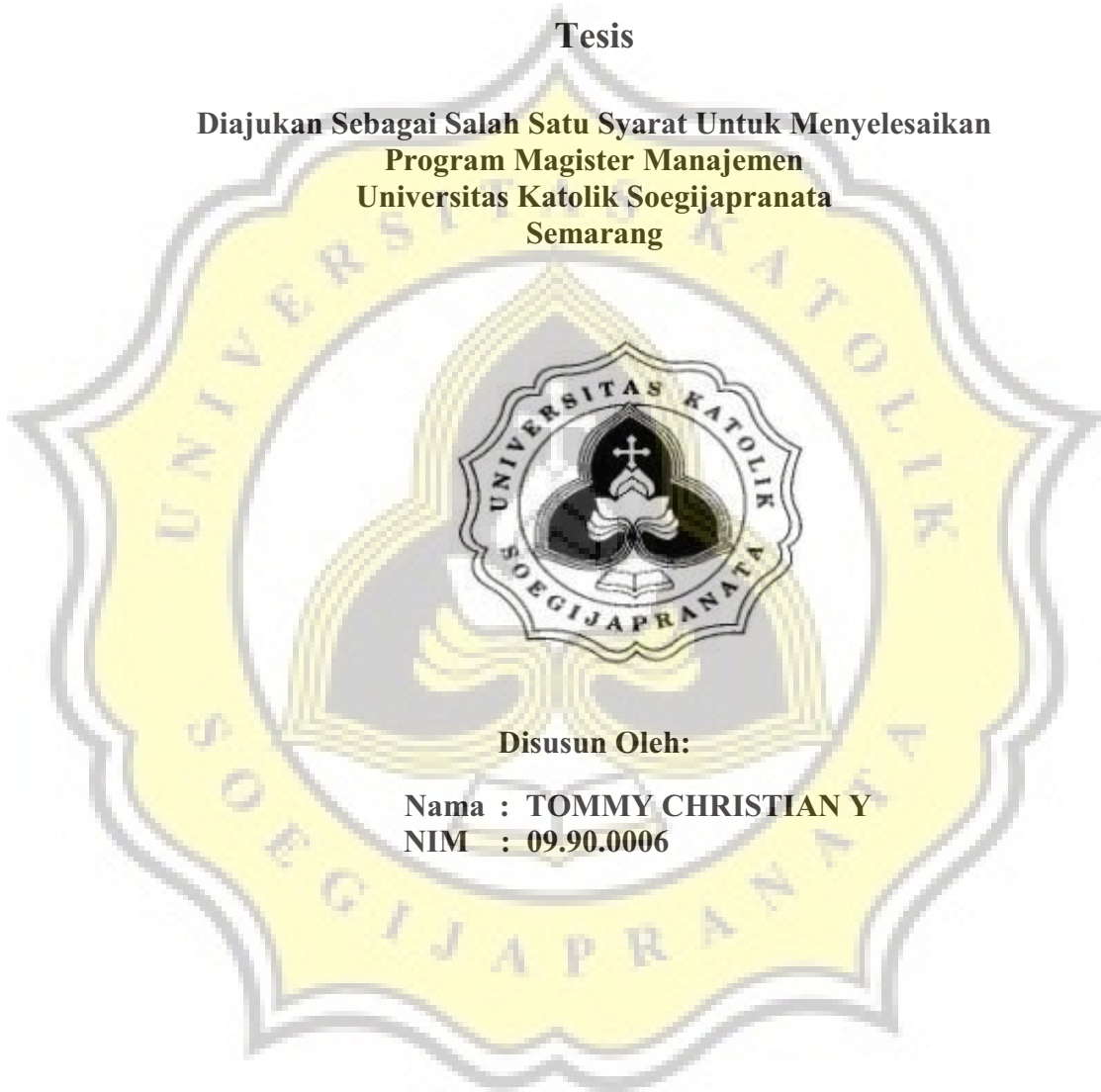


**TINGKAT KESUKAAN MASYARAKAT TERHADAP
INOVASI PRODUK *GETHUK*
“*THE FANCY TASTE OF GETHUK*”**

Tesis

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan
Program Magister Manajemen
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang**



