

## BAB IV

### HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran umum responden

Berdasarkan pada hasil penyebaran kuesioner terhadap 30 orang responden diperoleh gambaran umum responden sebagai berikut :

Tabel 4.1

Tabel Informasi Responden

No	Keterangan	Jumlah (orang)	%
1.	Usia		
	a. 11-16 tahun	5	16,6
	b. 17-22 tahun	9	30
	c. 23-29 tahun	16	53,3
Total		30	100
2.	Jenis Kelamin		
	a. Wanita	18	60
	b. Pria	12	40
Total		30	100
3	Apakah dalam 1 bulan terakhir mengkonsumsi keripik singkong		
	a. Ya	30	100
	b. Tidak	0	0
Total		30	100
4	Frekuensi memakan keripik singkong dalam 1 bulan terakhir		
	a. 1 kali	16	53,3
	b. 5 kali	11	36,6
	c. > 7 kali	3	10
Total		30	100

Sumber : Data Primer yang diolah ( 2018 )

Berdasarkan tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berusia 23-29 tahun sebanyak 16 orang ( 53,3%), setelah itu disusul umur 17-22 tahun sebanyak 9 orang ( 30%) dan umur 11-16 tahun sebanyak 5 orang ( 16,6%). Lalu , sebagian besar responden mempunyai jenis kelamin wanita yang berjumlah 18 orang ( 60%) dan yang berjenis kelamin pria dengan jumlah 12 orang ( 40%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden masih berusia dewasa muda dan mempunyai jenis kelamin wanita. Selain itu , semua responden sudah mengkonsumsi keripik singkong dalam 1 bulan terakhir. Dari hasil tersebut, dapat diketahui target konsumen yang berpotensi untuk mengembangkan dan memasarkan produk keripik singkong.

#### **4.2 Hasil analisis Data dan Pembahasan**

Di bagian ini akan dianalisa dan dibahas tentang proses inovasi rasa dan *packaging* pada produk inovasi keripik singkong melalui lima tahap yaitu : *Idea Generation* , *Opportunity Recognition*, *Idea Evaluation*, *Development*, dan *Commercialization*.

##### **4.2.1 *Idea Generation***

Dalam tahap *idea generation* ini merupakan tahapan pertama dalam melaksanakan sebuah inovasi. *Idea Generation* dalam penelitian ini adalah proses pencarian ide mengenai rasa dan *packaging* pada produk inovasi pada keripik singkong supaya dapat mendapat ide-ide sehingga dapat menciptakan produk inovasi keripik singkong yang lebih baik dan unik dari inovasi yang pernah ada. Cara menggali ide dalam tahap ini dilakukan dengan cara membagikan kuesioner kepada 30 responden yang telah mengkonsumsi keripik

singkong dalam 1 bulan terakhir dan berada di Kota Semarang. Dari Kuesioner yang telah diberikan responden didapatkan hasil sebagai berikut :

**Tabel 4.2**

**Hasil Kuesioner Tahap *Idea Generation***

No	Keterangan	Jumlah	%
1.	Rasa telur asin yang diinginkan		
	a. Original rasa telur asin	20	66,6
	b. Telur asin dengan rasa pedas	6	20
	c. Telur asin dengan rasa manis	4	13,3
	Total	30	100
2.	Alasan dalam memilih rasa telur asin tersebut ( Original rasa telur asin )		
	1. Menyukai rasa asin	6	30
	2. Menyukai rasa telur asin	11	55
	3. Unik dan menarik rasanya	1	5
	4. Tidak suka pedas atau manis	2	10
	Total	20	100
	b. (Telur asin dengan rasa pedas )		
	1. Menyukai rasa pedas	3	50
	2. Menyukai rasa asin pedas	2	33,3
	3. Menyukai rasa pedas dan telur asin	1	16,6
	Total	6	100
	c. (Telur asin dengan rasa manis )		
	1. Cocok rasa asin dan manis	2	50
	2. Menyukai rasa asin manis	1	25
	3. Unik	1	25

	Total	4	100
3.	Kemasan yang di inginkan adalah		
	a. Mika Bening	2	6,66
	b. Standing pouch berwarna	23	76,6
	c. Plastik ( seperti chiki )	4	13,3
	Lainnya :		
	a. Kaleng ( seperti Pringles )	1	3,3
	Total	30	100
4.	Alasan dalam memilih kemasan tersebut		
	a. Mika Bening		
	1. Lebih elegan	1	50
	2. kelihata isinya seperti apa	1	50
	Total	2	100
	b. Standing pouch berwarna		
	1. lebih menarik	4	17,39
	2. mudah di bawa	3	13,04
	3. unik	2	8,69
	4. mudah di letakkan di meja	3	13,04
	5. lebih berkesan	1	4,34
	6. tidak memakan banyak tempat	1	4,34
	7. dapat digunakan kembali	3	13,04
	8. Lebih modern	1	4,34
	9. Lebih praktis	1	4,34
	10. mudah di genggam	2	8,69
	11. enak di lihat	1	4,34
	Total	23	100

	c.Plastik seperti chiki		
	1.Ringan	3	75
	2. menyukai kemasan seperti chiki	1	25
	Total	4	100
	Lainnya : Kaleng seperti Pringles		
	1. tidak mudah remuk	1	100
	Total	1	100

