan dengan IKM-IKM dalam naungannya)
2. Apakah IKM-IKM seperti IKM Gula Aren, Kulit, dan lainnya berada dibawah naungan Yayasan ATSANTI?
3. Sebagai lembaga non-profit, apa fungsi IKM dalam Yayasan ATSANTI (apakah mungkin sebagai sarana pengembangan budaya saja atau mungkin juga sebagai sumber income untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan Yayasan)
4. Alur Bisnis dari IKM ini seperti apa?
5. Berdasarkan apa yang telah di mention oleh Bu Ririn, Yayasan ATSANTI ingin mendirikan IKM Souvenir. Apakah persiapan yang telah dilakukan untuk mendirikan IKM ini? (mungkin nama, tempat, dan lainnya)
6. Hingga saat ini apa saja permasalahan yang dihadapi oleh Yayasan ATSANTI dalam mendirikan IKM Souvenir?
7. Hingga saat ini apakah ada aktivitas Bisnis yang dilakukan Yayasan ATSANTI/IKM Souvenir pada produk souvenir (semisal menjual souvenir milik produsen lain, dan lainnya)

10:27 PM

Lampiran 15: Screenshot Wawancara

Forwarded

1. Yayasan yang bergerak dibidang kebudayaan karena memiliki misi menumbuhkan dan menjadikan Budaya Nusantara dikenal dan dicintai oleh bangsa Indonesia, khususnya generasi muda, merawat cagar budaya Nusantara, mempromosikan seni dan budaya Nusantara di kancan Nasional maupun Internasional melalui pendidikan dan pariwisata berbasis budaya, serta meningkatkan keterlibatan dan kesejahteraan para pelaku seni budaya.

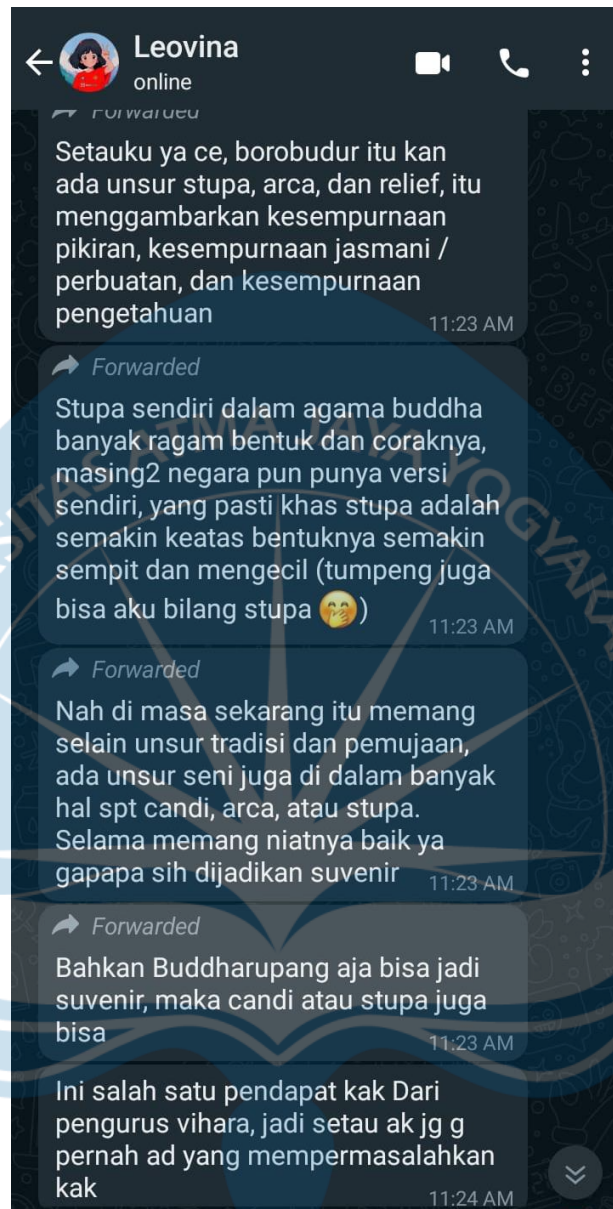
-Yayasan Atma Nusvantara Jati (ATSANTI) adalah lembaga nirlaba yang bergerak di bidang kebudayaan, pendidikan dan pariwisata berbasis kearifan lokal, yang menjadikan Borobudur dan kawasan sekitarnya sebagai pemberdayaan dan pengembangan kerja sama strategis.

