

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Makaroni Pejuang

Makaroni Pejuang adalah salah satu produsen snack dengan jenis makaroni goreng yang telah menjalankan usahanya sejak tahun 2015 di Kabupaten Blora. Makaroni yang dijual adalah makaroni goreng dengan rasa keju, barbeque, balado, jagung bakar dan original. Makaroni Pejuang dijual secara retail maupun masuk ke toko oleh-oleh lokal yang berada di Kabupaten Blora.

Gambaran Umum Responden

Sampel dalam penelitian ini adalah 1 orang pemilik Makaroni Pejuang 2 orang karyawan Makaroni Pejuang, dan 20 orang konsumen potensial yang akan diberikan kuesioner tentang *idea generation* dan *development* pada tahap pengujian *prototype*. Kriteria pemilihan sampel adalah sebagai berikut:

1. Pemilik dipilih karena merupakan seorang yang paling mengetahui tentang perusahaan secara mendalam.
2. Karyawan dipilih sebagai sampel karena merupakan orang yang paling mengetahui tentang produksi makaroni.
3. Konsumen yang dipilih adalah 20 orang konsumen yang melakukan pembelian 3 kali dalam sebulan terakhir.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner pada 20 orang konsumen, maka didapatkan gambaran umum responden sebagai berikut:

Tabel 4.1
Gambaran Umum Responden

No	Keterangan	Jumlah (Orang)	%
1	Jenis Kelamin		
	Laki-laki	8	40
	Perempuan	12	60
	Total	20	100
2	Usia		
	<20 tahun	9	45
	20-25 tahun	7	35
	25-30 tahun	3	15

No	Keterangan	Jumlah (Orang)	%
	>30 tahun	1	5
	Total	20	100
3	Lama menjadi pelanggan		
	1 tahun	7	35
	2 tahun	13	65
	Total	20	100
4	Frekuensi Pemesanan		
	1 kali/bulan	7	35
	2 kali/bulan	1	5
	3 kali/bulan	2	10
	>3 kali/bulan	10	50
	Total	20	100

Sumber : Data primer yang diolah (2019)

Berdasarkan tabel 4.1, diketahui bahwa sebagian besar responden adalah berjenis kelamin perempuan (60%), berusia kurang dari 20 tahun (45%), menjadi pelanggan selama 2 tahun (65%) dan melakukan pembelian lebih dari 3 kali dalam 1 bulan (50%). Konsumen yang melakukan pembelian 3 kali dalam 1 bulan lebih banyak karena sebagian besar responden penelitian ini adalah konsumen akhir yang melakukan pembelian secara occasional ke toko ketika memiliki keinginan untuk membeli makaroni goreng.

Hasil Analisis Data dan Pembahasan

Pada bagian ini akan dianalisis dan dibahas mengenai proses inovasi produk makaroni goreng dilihat dari rasa makaroni goreng yang akan diproduksi oleh Makaroni Pejuang.

Idea Generation

Idea generation dalam penelitian ini adalah proses penggalan ide mengenai produk makaroni goreng apa yang sesuai dengan permintaan pasar serta memiliki tingkat persaingan tidak seketat makaroni goreng sehingga Makaroni Pejuang tidak berhadapan secara langsung dengan merk besar seperti Ngehe dan Maicih. Penggalan ide ini dilakukan dengan pembagian kuesioner kepada 20 konsumen Makaroni Pejuang. Indikatornya adalah sebagai berikut:

3. Ide bentuk produk makaroni goreng makaroni goreng yang belum ada di pasaran

4. Ide desain makaroni goreng makaroni goreng yang belum ada di pasaran
5. Ide konsep (cover dan ornament tambahan) makaroni goreng makaroni goreng yang belum ada di pasaran