Disusun Oleh:

**Nama : TOMMY CHRISTIAN Y
NIM : 09.90.0006**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2015**

HALAMAN PERSETUJUAN TESIS

Nama : Tommy Christian Y.
NIM : 09.90.0006
Program Studi : Program Pascasarjana Manajemen
Bidang Konsentrasi : Manajemen Technopreneurship
Judul Tesis : TINGKAT KESUKAAN MASYARAKAT
TERHADAP INOVASI PRODUK *GETHUK*
"THE FANCY TASTE OF GETHUK"

Dosen Pembimbing I : Thomas Budi Santoso, Ed. D.
Dosen Pembimbing II : Dra. Retno Yustini W., M.Si.

Semarang, Januari 2015

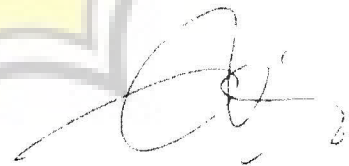
Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



(Thomas Budi Santoso, Ed. D.)



(Dra. Retno Yustini W., M.Si.)

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

N a m a : Tommy Christian Y.

N I M : 09.90.0006

Program Studi : Pasca Sarjana Magister Manajemen

Bidang Konsentrasi : Manajemen Technopreneurship

JUDUL : TINGKAT KESUKAAN MASYARAKAT
TERHADAP INOVASI PRODUK *GETHUK*
“*THE FANCY TASTE OF GETHUK*”

Menyatakan bahwa tesis ini adalah hasil karya saya sendiri, apabila di kemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi dan / atau pemalsuan data maupun bentuk-bentuk kecurangan yang lain, saya bersedia menerima sanksi dari Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Semarang, Januari 2015


METERAI
TEMPEL
KEHENDAKSIAN DAN PER
YGL
20
CBE76ACF464754028
ENAM RIBU RUPIAH
6000 DJP

Tommy Christian Y.

KATA PENGANTAR

Pada kesempatan yang berbahagia ini, peneliti ingin mengucapkan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan anugerah-Nya, peneliti akhirnya berhasil menyelesaikan tesis yang berjudul: **TINGKAT KESUKAAN MASYARAKAT TERHADAP INOVASI PRODUK *GETHUK* “THE FANCY TASTE OF GETHUK”**

Dalam menyelesaikan usulan tesis ini tidak sedikit hambatan yang dialami oleh penulis, oleh sebab itu dukungan dari berbagai pihak sangat dibutuhkan. Maka pada kesempatan ini pulalah penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada berbagai pihak, yaitu:

1. Ketua Jurusan Program Studi Program Pasca Sarjana Magister Manajemen, Bapak Dr. Wijanto Hadipuro, SE, MT.
2. Bapak Thomas Budi Santoso, Ed. D, selaku dosen pembimbing I, yang telah membimbing dan memberikan petunjuk kepada peneliti selama ini.
3. Ibu Dra. Retno Yustini W.,M.Si., selaku dosen pembimbing II yang banyak memberikan nasehat dan bimbingannya selama ini.
4. Tim penguji, Ibu Dra. A.Rika Pratiwi, MSi. dan Ibu Meniek Sriningsprati, SE, MSi, yang telah menguji dan memberikan koreksi serta saran untuk perbaikan kepada peneliti.
5. Bapak dan Ibu dosen Program Pasca Sarjana, Magister Manajemen, Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang.
6. Kedua orang tuaku, yang selama ini telah memberikan banyak dukungan baik moril maupun materiil.
7. Ko Erwin dan Diana, terima kasih atas dukungan dan support selama ini.
8. Saudara-saudara dan teman-teman satu angkatan yang telah memberikan support-nya selama ini.

9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu hingga tersusunnya usulan tesis ini.

