

VI. KESIMPULAN

A. Kesimpulan

1. Karakteristik produk keripik singkong yang dihasilkan oleh UMKM lokal dan perusahaan nasional pada umumnya sama, keduanya mendapatkan kategori penilaian **cukup** hingga **baik**. Namun terdapat perbedaan yang terlihat menonjol pada atribut label dan harga. Produk keripik singkong yang dihasilkan oleh perusahaan nasional memiliki label yang sangat lengkap, sedangkan keripik singkong yang dihasilkan oleh UMKM lokal memiliki atribut label yang tidak lengkap. Harga pada keripik singkong produk UMKM lokal memiliki harga yang murah, sedangkan keripik singkong produk nasional memiliki harga yang cukup mahal.
2. Produk keripik singkong yang diinginkan oleh konsumen memiliki rasa yang sangat enak, kerenyahan yang sangat renyah, bentuk keripik yang menarik, kemasan yang menarik, label yang sangat lengkap, dan harga yang murah. Keripik singkong merek Qtela memiliki atribut yang sesuai dengan keinginan konsumen yaitu terdapat pada rasa, kerenyahan, bentuk, kemasan, dan label. Merek Kingkong terdapat pada atribut kemasan dan label. Merek Alami terdapat pada atribut bentuk keripik, kemasan dan harga. Merek Rama terdapat pada atribut harga.
3. Produk keripik singkong yang dihasilkan oleh perusahaan nasional mendapatkan penilaian konsumen yang lebih unggul dibandingkan dengan produk keripik singkong yang dihasilkan oleh UMKM lokal. Dari perbandingan tersebut tidak ada yang mendapatkan penilaian sikap dengan kategori sangat baik. Keripik singkong produk nasional mendapatkan penilaian sikap dengan kategori cukup

baik, sedangkan keripik singkong produk lokal mendapatkan penilaian sikap dengan kategori tidak baik. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa konsumen lebih menyukai keripik singkong produksi perusahaan nasional dibandingkan dengan keripik singkong produk UMKM lokal.

4. Dari kedua merek keripik singkong yang dihasilkan oleh perusahaan nasional, merek Qtela disikapi lebih baik dari merek Kingkong. Adapun dari kedua merek keripik singkong yang dihasilkan oleh UMKM lokal merek Alami disikapi lebih baik dari merek Rama.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan tersebut maka saran yang dapat disampaikan pada penelitian “Sikap Konsumen Terhadap Produk Keripik Singkong UMKM Lokal dan Perusahaan Nasional Dengan Metode Point Ideal” yang sebagai berikut.

1. Produsen keripik singkong diharapkan untuk mengevaluasi dan memperbaiki atribut pada produk keripik singkong yang belum disajikan dengan maksimal. Adapun beberapa atribut yang dinilai kurang oleh konsumen adalah sebagai berikut. Untuk keripik singkong produk UMKM lokal produsen keripik singkong Rama yang perlu diperbaiki adalah pada atribut label diharapkan untuk melengkapi pada kemasan keripik singkong seperti label halal, label komposisi, dan label kadaluwarsa, pada atribut kemasan diharapkan dibuat agar lebih menarik dan memperlihatkan bahwa produk tersebut adalah produk keripik singkong, pada atribut kerenyahan diharapkan mempertipis potongan singkong agar lebih renyah. Untuk produsen Alami yang perlu diperbaiki adalah pada atribut label diharapkan untuk melengkapi pada kemasan keripik singkong

seperti label halal, label komposisi, dan label kadaluwarsa, pada atribut kerenyahan diharapkan mempertipis potongan singkong agar lebih renyah. Adapun produsen keripik singkong perusahaan nasional yang perlu diperbaiki pada merek Kingkong dan Qtela yaitu pada atribut harga yaitu produsen menurunkan harga pada keripik singkong atau memberikan tambahan isi agar memiliki berat lebih banyak dengan harga yang sama.

2. Produsen keripik singkong diharapkan tetap mempertahankan dan meningkatkan atribut pada produk keripik singkong yang sudah memiliki penilaian baik dari konsumen. Pada produk keripik singkong nasional yang perlu dipertahankan adalah pada atribut rasa, kemasan, dan label. Kemasan yang baik harus diikuti dengan pemberian informasi yang lengkap. Pada keripik singkong produk lokal atribut yang perlu dipertahankan oleh produsen adalah pada atribut harga