Sumber : Data primer yang diolah ( 2018 )

Dari hasil yang didapatkan, terdapat berbagai macam ide mengenai rasa dan kemasan pada produk inovasi keripik singkong sehingga akan dipilih ide yang memiliki dua ide dengan jumlah suara terbanyak karena dianggap sudah mewakili jumlah suara terbanyak dari responden yang pada nantinya akan dianalisa dan dikembangkan lebih lanjut ke tahap selanjutnya (*opportunity recognition*). Dari hasil di atas terdapat dua ide rasa yang paling banyak dipilih oleh responden yaitu Original telur asin sebanyak 20 responden ( 66.6% ) dengan alasan karena responden menyukai rasa telur asin, menyukai rasa asin , unik dan tidak menyukai pedas maupun manis. Kemudian ide rasa Telur asin dengan rasa pedas sebanyak 6 orang ( 20% ) dengan alasan Menyukai rasa pedas dan asin pedas, juga menyukai rasa telur asin dengan rasa pedas. Kemudian dua ide kemasan yang paling diminati responden adalah Standing pouch berwarna ( kemasan berdiri ) sebanyak 23 responden memilih ( 76,6% ) dengan alasan lebih menarik , mudah di bawa , unik , mudah diletakkan di meja , lebih berkesan , tidak memakan banyak tempat , dapat digunakan kembali , lebih modern dan praktis , mudah di genggam dan juga enak di

pandang. Disusul dengan ide kemasan Plastik ( seperti chiki ) yang di pilih sebanyak 4 responden ( 13,3% ) dengan alasan ringan dan juga menyukai kemasan seperti chiki.

**Tabel 4.3**

**Hasil ide dalam segi rasa yang memiliki dua peringkat tertinggi**

Dalam segi rasa, ide yang memiliki dua peringkat tertinggi adalah :

No	Ide rasa dalam produk inovasi keripik singkong	Jumlah	Persentase (%)
1	Original rasa telur asin	20	66,6
2	Telur asin dengan rasa pedas	6	20

Kedua rasa diatas merupakan dua rasa yang paling banyak dipilih oleh responden jika dibandingkan dengan rasa yang lain. Berikut adalah alasan responden dalam memilih ide rasa Original telur asin antara lain karena sudah menyukai rasa asin , menyukai rasa telur asin original , unik dan menarik , juga tidak menyukai rasa pedas maupun manis. Kemudian , alasan responden dalam memilih ide rasa Telur asin dengan rasa pedas antara lain karena menyukai rasa pedas, menyukai rasa asin pedas dan juga menyukai rasa pedas dan telur asin. Juga pada pilihan ide rasa telur asin dengan rasa manis kurang diminati oleh responden karena hanya dipilih dalam presentase yang

tergolong sedikit yaitu dengan jumlah 4 orang dari total responden 30 orang ( 13,3% ).

**Tabel 4.4**

**Hasil ide dalam segi kemasan yang memiliki dua peringkat tertinggi**

No	Ide kemasan dalam produk inovasi keripik singkong	Jumlah	Persentase (%)
1	Standing pouch berwarna	23	76,6
2	Plastik ( seperti chiki )	4	13,3

Kedua ide kemasan diatas merupakan yang paling banyak dipilih oleh responden dibandingkan dengan ide kemasan mika bening karena mempunyai jumlah presentase dipilih paling tinggi. Dapat dilihat dari tabel di atas bahwa ide kemasan dalam produk inovasi keripik singkong dengan kemasan standing pouch berwarna merupakan ide kemasan yang paling banyak dipilih oleh responden yaitu dengan jumlah 23 orang dari 30 orang responden ( 76,6% ). Responden memilih ide kemasan standing pouch berwarna antara lain karena lebih menarik ,mudah di bawa ,unik, mudah di letakkan di meja, lebih berkesan, tidak memakan banyak tempat, dapat digunakan kembali, lebih modern, lebih praktis, mudah di genggam dan juga enak di lihat.

Kemudian untuk hasil ide kemasan plastik ( seperti chiki ) memiliki jumlah presentase sebanyak 4 orang dari 30 orang responden ( 13,3% ). Alasan responden dalam memilih ide kemasan ini antara

lain yaitu karena ringan dan juga memang menyukai kemasan seperti chiki. Selain itu untuk ide kemasan yang lain memiliki tingkat presentase yaitu untuk ide kemasan Mika bening sebanyak 2 orang ( 6,6% ) dan ide kemasan Kaleng ( seperti Pringles ) sebanyak 1 orang ( 3,3% ).