Tabel 4.2
Hasil Kuesioner Tahap Idea Generation

No	Indikator	Jawaban	Jumlah	%
1	Rasa makaroni apa saja yang belum ada di pasaran saat ini	Rasa manis	20	100
2	Apakah diperlukan variasi rasa pada makaroni Pejuang	Ya	20	100
3	variasi rasa yang perlu dilakukan untuk makaroni Pejuang	ovomaltine	6	15
		oreo	14	35
		kitkat	5	12.5
		ovaltine	1	2.5
		tiramisu	3	7.5
		caramel	4	10
		vanilla	3	7.5
		gula	1	2.5
		mocca	2	5
		susu	1	2.5
4	Jika Makaroni Pejuang membuat produk makaroni Pejuang dengan varian rasa seperti jawaban Anda di atas, berapa kali Anda akan melakukan pembelian dalam satu bulan	3	6	30
		4	2	10
		5	4	20
		6	3	15
		7	5	25

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Setelah didapatkan ide mengenai bentuk, desain dan konsep pada produk inovasi makaroni goreng, maka akan dipilih ide yang memiliki dua peringkat tertinggi karena dianggap sudah mewakili jumlah suara terbanyak dari responden yang akan dianalisa dan dikembangkan lebih lanjut ke tahap selanjutnya yaitu *opportunity recognition*. Dalam segi rasa makaroni goreng, ide yang memiliki peringkat tertinggi adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Rasa makaroni apa saja yang belum ada di pasaran saat ini

No	Rasa makaroni apa saja yang belum ada di pasaran saat ini	Jumlah	Persentase (%)
1	Manis	20	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Rasa manis merupakan rasa yang memiliki peringkat tertinggi. Responden merasa bahwa rasa manis akan membuat makaroni goreng yang gurih terasa lebih enak dan mudah untuk dimakan, selain itu dengan rasa manis akan menghilangkan rasa mual yang akan dialami oleh responden seperti ketika mengkonsumsi terlalu banyak makaroni asin. Alasan ini membuat responden 100% memilih rasa manis sebagai rasa yang terbaik untuk produk makaroni goreng.

Tabel 4.4
Hasil Ide diperlukan variasi rasa pada makaroni Pejuang yang Memiliki Peringkat Tertinggi

No	variasi rasa pada makaroni Pejuang	Jumlah	Persentase (%)
1	Ya	20	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

100% responden menyatakan bahwa diperlukan variasi rasa pada Makaroni Pejuang. Hal ini dapat terjadi karena Makaroni Pejuang saat ini tidak memiliki keunggulan apapun bila dibandingkan dengan makaroni lain yang sejenis, selain itu rasa dari makaroni goreng Makaroni Pejuang berkutat pada rasa original dan rasa yang pedas sehingga variasi rasa lain Makaroni Pejuang perlu dilakukan.

Tabel 4.5
Hasil Ide variasi rasa yang perlu dilakukan untuk makaroni Pejuang yang Memiliki Peringkat Tertinggi

No	variasi rasa yang perlu dilakukan untuk makaroni Pejuang	Jumlah	Persentase (%)
1	Oreo	14	70%
2	Ovomaltine	6	30 %

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan ide rasa makaroni goreng, ide rasa makaroni goreng yang memiliki peringkat tertinggi adalah rasa oreo (70%) sedangkan peringkat berikutnya

adalah rasa ovomaltine (30 %). Rasa oreo yang merupakan rasa yang manis namun tidak terlalu manis serta renyah merupakan pilihan pertama dari responden. Sedangkan rasa ovomaltine yang membuat makaroni goreng terlihat mewah menempati peringkat kedua.

Berdasarkan hasil dan pembahasan tersebut, maka dari tahap idea generation dapat diketahui bahwa:

1. Sebagian besar responden menginginkan rasa manis untuk produk inovasi makaroni goreng.
2. Sebagian besar responden menginginkan variasi produk makaroni goreng yaitu oreo atau ovomaltine.
3. Sebagian besar responden akan membeli sebanyak 3 kali dalam sebulan ketika Makaroni Pejuang membuat varian rasa tersebut.