Akhir kata, jika terdapat kesalahan baik yang disengaja maupun tidak disengaja, maka peneliti mohon maaf yang sebesar-besarnya dan meminta kritik dan saran yang membangun.

Semarang, Januari 2015

Peneliti

(Tommy Christian Y.)



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan: (1) Untuk mengetahui tingkat kesukaan masyarakat terhadap *gethuk* “*The Fancy Taste of Gethuk*” ditinjau dari segi rasa, kemasan, penampilan dan harga. (2) Untuk mengetahui pendapat masyarakat tentang *gethuk* Trio, *gethuk kethek*, *gethuk lindri*, dan *gethuk Fancy*.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa UNIKA Soegijapranata Semarang yang digunakan dalam uji sensori lab dan mahasiswa aktif UKSW Salatiga yang sedang berada di kantin saat penelitian dilakukan, serta menyukai *gethuk*, pernah membeli dan merasakan *gethuk* Trio, *gethuk kethek*, dan *gethuk lindri* yang digunakan untuk *user testing* dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Jenis data pada penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Pada penelitian ini, alat pengumpulan datanya menggunakan: Wawancara dan Dokumentasi. Pemecahan masalah yang akan dilakukan oleh peneliti menggunakan dua pendekatan yaitu analisis secara deskriptif.

Berdasarkan pada hasil analisis dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: (1)Tingkat kesukaan masyarakat terhadap *gethuk* “*The Fancy Taste of Gethuk*” ditinjau dari kemasan, rasa dan penampilan, harga serta keseluruhan termasuk kategori disukai. Artinya responden berpendapat bahwa *gethuk* “*The Fancy Taste of Gethuk*” secara keseluruhan telah menarik dan siap dipasarkan. (2)Pendapat masyarakat tentang *gethuk* Trio, *gethuk kethek*, *gethuk lindri*, dan *gethuk Fancy* adalah: *gethuk* yang tertinggi adalah *Fancy* (4,10) disusul dengan *kethek* (3,21), *gethuk* TRIO (3,11) dan terakhir adalah *gethuk lindri* (2,97).

ABSTRACT

The aim of this research are : (1) To determine the level of public preferences towards gethuk "The Fancy Taste of Gethuk" in terms of taste, packaging, appearance and harga. (2) To find out public opinion about gethuk Trio, gethuk Kethek, gethuk lindri, and gethuk Fancy.

Population in this study were students Unika Soegijapranata Semarang used in sensory test lab and active student SWCU Salatiga, who was in the cafeteria when the study was conducted, and the like gethuk, ever buy and feel gethuk Trio, gethuk Kethek, and gethuk lindri used for user testing and the amount is not known with certainty. The type of data in this study are primary and secondary data. In this study, a tool used in data collection: interviews and documentation. Solving the problem will be conducted by researchers using two approaches, namely descriptive analysis.

Based on the analysis and discussion of the results can be concluded as follows: (1) A level of society against gethuk "The Fancy Taste of Gethuk" in terms of packaging, taste and appearance, and the overall price of the preferred category. This means that respondents found gethuk "The Fancy Taste of Gethuk" as a whole has attracted and ready for the market. (2) public opinion about gethuk Trio, gethuk Kethek, gethuk lindri, and gethuk Fancy is: highest gethuk is Fancy (4.10) followed by Kethek (3.21), gethuk TRIO (3.11) and the last is gethuk lindri (2.97).

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan Tugas Akhir.....	iii
Pernyataan Keaslian Tesis.....	iv
Kata Pengantar	v
Abstrak.....	vii
Abstract.....	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Tabel	xii
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
1.1. LATAR BELAKANG	1
1.2. PERUMUSAN DAN PEMBATASAN MASALAH.....	7
1.3. TUJUAN DAN MANFAAT PEMBAHASAN.....	8
BAB II: LANDASAN TEORI.....	10
2.1. <i>Product Development</i> (Pengembangan Produk).....	10
2.2. Pemasaran.....	14
2.3. Produk dan inovasi gethuk.....	16
2.4. Inovasi produk.....	20
2.5. Perilaku konsumen.....	26
2.6. Persepsi konsumen.....	27