Berdasarkan dari hasil kuesioner dan analisis pembahasan tersebut, maka dari tahap *Idea Generation* dapat disimpulkan bahwa :

- a. Mayoritas responden memilih ide rasa Original rasa telur asin dan ide rasa Telur asin dengan rasa pedas untuk produk inovasi keripik singkong.
- b. Mayoritas responden memilih produk inovasi keripik singkong menggunakan ide kemasan standing pouch berwarna dan ide kemasan plastik seperti chiki.

#### **4.2.2 Opportunity Recognition**

Tahap *Opportunity recognition* adalah tahap kedua dalam melakukan proses inovasi. *Opportunity recognition* di dalam penelitian ini yaitu melihat adanya peluang eksternal dan internal dalam penelitian ini supaya menghasilkan produk inovasi keripik singkong. Cara yang akan digunakan untuk mengidentifikasi peluang eksternal dalam penelitian ini adalah dengan cara membagikan kuesioner kepada 30 responden yang mengkonsumsi keripik singkong dalam 1 bulan terakhir dan berada di Kota Semarang dengan hasil sebagai berikut :



**Tabel 4.5**  
**Hasil pengenalan peluang eksternal**

No.	Keterangan	Jumlah	%
1.	Apakah anda menemukan produk keripik singkong dengan rasa telur asin di pasaran (Contoh Dalam pasar ritel atau supermarket ) ?	0	0
	a. Ya	30	100
	b. Tidak		
Total		30	100
2.	Jika produk inovasi keripik singkong dengan rasa telur asin diproduksi, apakah anda tertarik untuk membeli dan mengkonsumsi?	30	100
	a. Ya	0	0
	b. Tidak		
Total		30	100
3.	Berikan alasan baik jawaban ya ataupun tidak		
	a. Ya		
	1. Ide yang menarik dan unik	9	30
	2. layak di coba	3	10
	3. menyukai ide ini	2	6,6
	4. suka rasa telur asin	4	13,3
	5. supaya tidak bosan	3	10
	6. penasaran	3	10
	7. ingin mencoba rasa baru	5	16,6
	8. inovasi baru	1	3,3
b. Tidak	0	0	
Total		30	100
4.	Jika produk keripik singkong rasa telur asin diproduksi, rasa apa yang akan anda beli?		
	a. Original telur asin	20	66,7
	b. Telur asin dengan rasa pedas	6	20
	c. Telur asin dengan rasa manis	4	13.3

Total		30	100
5.	Jika produk inovasi keripik singkong dengan rasa telur asin diproduksi, ukuran yang dirasa pas untuk produk inovasi keripik singkong dengan rasa telur asin?		
	a. 40 gram	2	6,7
	b. 70 gram	5	16,7
	c. 100 gram	15	50
	d. 200 gram	8	26,7
Total		30	100
6.	Dari ukuran kemasan yang Anda pilih , Kira – kira berapa harga yang sesuai menurut Anda untuk produk inovasi keripik singkong dengan rasa telur asin ?		
	a. 40 Gram	1	3,3
	1. Rp 10.000,00	1	3,3
	2. Rp 15.000,00		
	b. 70 Gram	2	6,7
	1. Rp 15.000,00	1	3,3
	2. Rp 20.000,00	1	3,3
	3. Rp 25.000,00		
	c. 100 Gram	3	10
	1. Rp 15.000,00	1	3,3
	2. Rp 19.000,00	4	13,3
	3. Rp 20.000,00	1	3,3
	4. Rp 22.000,00	1	3,3
	5. Rp 25.000,00	2	6,7
	6. Rp 30.000,00	2	6,7
	7. Rp 35.000,00	1	3,3
	8. Rp 37.000,00		
	d. 200 Gram	1	3,3
	1. Rp 17.000,00	2	6,7
	2. Rp 20.000,00	1	3,3
	3. Rp 23.000,00	1	3,3
	4. Rp 27.000,00	1	3,3

	5. Rp 30.000,00	1	3,3
	6. Rp 35.000,00	1	3,3
	7. Rp 40.000,00		
Total		30	100

Sumber : Data primer yang diolah ( 2018 )

Berdasarkan tabel diatas , terdapat adanya peluang eksternal yang dapat dibidang sangat tinggi dalam menciptakan produk inovasi keripik singkong karena semua responden yaitu sebanyak 30 orang ( 100% ) memberikan pendapat bahwa melakukan inovasi keripik singkong dari segi rasa dan packaging merupakan hal yang perlu dilakukan karena supaya dapat mempunyai produk yang baru dengan inovasi ide yang baru sehingga dapat lebih menarik dan konsumen tidak merasa bosan dengan produk-produk yang telah ada. Selain itu semua responden yaitu sebanyak 30 orang ( 100% ) tidak pernah menemukan produk inovasi keripik singkong dengan rasa telur asin di pasaran ( baik pasar maupun ritel ) , dan juga seluruh responden yang berjumlah 30 orang ( 100% ) merasa tertarik untuk membeli dan mengkonsumsi apabila produk inovasi keripik singkong akan di realisasikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa produk inovasi keripik singkong bisa menjadi produk yang laku dan unggul di pasaran karena belum adanya pesaing dalam produk inovasi keripik singkong dengan rasa telur asin dan juga adanya ketertarikan responden kepada produk inovasi keripik singkong.