Opportunity Recognition

Opportunity recognition dalam penelitian ini adalah melihat peluang/kesempatan yang ada untuk menghasilkan produk inovasi makaroni goreng. Tahap *opportunity recognition* ini mempertimbangkan dua faktor yaitu:

3. Faktor internal

Indikator faktor internal yaitu:

- a. Keterjangkauan harga
- b. Kemudahan mendapatkan bahan baku untuk pembuatan produk inovasi makaroni
- c. Kemampuan/kompetensi teknis Makaroni Pejuang dalam membuat produk makaroni dengan rasa yang berbeda.

4. Faktor eksternal

Indikator faktor eksternal yaitu:

- a. Peluang pasar produk makaroni dengan varian rasa baru.
- b. Ketertarikan responden terhadap ide inovasi produk makaroni dengan varian rasa baru.

Cara yang digunakan untuk mengenali peluang eksternal adalah dengan membagikan kusioner kepada 20 konsumen Makaroni Pejuang dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.6
Hasil Pengenalan Peluang Eksternal

No	Indikator	Jawaban	Jumlah	%
1	varian rasa populer makaroni yang diminati oleh konsumen	Ovomaltine	5	25
		Oreo	9	45
		Kitkat	4	20
		Caramel	2	10
2	alasan menganjurkan pemilihan rasa tersebut	Manis	10	50
		Gurih	2	10
		Enak	2	10
		Renyah	2	10
		Mewah	4	20
3	Harga jual makaroni goreng yang pantas untuk varian rasa baru tersebut	Rp. 10.000	13	65
		Rp. 8.000	3	15
		Rp. 7.500	1	5
		Rp. 12.500	2	10
		Rp. 5.000	1	5

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.6, terdapat peluang eksternal yang tinggi dalam menciptakan produk inovasi makaroni goreng makaroni goreng yang dapat dilihat dari varian rasa yang diminati oleh responden adalah oreo (45%) dan ovomaltine (25%), hal ini karena sebagian besar responden merasa belum pernah menemukan varian rasa tersebut pada makaroni goreng lainnya. Alasan responden untuk menganjurkan pemilihan rasa tersebut adalah karena rasa tersebut mengandung rasa manis yang sesuai dengan selera konsumen (50%), selain itu terdapat responden yang merasa bahwa rasa dari makaroni goreng tersebut adalah rasa yang gurih (10%), enak (10%), renyah (10%) dan ada rasa mewah ketika makan yang berjenis ovomaltine (20%). Berdasarkan harga jual, sebagian besar responden sebanyak 13 orang (65%) menginginkan harga Rp. 10.000 untuk produk inovasi makaroni goreng dan sebanyak 3 orang (15%) menginginkan harga sebesar Rp. 8.000 untuk produk inovasi makaroni goreng.

Berdasarkan hasil tersebut, maka produk inovasi makaroni goreng secara keseluruhan memiliki potensi pasar / peluang eksternal yang unggul karena:

1. Varian rasa yang diinginkan adalah oreo atau ovomaltine.
2. Varian rasa oreo dan ovomaltine belum ada di pasaran.
3. Rasa yang diinginkan adalah rasa manis pada makaroni goreng.
4. Memiliki harga jual sebesar Rp. 8.000-10.000 per produk makaroni goreng.

Setelah melihat peluang eksternal, maka langkah berikutnya adalah melihat peluang internal yaitu dengan cara melakukan observasi pada supplier Makaroni

Pejuang untuk melihat harga dan ketersediaan bahan baku serta melihat kemampuan teknik yang dimiliki oleh Makaroni Pejuang agar dapat mempertimbangkan serta mewujudkan ide yang telah didapatkan di tahap *idea generation*. Berikut hasil observasi peluang internal:

Tabel 4.7
Hasil Pengenalan Peluang Internal

No	Ide	Ketersediaan Bahan Baku dan Harga	Kemampuan Teknik
1	Bubuk oreo atau bubuk ovomaltine	Bubuk Oreo maupun bubuk ovomaltine tersedia di toko-toko penyedia bahan kue maupun dari online shop dengan harga Rp 40.000/kg untuk bubuk oreo dan Rp 130.000/kg untuk bubuk ovomaltine.	Mampu untuk mencampurkan bubuk oreo ke dalam makaroni goreng
2	Gula	Gula dapat dibeli di toko-toko dengan harga Rp 13.000/kg	Makaroni Pejuang memiliki kemampuan untuk melakukan pencampuran gula pasir dengan bubuk oreo dan ovomaltine.
3	Makaroni siap goreng	Makaroni mentah merk Delon seharga Rp 17.000/kg bisa didapatkan dari toko	Makaroni merk Delon mudah diolah dan digoreng, serta lebih renyah

Berdasarkan hasil identifikasi peluang eksternal dan internal, maka didapatkan kriteria-kriteria yang akan digunakan untuk menyaring ide di tahap selanjutnya (*idea evaluation*). Kriteria yang didapatkan pada tahap opportunity recognition adalah:

1. Eksternal

- a. Rasa yang diinginkan adalah rasa manis pada makaroni goreng
- b. Varian rasa yang diinginkan adalah oreo atau ovomaltine.
- c. Varian rasa oreo dan ovomaltine belum ada di pasaran.
- d. Memiliki harga jual sebesar Rp. 8.000-10.000 per produk makaroni goreng.

2. Internal

- a. Bahan baku mudah didapatkan

Bahan baku untuk pembuatan makaroni goreng seperti bubuk oreo, bubuk ovomaltine, gula, makaroni siap goreng, kemasan, dan stiker mudah didapatkan dari supplier-supplier Makaroni Pejuang.

- b. Memiliki harga bahan baku terjangkau

Setelah ide selaras dengan kriteria pertama, maka bahan yang akan digunakan harus memiliki harga yang terjangkau karena sebagian besar responden menginginkan harga produk inovasi makaroni goreng tersebut memiliki harga jual Rp. 8.000-Rp 10.000.

- c. Memiliki kemampuan pengolahan bahan baku yang mudah

Kriteria selanjutnya adalah Makaroni Pejuang harus memiliki kemampuan teknis untuk mengolah bahan baku tersebut menjadi produk inovasi makaroni goreng.

Idea Evaluation

Pada tahap *idea evaluation*, Makaroni Pejuang mengevaluasi ide yang ada untuk menyelaraskan ide dengan kriteria faktor *opportunity recognition* sehingga dapat menghasilkan produk makaroni goreng yang sesuai dengan kriteria. Indikatornya adalah kesesuaian antara ide dengan faktor-faktor yang telah ditetapkan. Pada tahap ini ide yang tidak selaras dengan kriteria akan dihilangkan/ tidak lolos ke tahap selanjutnya.

Tabel 4.8
Idea Evaluation

Ide Rasa	Kriteria eksternal	Kriteria Internal	Lanjut/tidak lanjut
Oreo	Rasa yang diminati adalah rasa manis dan tidak ada di pasaran yaitu oreo dan ovomaltine	Bahan baku oreo dan ovomaltine, gula, makaroni siap goreng, packing dan stiker mudah untuk didapatkan.	Lanjut karena selaras dengan kriteria eksternal dan internal dan harga bisa masuk yaitu Rp 40.000/kg
Ovomaltine			Tidak lanjut, karena secara harga tidak masuk untuk membuat makaroni goreng dengan harga Rp 8.000-10.000 karena harga bubuk ovomaltine termurah adalah Rp 130.000.

Berdasarkan tabel 4.10, ide yang dipilih untuk ke tahap selanjutnya adalah ide yang selaras dengan kriteria kapabilitas eksternal dan internal. Maka ide yang akan dipilih untuk direalisasikan adalah produk makaroni goreng dengan rasa oreo.