ATSANTI mengambil filosofi sebuah 'jembatan peradaban'. Ibarat sebuah jembatan, Atsanti bermaksud menjembatani nilai-nilai luhur nusantara di masa lalu untuk diperkenalkan dan ditransformasikan kepada generasi milenial dengan cara kolaborasi inovatif-kreatif.

Pada tahun 2021 ini ATSANTI akan memulai pembangunan tahap I sebuah pusat pengembangan dan pembelajaran kebudayaan di Desa Borobudur, Dusun Bumi Segara yang diberi nama BHUMI ATSANTI.

Melalui BHUMI ATSANTI sebagai Learning, Culture & Wellness Center, kami berharap banyak karya-karya yang lahir, tercipta dan dikembangkan demi kemajuan bangsa. Lebih jauh ATSANTI berharap melalui BHUMI ATSANTI kami dapat memberikan sumbangsih yang berharga bagi tumbuh kembang pemikiran generasi muda tentang kebudayaan, nilai-nilai kehidupan bermasyarakat yang harmonis, toleran dan welas asih sejalan dengan ideologi Negara Kesatuan Republik Indonesia, Pancasila serta inspirasi nilai dan ajaran yang ada pada tahun 2000 lebih relief yang terpatut pada Candi Borobudur. (Saya mengambil dari internet)
2. Tidak
3. Selama ini UMKM hanya bermitra dengan yayasan Atsanti sebagai sarana pengenalan dan pengembangan budaya
4. Alur bisnis yang dilakukan oleh UMKM di Desa Borobudur masih sangat sederhana, mereka memproduksi barang kemudian menjualnya secara konvensional dan sedikit yang menggunakan digital marketing
UMKM ini ada yang personal ada juga yang berupa kelompok" kecil dengan anggota rata" kurang dari 15 orang
5. Persiapan yang kami lakukan untuk mendirikan UMKM souvenir ini adalah kesiapan tempat dan juga sdm yang kelak akan menjadi pengelola usaha tersebut
6. Permasalahan yang kami hadapi adalah belum adanya mentor yang profesional serta kurangnya alat yang memadai.
7. Aktivitas bisnis yang dilakukan UMKM di desa Borobudur selama ini membuat produk souvenir dan menjualnya, terkadang memang ada yang menjual produk yang tidak diproduksinya (tengkulak) namun produk" itu masih produksi desa Borobudur
Misalnya ada yang menitipkan souvenir itu ke gerai destinasi wisata.

Lampiran 16: Screenshot Wawancara



Lampiran 17: Screenshot Manual Book



Lampiran 18: Screenshot Pengecekan Turnitin

190610339-Silvester Wega Etta Krisjayista-Tugas Akhir_190610339 FINAL

ORIGINALITY REPORT

6%	6%	1%	1%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	ojs.atmajaya.ac.id Internet Source	1%
2	e-journal.uajy.ac.id Internet Source	1%
3	text-id.123dok.com Internet Source	<1%
4	jurnal.unigal.ac.id Internet Source	<1%
5	core.ac.uk Internet Source	<1%
6	docobook.com Internet Source	<1%
7	www.scribd.com Internet Source	<1%
8	jurnal.unimed.ac.id Internet Source	<1%
9	repository.uinjambi.ac.id Internet Source	<1%