Kemudian untuk ide produk inovasi keripik singkong dengan rasa original telur asin merupakan ide rasa yang paling mempunyai peluang di pasaran karena dari responden sebanyak 20 orang ( 66,7 % ) memilih rasa tersebut karena kebanyakan menyukai rasa asin dan menyukai rasa telur asin biasa tanpa adanya rasa manis maupun pedas.

Lalu jika produk inovasi keripik singkong dengan rasa telur asin akan diproduksi, ukuran ( dalam gram ) yang paling banyak diminati oleh responden yaitu kemasan 100 gram dengan jumlah responden sebanyak 15 orang ( 50% ), disusul dengan kemasan 200 gram dipilih oleh responden sebanyak 8 orang ( 26,7% ) , kemasan 70 gram dipilih oleh responden sebanyak 5 orang ( 16,7% ) dan kemasan dengan peminat paling sedikit yaitu kemasan 40 gram dipilih oleh responden sebanyak 2 orang ( 6,7% ).

Untuk kemasan yang paling diminati yaitu kemasan produk inovasi keripik singkong dengan isi 100 gram , harga yang dirasa cocok untuk kemasan isi 100 gram oleh responden yaitu seharga Rp 20.000,00 dengan jumlah 4 orang responden ( 26,7% ) untuk produk inovasi keripik singkong.

Dari hasil di atas , maka dapat disimpulkan bahwa produk inovasi keripik singkong secara keseluruhan mempunyai potensi pasar / peluang eksternal yang dapat di bilang cukup baik karena :

- a. Responden merasa bahwa perlu adanya inovasi pada produk inovasi keripik singkong dari segi rasa dan kemasan.
- b. Produk inovasi keripik singkong dari segi rasa dan kemasan belum ada di pasaran baik di pasar maupun ritel.
- c. Responden merasa tertarik untuk membeli dan mengonsumsi produk inovasi keripik singkong bila nantinya akan direalisasikan.
- d. Rasa yang nantinya akan lebih diminati oleh masyarakat ada Original rasa telur asin dengan isi sebanyak 100 gram dan menggunakan kemasan standing pouch berwarna ( kemasan berdiri ) .

Setelah mengidentifikasi adanya peluang eksternal, jadi langkah berikutnya yaitu melihat adanya peluang internal yaitu dengan cara melaksanakan observasi ke toko bahan kue maupun pasar untuk melihat ketersediaan bahan baku dan juga harga bahan baku selain itu juga mempertimbangkan kemampuan teknik untuk memproduksi produk inovasi keripik singkong untuk mewujudkan ide yang telah didapatkan dalam tahap *idea generation*. Dibawah ini hasil observasi peluang internal :

Tabel 4.6 Hasil observasi peluang internal

No.	Ide	Ketersediaan bahan baku dan harga	Kemampuan teknik
<b>Rasa produk inovasi keripik singkong</b>			
1.	Original telur asin	a. Bahan baku berupa telur asin tersedia di pasar maupun di toko ritel. Namun harga paling murah ada di pasar seharga Rp 3300,00 per butir.	a. Lebih mudah dan sederhana dalam mengolah
2.	Rasa telur asin dengan rasa pedas	a. Bahan baku berupa telur asin tersedia di pasar maupun di toko ritel. Namun harga paling murah ada di pasar seharga Rp 3300,00 per butir.  b. Bahan baku berupa cabai bubuk tersedia di toko bahan kue dengan harga Rp 10.000,00 dalam kemasan 45 gram	a. Lebih memakan waktu dalam proses produksi
<b>Kemasan ( <i>packaging</i> )</b>			
1.	Standing pouch berwarna ( kemasan berdiri )	a. Tersedia di toko plastik dengan harga bervariasi antara Rp 1500,00 – Rp	a. Lebih ramping b. Lebih berat

		2000,00 tergantung dengan ketebalan dengan ukuran standing pouch 16x29 cm	c. Mudah diletakkan di meja
2.	Kemasan plastik ( seperti chiki )	a. Harus custom ke pihak percetakan dan ada minimal pembelian 1000 pcs dengan harga Rp 500,00 – Rp 1000,00	a. Lebih ringan b. Ada minimal pembelian

Dari hasil identifikasi adanya peluang internal dan peluang eksternal , akan menghasilkan kriteria yang nantinya dapat digunakan dalam menyaring adanya ide-ide di tahap selanjutnya yaitu *idea evaluation*. Kriteria yang telah didapat di tahap *opportunity recognition* ini yaitu :

#### A. Peluang Eksternal

1. Rasa yang paling diminati oleh masyarakat yaitu Original telur asin
2. Kemasan ( *packaging* ) yang diminati oleh masyarakat yaitu Standing pouch berwarna karena lebih ramping dan mudah di letakkan di meja.