Development

Tahap *development* dilakukan dengan penyempurnaan konsep ide produk makaroni goreng Makaroni Pejuang menjadi suatu bentuk *prototype* produk makaroni goreng dengan rasa oreo. Langkah tahap *development* adalah sebagai berikut:

Desain awal

Langkah awal dalam tahap development adalah dengan melakukan desain awal terlebih dahulu. Pembuatan desain awal produk inovasi makaroni goreng makaroni goreng dilakukan sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan dalam tahap sebelumnya. Kriteria yang didapatkan adalah sebagai berikut:

1. Rasa dari makaroni goreng adalah rasa oreo
2. Penggunaan kemasan berbentuk plastic yang bening sehingga konsumen mudah melihatnya dan mudah dikemas.

Berikut merupakan desain awal produk inovasi makaroni goreng:

Gambar 4.1
Desain awal produk inovasi makaroni goreng



Prototype

Langkah selanjutnya adalah dengan pembuatan prototype didasarkan dari desain awal. Berikut adalah pembuatan *prototype* produk makaroni goreng makaroni goreng :

Bahan-bahan yang diperlukan untuk produksi makaroni goreng adalah:

- a. Makaroni mentah siap goreng

- b. Minyak goreng
- c. Gula pasir
- d. Bubuk Oreo
- e. Packing (kemasan)
- f. Sticker

Mesin-mesin yang digunakan oleh Makaroni Pejuang untuk produksi produk inovasi makaroni goreng adalah sebagai berikut:

- a. Wajan
- b. Spatula (2)
- c. Gas 3 kg
- d. Lock and Lock (3)
- e. Mesin las untuk pengemasan

Berikut merupakan langkah produksi untuk produk makaroni goreng makaroni goreng:

- a. Siapkan makaroni Delon siap goreng



- b. Panaskan minyak sehingga panas.
- c. Setelah minyak panas, maka masukkan makaroni siap goreng tersebut
- d. Goreng makaroni hingga berwarna coklat keemasan



e. Tiriskan minyak serta letakkan makaroni yang telah digoreng di lock and lock





- f. Siapkan bubuk Oreo
- g. Siapkan gula



- h. Campurkan bubuk Oreo dan gula ke dalam makaroni yang telah digoreng



- i. Aduk hingga rata
j. Siapkan kemasan serta pasang stiker di kemasan dan mesin las



- k. Masukkan makaroni goreng ke kemasan, las sisi atas dari kemasan hingga melekat

Uji *prototype* produk

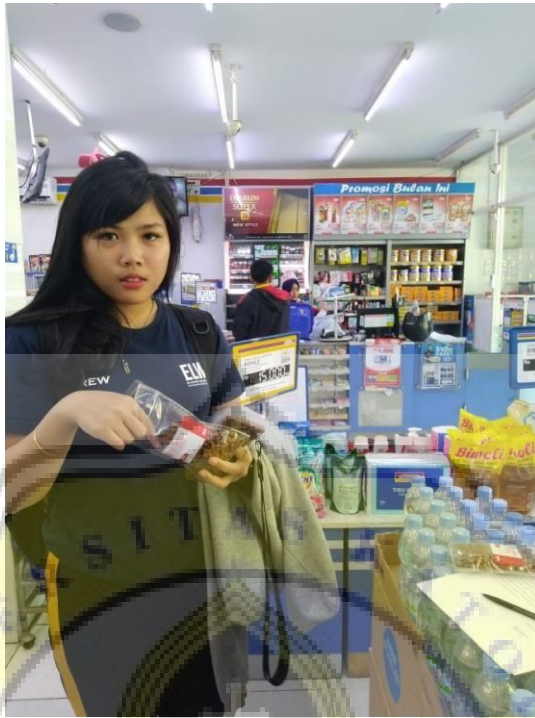
Uji *prototype* digunakan untuk mengetahui bagaimana reaksi pasar terhadap produk inovasi dan apakah produk inovasi dapat diterima oleh pasar atau tidak. Setelah pembuatan *prototype*, maka langkah selanjutnya adalah dengan melakukan uji *prototype* produk untuk dapat mengetahui reaksi pasar terhadap produk inovasi makaroni goreng apakah dapat diterima oleh konsumen atau tidak. Hal ini

dilakukan dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada 20 orang konsumen Makaroni Pejuang dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.9
Hasil Kuesioner Development (Uji Prototype Produk)