2.7. Harga jual produk.....	29
2.8. Perencanaan produk	31
2.9. Manajemen keuangan	32
2.10. Penelitian terdahulu	33
2.11. Kerangka pikir penelitian	37
2.12. Devinisi operasional variabel.....	43
BAB III: METODE PENELITIAN.....	46
3.1. Populasi.....	46
3.2. Sempel	46
3.3. Metode pengumpulan data.....	47
3.4. Teknik analisi data	51
BAB IV: HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1. Gambaran umu responden.....	54
4.2. Idea generation dan Opportunity recognition.....	55
4.3. Make Prototype.....	56
4.4. Hasil uji sensori.....	69
4.5. User Testing	71
4.6. Hasil uji pendapat.....	79
4.7. Implikasi Manajerial.....	82
BAB V: PENUTUP.....	83
5.1. Kesimpulan.....	83
5.2. Saran.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Tahap Utama dalam Proses Pengembangan Produk Baru menurut Kotler dan Keller (2012).....	11
Gambar 4.1. Flowchart Pembuatan <i>Gethuk Fancy</i>	58
Gambar 4.2. Bahan mentah singkong.....	59
Gambar 4.3. Singkong yang sudah dibersihkan.....	59
Gambar 4.4. Singkong yang sudah dikukus.....	59
Gambar 4.5. Kelapa Parut.....	60
Gambar 4.6. <i>Gethuk Fancy</i> yang sudah siap cetak.....	60
Gambar 4.7. <i>Gethuk Fancy</i> Original.....	61
Gambar 4.8. Bahan coklat cair.....	61
Gambar 4.9. Almond Panggang.....	62
Gambar 4.10. Keju Parut.....	62
Gambar 4.11. <i>Icing Sugar</i>	63
Gambar 4.12. <i>Gethuk Fancy</i> Balut Coklat Plain.....	63
Gambar 4.13. <i>Gethuk Fancy</i> Balut Coklat Keju.....	64
Gambar 4.14. <i>Gethuk Fancy</i> Balut Coklat Almond.....	64
Gambar 4.15. <i>Gethuk Fancy</i> 3 Macam	65
Gambar 4.16. Logo <i>Gethuk Fancy</i>	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Penjualan Singkong di Semarang Tahun 2008-2012.....	3
Tabel 1.2. Perkembangan Penjualan <i>Gethuk</i> Trio, <i>Kethek</i> dan <i>Lindri</i>	4
Tabel 3.1. Variabel dan Indikator Penelitian.....	48
Tabel 3.2. Rentang Skala Kategori Penilaian.....	52
Tabel 4.1. Tabulasi Silang antara Jenis Kelamin dan Usia	54
Tabel 4.2. Tabulasi Silang antara Pekerjaan dan Kepemilikan mobil.....	54
Tabel 4.3. Tabulasi Silang antara Jenis Kelamin dan Frekuensi Konsumsi <i>Gethuk</i>	55
Tabel 1.HPP Coklat Plain.....	66
Tabel 2.HPP Coklat Keju.....	67
Tabel 3.HPP Coklat Almond	68
Tabel 4.4. Hasil Uji <i>Sensori</i>	70
Tabel 4.5. Tanggapan Responden akan Kemasan.....	71
Tabel 4.6. Tanggapan Responden akan <i>Gethuk Fancy</i> Coklat keju.....	73
Tabel 4.7. Tanggapan Responden akan <i>Gethuk Fancy</i> Coklat Plain.....	74
Tabel 4.8. Tanggapan Responden akan <i>Gethuk Fancy</i> Coklat Almond.....	75
Tabel 4.9. Tanggapan Responden akan Penampilan.....	76
Tabel 4.10. Tanggapan Responden akan Harga.....	77
Tabel 4.11. Tanggapan Responden akan Keseluruhan.....	78
Tabel 4.12. Tanggapan Responden terhadap Berbagai macam <i>gethuk</i>	79