#### B. Peluang Internal

1. Bahan baku yang relatif mudah untuk di dapatkan

Kriteria paling penting dalam peluang internal yaitu memiliki bahan yang mudah didapatkan di toko bahan roti ataupun di pasar.

2. Mempunyai harga bahan baku yang relatif murah

Setelah ide sejalan dengan kriteria pertama, maka bahan yang nantinya akan digunakan harus memiliki harga yang terjangkau karena sebanyak 15 responden memilih kemasan isi 100 gram dengan Harga Rp 15.000,00 – Rp 37.000,00 . dan harga yang dirasa paling cocok

adalah Rp 20.000,00 sebanyak 4 responden dari 15 responden yang memilih kemasan isi 100 gram untuk produk inovasi keripik singkong.

3. Mempunyai teknik dalam mengolah bahan baku yang mudah

Tidak ada masalah ataupun kendala dalam mengolah bahan baku untuk menjadi produk inovasi keripik singkong.

#### 4.2.3 Ideas Evaluation

Tahap ketiga dalam proses inovasi yaitu *idea evaluation* dimana dalam tahap ini merupakan penentuan sebuah ide yang sudah dipilih untuk direalisasikan supaya menjadi produk yang nyata. Di dalam tahap ini merupakan evaluasi dari ide yang didapat dan diselaraskan dengan criteria yang ada di tahap sebelumnya yaitu tahap *opportunity recognition*. Ide yang tidak sejalan dengan criteria yang telah ditentukan maka tidak akan lolos ke tahap selanjutnya.

Tabel 4.7

#### *Ideas Evaluation*

( Hasil dari penyelarasan ide dengan criteria eksternal dan internal )

No.	Ide	Kriteri Internal	Kriteria Eksternal	Lanjut / Tidak lanjut ke tahap berikutnya
<b>Rasa</b>				
1.	a. Original telur asin	- Harga bahan baku terjangkau - Bahan baku mudah di dapatkan - Teknik dalam	- Rasa yang paling diminati oleh masyarakat	a. Lanjut karena , sejalan dengan criteria eksternal dan internal

		mengolah bahan baku tergolong mudah		
	b. Telur asin dengan rasa pedas	- Harga bahan baku lebih tinggi dari bahan baku ide A - Bahan baku yang digunakan lebih banyak dari bahan baku ide A	- Tidak semua orang menyukai rasa pedas	b. Tidak lanjut , karena tidak semua orang menyukai rasa pedas dan harga serta bahan baku yang digunakan lebih banyak dan lebih tinggi
<b>Kemasan (packaging)</b>				
2.	a. Standing pouch berwarna	- Mudah di dapatkan - Tanpa minimal pengambilan pun bisa	- Kemasan yang paling diminati oleh masyarakat	a. Lanjut , karena sejalan dengan criteria internal dan eksternal
	b. Plastik ( seperti chiki )	- Ada minimal pembelian yaitu 1000 pcs - Harus custom sehingga tidak mudah di dapatkan	- Tidak semua menyukai kemasan plastik karena kurang ramping dan kurang diminati masyarakat disbanding ide A	b. Tidak lanjut, karena tidak sejalan dengan criteria internal dan eksternal yaitu Susah untuk di dapatkan dan ada minimal pengambilan

Berdasarkan tabel di atas, ide yang akan dipilih dan bisa lanjut ke tahap berikutnya yaitu ide yang sesuai dengan kriteria kapabilitas



internal dan eksternal. sehingga ide yang akan dilanjutkan supaya dapat di realisasikan yaitu produk keripik singkong dengan rasa : Original telur asin dengan kemasan *Standing pouch* berwarna ( kemasan berdiri )

#### 4.2.4 Development

Tahap keempat dalam proses inovasi adalah tahap *development* tahap pengembangan produk inovasi keripik singkong dengan langkah sebagai berikut :

##### 4.2.4.1 Desain awal

Langkah pertama dalam tahap *development* adalah melakukan desain awal dahulu. Pembuatan desain awal berdasarkan criteria dari tahap sebelumnya yaitu tahap *Idea evaluation*. Sehingga criteria yang didapatkan adalah :

- a. Rasa dari produk inovasi keripik singkong yaitu Original telur asin
- b. Kemasan dari produk inovasi keripik singkong yaitu kemasan *Standing pouch* berwarna dan label mengenai produk supaya bisa lebih mudah dikenal dan di ingat oleh masyarakat.

