

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Perkembangan industri fesyen di Indonesia secara garis besar dapat dikatakan terus berkembang pesat setiap tahunnya. Namun, sejalan dengan hal tersebut keanekaragaman sejarah budaya di Indonesia mulai dilupakan dan ditinggalkan oleh masyarakat Indonesia. Dua hal tersebut adalah dasar dari konsep perancangan tas pinggang ini, yaitu keanekaragaman budaya sebagai akar tradisi dapat terus dilestarikan dengan melalui eksistensi tas pinggang di Indonesia. Hal ini juga diharapkan dapat merubah pola pikir masyarakat agar menghargai produk yang digunakannya.

Perancangan produk tas pinggang Palawa menggunakan metode desain kombinasi atau *Mixed Methods* yaitu penggabungan antara metode kuantitatif dan metode kualitatif untuk digunakan secara bersama-sama dalam suatu kegiatan penelitian sehingga diperoleh data yang lebih komprehensif, valid, reliabel dan objektif.

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang didapat dari observasi dan kuesioner yang dibuat untuk mendapatkan jawaban dan pernyataan dari responden calon konsumen, disimpulkan bahwa dalam merancang produk tas pinggang Palawa, yang menjadi prioritas utama adalah fungsi dan desain bentuk tas pinggang yang menarik serta cocok untuk digunakan kalangan generasi milenial yang sebagian besar adalah pelajar atau mahasiswa dan karyawan swasta. Prioritas selanjutnya adalah menentukan material yang unik dan awet untuk digunakan dalam perancangan tas pinggang, serta prioritas yang ketiga adalah menerapkan aksan Aksara Jawa pada bagian strap atau tali dan sabuk.

Konsep produk Palawa adalah merancang tas pinggang yang menampilkan bentuk baru dengan gaya *pop art*. Produk Palawa juga memiliki ciri dan karakter yang inspirasinya bersumber dari budaya yaitu Aksara Jawa.

Hal ini membuat produk Palawa memiliki daya tarik, keunikan, dan nilai tersendiri untuk calon pembeli dan pemakainya.

Maka dari itu produk Palawa memiliki harapan besar melalui bentuk tas pinggang yang digunakan. Sehingga masyarakat Indonesia nantinya akan kembali menemukan wajah budaya nusantara Aksara Jawa. Melalui hal ini pula diharapkan masyarakat mulai mengetahui ragam budaya apa saja yang dimiliki oleh Indonesia dan mulai bangga dengan adanya budaya itu sendiri.

## **B. Saran**

1. Hasil Perancangan Palawa diharapkan mampu menjadi salah satu acuan baru dalam dunia desain produk.
2. Dengan hasil perancangan ini diharapkan mahasiswa desain produk mampu untuk lebih mengembangkan pemikiran dan berpikir lebih terbuka tentang luasnya dunia desain produk dengan segala permasalahan yang kompleks sehingga membutuhkan banyak solusi permasalahan dengan memperhatikan berbagai faktor dan kompleksitas yang ada di dalamnya.
3. Hasil perancangan ini diharapkan dapat membuka pikiran mahasiswa desain produk untuk lebih memperlihatkan aspek fungsional dan aspek ergonomis dari suatu produk, selain dari aspek visual produk itu sendiri.
4. Hasil perancangan ini diharapkan dapat terus berkembang dan berinovasi tentang fitur-fitur lainnya yang dapat diterapkan dalam *Palawa Fanny Pack*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Assaruri, Sofjan. 2015. "Manajemen Pemasaran, Edisi 15". (Jakarta: Rajawali Perseda).
- Fauiana, Laily & Morinta Rosandini, S.Ds.,M.Ds "Aksara Jawa Sebagai Inspirasi Perancangan Motif Batik" *Kriya Tekstil dan Mode, Universitas Telkom*. Vol.5, No.3,2018
- Ketut Nala Hari Wardana "Gaya Pop Art Pada Karya Desain Grafis Di Indonesia" *Jurusan Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja*. Vol.7, No.14, 2012
- Klimchuk, Marianne Rosner & Krasovec, Sandra A. (2007). *Desain Kemasan, Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai Penjualan*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Pfoertsch, W. (2008). *In B2B Brand Management*. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer.
- Kotler, Philip. Lane Keller, Kevin. 2007. "Manajemen Pemasaran Edisi 12, Jilid 1". (Jakarta: Penerbit Erlangga).
- Kotler, Philip. Lane Keller, Kevin. 2009. "Manajemen Pemasaran Edisi 13, Jilid 2". (Jakarta: Penerbit Erlangga).
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. "Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1". (Jakarta. Erlangga).
- Nitihardjo, Soeprapto (2001). *Andharan Dan Tafsir Filsafat Ha Na Ca Ra Ka*. Yogyakarta: Tiara Wacana Yogya
- Padmosoekotjo, S. (1992). *Weweton Panulise Basa Jawa Nganggo Aksara Jawa*. Surabaya: Citra Jaya Mukti.

- Prihantono, Djati (2011). *Sejarah Aksara Jawa*. Yogyakarta: Javalitera.
- Purwanto, Eko dkk (2016). *Kawruh Bahasa Jawa*. Yogyakarta: Saufa
- Peter, j. Paul dan C. Olson, Jery. 2013. “Prilaku Konsumen & Strategi Pemasaran”.(Jakarta: Selembang Empat).
- Rustan, Surianto. (2009). *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiono. 2009. “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*”. (Bandung: Alfabeta)
- Sugono, D., dkk. (2008) *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Keempat*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Surya Afrian, Deni, “Perancangan Tas Untuk Backpacker Dengan Pendekatan Studi Aktivitas” *Jurnal SI Desain Produk Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom*, Vol.3, No.3,2016
- Tarwaka, Sholichul, Lilik Sudiajeng. 2004. *Ergonomi Untuk Keselamatan, Kesehatan Kerja dan Produktivitas*. Surakarta: UNIBA PRESS.

#### WEBTOGRAFI:

- <https://www.elitedaily.com/p/targets-new-fanny-pack-coolers-for-summer-2020-include-a-palm-tree-ombre-design-22912330> (Diakses Mei 2020)
- <https://mobilesyrup.com/2020/05/23/side-pocket-fanny-pack-wireless-charge-phone-bag-review/>(Diakses Mei 2020)
- <https://indiemarket.news/tren-fanny-pack-jenis-tas-80-an-yang-kembali-digemari-kaum-millennial/>(Diakses Mei 2020)
- <https://kumparan.com/kumparanstyle/rekomendasi-kumparan-5-fanny-pack-dengan-model-stylish-dan-kekinian-1539258580506531357>(Diakses Mei 2020)