

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Dari latar belakang yang terpapar pada penelitian ini yaitu adanya wacana inovasi pada produk abon yaitu abon tulang ayam, terlihat bahwa sangat memungkinkan dan sangat diperlukan adanya proses inovasi. Selain untuk mengembangkan produk inovasi, juga bertujuan untuk menambah daya saing dengan produk abon lainnya. Meskipun Potensi sekarang abon tulang ayam ini hanya 26,67% saja tetapi dengan adanya proses inovasi dinilai dapat semakin memperbesar peluang kesuksesan untuk produk hasil inovasi nantinya. Karena dukungan dan nilai-nilai kepercayaan dari konsumenlah yang merupakan salah satu kunci utama keberhasilan dari sebuah produk.

Dari hasil analisis seluruh proses inovasi yang secara keseluruhan terdapat lima tahapan, dari setiap prosesnya selalu menunjukkan hasil yang memuaskan dan secara riil hasil dari setiap tahap tersebut dapat dikembangkan dan dapat dijadikan acuan untuk produk abon tulang ayam ini. Tahap-tahap proses inovasi dimulai dari tahap *idea generation* dimana ide muncul dari pengalaman penulis pada saat makan ayam tulang lunak. Selanjutnya pada tahap kedua adalah *Opportunity recognition* dengan membandingkan kelebihan-kelebihan produk abon tulang dengan abon-abon yang lainnya. Pada tahap ketiga yaitu *idea evaluation*, prosesnya dengan menyaring secara langsung hasil komentar responden mengenai produk inovasi ini. Untuk tahap keempat yaitu *development* adalah perbaikan-perbaikan atas *prototype* produk ini dari masukan konsumen/responden pada tahap sebelumnya. Pada tahap terakhir yaitu *commercialitation* yaitu adalah bagaimanakah cara kita untuk memasarkan produk inovasi abon tulang ini.

Dari analisa seluruh proses inovasi yang ada, dapat disimpulkan bahwa wacana inovasi pada abon tulang ayam dinilai berhasil dan dapat diterima oleh konsumen serta dapat membuka pasar baru nantinya dalam sektor makanan.

## 5.2 Saran

Sebaiknya untuk produk abon tulang ayam ini proses promosi lebih ditingkatkan lagi dan menjadi fokus utama karena ini masih merupakan produk baru yang belum dikenal oleh masyarakat dengan adanya promosi ini produk ini akan dapat dikenal oleh masyarakat luas