Berikut merupakan desain awal produk inovasi keripik singkong :

##### 4.2.4.2 Prototype

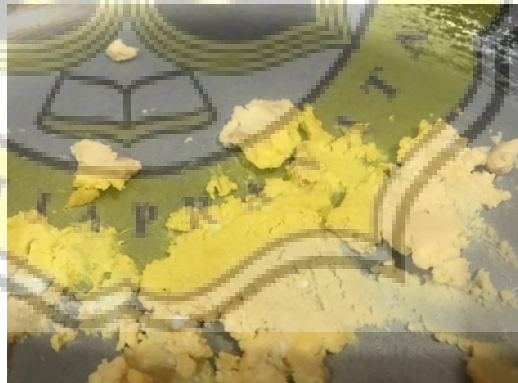
Langkah berikutnya yaitu pembuatan *prototype* didasarkan dari desain awal. Langkah pembuatan *prototype* untuk produk inovasi keripik singkong adalah

Bahan :

1. Keripik singkong
2. Bubuk telur asin original
  - a. 1 butir kuning telur asin
  - b. Susu bubuk 1 sachet
  - c. Merica bubuk

Berikut adalah cara dalam pengolahan untuk produk inovasi keripik singkong,

1. Keripik singkong rasa telur asin original
  - a. Belah jadi dua telur asin , lalu pisahkan kuning telur dan putih telur
  - b. Letakkan kuning telur asin di wajan
  - c. Ratakan kuning telur asin di wajan

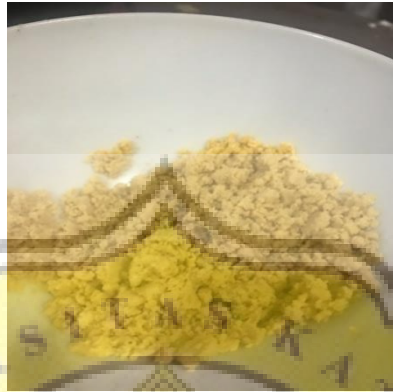


**Gambar 4.1**

**Meratakan kuning telur asin di wajan**

- d. Nyalakan api kecil , sambil di aduk-aduk selama 1-2 menit

e. Lalu masukan bubuk susu putih sambil di aduk – aduk sampai teksturnya menjadi bubuk



**Gambar 4.2**

**Tekstur kuning telur asin setelah menjadi bubuk**

f. Campurkan bubuk telur asin dengan keripik singkong dengan cara di kocok di dalam wadah



**Gambar 4.3**

**Keripik singkong setelah dicampur dengan bubuk telur asin**

g. masukkan kedalam kemasan

h. beri label merk supaya masyarakat mudah mengenali produk



Gambar 4.4

**Hasil produk inovasi keripik singkong yang sudah di masukkan kemasan dan diberi label**

#### 4.2.4.3 Uji *prototype* produk

Setelah proses pembuatan *prototype* produk , langkah berikutnya yaitu uji *prototype* produk supaya dapat mengetahui reaksi masyarakat kepada produk inovasi keripik singkong apakah dapat diterima dalam masyarakat atau tidak. Langkah uji *prototype* produk ini akan dilakukan dengan cara membagikan kuesioner terhadap 30 orang responden yang sama dalam proses sebelumnya ( Responden mempunyai usia 11 tahun – 29 tahun serta mengkonsumsi keripik singkong dalam 1 bulan terakhir dan berada di Kota Semarang ). Hasilnya sebagai berikut :

Tabel 4.8

Hasil kuesioner *Development* ( uji *prototype* produk )

No.	Keterangan	Jumlah	%
1.	Menurut anda, apakah kemasan dari produk inovasi keripik		

	singkong dengan rasa yang di pilih tsb sudah menarik?		
	a. Ya	28	93,3
	b. Tidak	2	6,7
	<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100</b>
	Alasan apakah kemasan dan rasa yang dipilih sudah menarik		
	1. Ya		
	a. Warna kemasan menarik	9	30
	b. Belum pernah mencoba yang seperti ini	3	10
	c. Unik	9	30
	d. Rasanya sangat menarik	5	16,7
	e. inovatif , kemasan menarik dapat di buka tutup	1	3,3
		1	3,3
	1	3,3	
	2. Tidak		
	a. pernah melihat kemasan seperti ini	1	3,3
	b. cukup aneh rasanya	1	3,3
	<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100</b>
2.	Menurut anda, apakah keripik singkong dengan rasa telur asin dengan rasa yang di pilih sudah enak?		
	a. Enak	27	90
	b. Tidak enak	0	0
	c. Aneh	1	3,3
	d.Lainya:	1	3,3
	1. Terlalu asin	1	3,3
	2. kurang pedas sedikit		
	<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100</b>
3.	Menurut anda, apa rasa telur asin yang dipilih ini sudah cocok dengan produk inovasi keripik singkong?		
	a. Ya	28	93,3
	b. Tidak	2	6,7

	Total	30	100
	Alasan dalam memilih apakah sesuai atau tidak		
	a. Ya		
	1. rasanya sudah pas	6	20
	2. rasa telur asin sudah terasa	4	13,3
	3. rasanya enak	10	33,3
	4. keripik singkong dan rasa telur asin cocok	3	10
	5. rasanya unik	5	16,7
	b. Tidak		
	1. Telur asin kurang terasa	1	3,3
	2. terlalu asin	1	3,3
	Total	30	100
4.	Menurut anda, hal apa yang masih dirasakan kurang pada produk inovasi keripik singkong ini?		
	a. Tidak ada	25	83,3
	b. kemasan terlalu besar	2	6,7
	c. rasanya kurang pedas sedikit	1	3,3
	d. rasanya terlalu asin	1	3,3
	e. kurang terasa telur asinnya	1	3,3
	Total	30	100
5.	Keunikan apa yang anda peroleh dari produk inovasi keripik singkong ini?		
	a. Bentuk	0	0
	b. Rasa	7	23,3
	c. Kemasan	23	76,7
	Total	30	100
6.	Apakah produk inovasi keripik singkong ini dengan rasa telur asin yang sudah dipilih ini sudah sesuai dengan harapan anda?		
	a. Ya		
	b. Tidak		

		28	93,3
		2	6,7
	Total	30	100
	Alasan dalam memilih apakah sesuai dengan harapan atau tidak		
	a. Ya		
	1. unik	15	50
	2. Rasanya enak	6	20
	3. Inovatif dan unik	1	3,3
	4. kemasan unik	1	3,3
	5. rasa dan kemasan baik	5	16,7
	b. Tidak	1	3,3
	1. Rasa telur asin kurang terasa	1	3,3
	2. rasanya terlalu asin		
	Total	30	100

Sumber : Data primer yang diolah ( 2018 )

Dalam melakukan proses dalam uji *prototype* produk , maka bisa diketahui respon responden kepada produk inovasi keripik singkong. Dari segi rasa dan kemasan , mayoritas respon responden yaitu sebanyak 28,8 responden (93,3%) mempunyai pendapat bahwa produk inovasi keripik singkong sudah mempunyai kemasan dan rasa yang menarik. Responden berpendapat bahwa produk inovasi keripik singkong mempunyai rasa dan kemasan yang menarik karena warna kemasan menarik, belum pernah mencoba produk seperti ini, unik, rasanya menarik dan juga kemasan unik dapat di buka tutup bila tidak habis.

Selain itu dilihat dari segi rasa, produk inovasi keripik singkong dengan rasa telur asin dapat dibilang mempunyai rasa yang enak karena sebanyak 27 udah responden ( 90%) berpendapat bahwa rasanya sudah enak dan menyukai rasa telur asin tersebut. Responden merasa rasanya sudah enak

dan cocok karena rasa telur asin sudah berasa, rasanya unik , perpaduan antara keripik singkong dan telur asin sudah cocok dan sesuai.

Setelah itu menurut kebanyakan responden rasa telur asin ini sudah cocok dengan produk inovasi keripik singkong yaitu sebanyak 28 responden ( 93,3% ) mempunyai pendapat rasa telur asin sudah cocok dengan rasa telur asin karena rasanya sudah pas, rasa telur asin sudah terasa, rasanya enak, keripik singkong dan rasa telur asin cocok dan rasanya unik. Secara keseluruhan , produk inovasi keripik singkong ini telah mendapatkan respon / reaksi yang cukup baik dari responden. Sebanyak 25 orang responden ( 83,3% ) merasa bahwa tidak ada yang kurang pada produk inovasi keripik singkong. Tetapi juga ada sebanyak 2 orang responden ( 6,7% ) berpendapat bahwa kemasan produk inovasi keripik singkong terlalu besar, kemudian 1 orang responden (3,3%) merasa rasa telur asin kurang terasa dan 1 orang responden ( 3,3% ) merasa rasa telur asin kurang pedas di kemasan.

Setelah mendapatkan adanya respon / reaksi yang positif dari responden , maka produk inovasi keripik singkong ini memiliki sisi unik tersendiri. Sebanyak 27 orang responden ( 76,7%) berpendapat bahwa produk inovasi keripik singkong mempunyai keunikan dari segi rasa , dan sebanyak 7 orang responden ( 23,3%) menemukan bahwa produk inovasi keripik singkong mempunyai keunikan dari segi kemasan ( *packaging* ). Sebanyak 28 orang responden ( 93,3% ) berpendapat produk inovasi keripik singkong dengan rasa telur asin yang sudah dipilih ini sudah sesuai dengan harapan karena unik, rasanya sudah enak, inovatif, kemasan unik kemudian rasa dan kemasan baik.

#### 4.2.4.4 *Redesign*

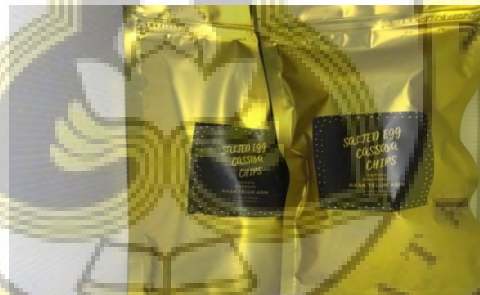
Secara keseluruhan produk inovasi keripik singkong sudah mendapatkan respon yang Dapat dibilang baik dan juga positif dari



responden. Mayoritas responden menyukai Produk inovasi keripik singkong dan juga merasa bahwa tidak ada kekurangan pada Produk inovasi keripik singkong sehingga dapat disimpulkan tidak diperlukan adanya Perbaikan produk / *redesign*.

#### 4.2.4.5 Produk akhir

Karena tidak ada perbaikan produk dalam tahap *redesign* sehingga produk akhir pada penelitian ini tidak mengalami perubahan yaitu produk inovasi keripik singkong : menggunakan keripik singkong dengan rasa telur asin ( *salted egg* ) dan menggunakan kemasan *standing pouch* ( kemasan berdiri ) berwarna emas. Berat keripik singkong juga tidak berubah yaitu berat bersih sebesar 100 gram.



**Gambar 4.5**

#### **Produk akhir**

Setelah akhirnya mendapatkan produk akhir , maka langkah selanjutnya adalah menghitung HPP ( Harga pokok produksi ) supaya dapat mengetahui berapa harga pokok yang dibutuhkan untuk memproduksi produk inovasi keripik singkong sehingga dapat digunakan untuk bahan pertimbangan dalam menentukan harga jual / laba yang akan di dapatkan nantinya. Berikut merupakan perhitungan HPP dari produk inovasi keripik singkong :

**Tabel 4.9****HPP Produk inovasi keripik singkong**

Biaya bahan baku ( untuk 30 pcs )

Bahan baku	Jumlah	Harga ( dalam Rupiah )
Keripik singkong	2700 gr	75000
Telur asin	30 butir	90000
Merica	Sekotak	5000
Susu bubuk	30 sachet	75000
Total biaya bahan baku		245000
<b>BTKL</b>		
Karyawan	1	20000
Total BTKL		20000
<b>BOP</b>		
Listrik + gas + bensin		8500
Kemasan <i>Standing pouch</i> + label	30	54000
Total BOP		62500
<b>Total Biaya</b>		327500
<b>HPP / unit</b>		10916

Sumber : Data primer yang diolah ( 2018 )

Berdasarkan tabel 4.9 , Total bahan biaya bahan baku yang akan digunakan untuk memproduksi produk inovasi keripik singkong yaitu sebesar Rp 245.000,00 . Bahan baku tersebut dapat menghasilkan 30 produk. Dalam suatu proses produksi akan menggunakan satu orang tenaga kerja

dengan gaji sebesar Rp 20.000,00 per produksi , dengan estimasi 45x dalam satu bulan akan mendapatkan gaji sebesar Rp 900.000,00 . Untuk biaya *overhead* / biaya produksi sebesar Rp 62.500,00 . Maka dapat disimpulkan bahwa harga pokok produksi ( biaya bahan baku + BTKL + BOP ) yaitu sebesar Rp 327.500,00 , jadi harga pokok produksi untuk satu unit yaitu sebesar Rp Rp 10.916,00. Besar margin yang diinginkan sebesar 35% sehingga laba yang akan didapatkan yaitu sebesar Rp 3.820,00 per unit. Sehingga, harga jual untuk satu unit produk inovasi keripik singkong yaitu Rp 10.916,00 + Rp 3.820,00 = Rp 14.736 dan akan dilakukan pembulatan sehingga satu unit produk inovasi keripik singkong akan dijual dengan harga sebesar Rp 15.000,00.

#### **4.2.5 Commercialization**

Tahap ini merupakan tahap terakhir dalam proses inovasi. Pada tahap *commercialization* ini , produk akhir akan siap untuk dipasarkan kepada masyarakat. Dalam tahap ini akan dilakukan pembagian kuesioner kepada 30 orang responden yang merupakan responden yang sama di dalam tahap-tahap sebelumnya yaitu konsumen yang berusia 11 tahun – 29 tahun dan mengkonsumsi keripik singkong dalam 1 bulan terakhir dan berada di Semarang supaya dapat memberikan masukan dalam sisi media pemasaran , contohnya media pemasaran yang seperti apa supaya dapat memudahkan responden untuk mengetahui produk inovasi keripik singkong. Berikut merupakan hasil akhir dari kuesioner *commercialization* :

**Tabel 4.10**

**Hasil kuesioner pada tahap *commercialization***

No.	Keterangan	Jumlah	%
1.	Media yang sesuai untuk mengetahui produk inovasi keripik singkong yaitu		
	a. Media sosial	26	86,7
	b. Website	1	3,3
	c. Brosur	3	10
	Total	100	100

Berdasarkan tabel diatas , Maka media yang akan digunakan untuk memasarkan produk inovasi keripik singkong ini nantinya akan dipasarkan melalui media sosial, karena sebanyak 26 orang responden ( 86,7% ) lebih mudah untuk mengetahui produk inovasi keripik singkong dengan cara melalui media sosial apabila dibandingkan dengan website maupun brosur.