No	Indikator	Jawaban	Jumlah	%
1	makaroni goreng dengan varian rasa baru ini sudah enak	Sudah	20	100
2	pernah menemukan produk makaroni goreng dengan rasa yang sama/mirip	Pernah	13	65
		Tidak	7	35
3	kekurangan dari produk makaroni goreng tersebut	Tidak ada	12	60
		Tambah oreo	3	15
		Gula kurang halus	5	25
4	keunikan dari produk makaroni goreng tersebut	Enak	15	75
		Kemasan sudah pas	3	15
		Praktis	1	5
		Warna hitam	1	5
5	produk makaroni goreng ini sudah sesuai dengan harapan	Sudah	16	80
		Belum	4	20
6	Jika produk makaroni Pejuang dengan varian rasa baru ini telah dikomersilkan, berapa banyak yang mau Anda pesan	1 kantong	1	10
		2 kantong	1	15
		3 kantong	1	20
		5 kantong	8	55





Dalam melakukan proses uji prototype produk, maka dapat diketahui respon/reaksi responden terhadap produk inovasi makaroni goreng. Dari segi varian rasa, 100% responden merasa bahwa varian rasa baru dari produk makaroni goreng Makaroni Pejuang sudah enak. Walaupun begitu 65% responden menyatakan pernah menemukan varian rasa yang hampir sama dengan varian rasa yang sama/mirip sedangkan 35% responden lainnya menyatakan tidak pernah menemukan varian rasa sejenis.

Responden merasa bahwa perlu ada perbaikan dari makaroni goreng tersebut, dengan 25% responden menyatakan bahwa gula yang digunakan kurang halus, sehingga perlu untuk diperhalus, sedangkan 15% responden menyatakan bahwa perlu untuk ditambahkan oreo untuk menambah rasa dari makaroni goreng tersebut.

Respon positif dari responden ini menunjukkan bahwa produk makaroni goreng produksi Makaroni Pejuang memiliki keunikan tersendiri. Sebanyak 75% responden merasa bahwa keunikan dari produk makaroni goreng produksi Makaroni Pejuang adalah enak dan 15% menyatakan bahwa kemasan yang digunakan untuk produk tersebut sudah baik. Secara keseluruhan, 80% responden

menyatakan bahwa peroduk makaroni goreng tersebut sudah sesuai dengan harapan dari responden dan 55% responden menyatakan akan membeli 5 kantong per bulan jika makaroni goreng ini dikomersialkan.

Redesign

Pada tahap ini akan dilakukan sebuah perbaikan jika masih terdapat kekurangan dalam produk. Setelah dilakukan perbaikan, maka produk yang sebenarnya akan dibuat kembali. Berdasarkan masukan dari 25% responden yang merasa kekurangan dari produk makaroni goreng produksi Makaroni Pejuang adalah gula yang kurang halus dan ada 15% responden yang minta untuk ditambah oreonya, maka dalam tahap redesign ini, Makaroni Pejuang menggunakan gula halus sebagai substitusi dari gula pasir dan untuk bubuk Oreo akan ditambahkan dari yang awal sebanyak 5 gram menjadi 7 gram untuk setiap pack (35 gram).

Produk Inovasi

Produk akhir dari makaroni goreng rasa oreo dari Makaroni Pejuang ini adalah sebagai berikut:



Gambar 4.2
Produk Akhir Makaroni Goreng Rasa Oreo Makaroni Pejuang

Perhitungan harga pokok produksi (HPP) dari produk inovasi makaroni goreng rasa oreo dari Makaroni Pejuang adalah untuk melakukan estimasi harga jual sehingga didapatkan laba usaha dari produk tersebut:

Tabel 4.10
HPP Produk Inovasi Makaroni goreng

Bahan Baku	Pembelian		Kebutuhan per Pack (35 gr)	
	Jumlah	Harga (Rp)	Jumlah	Harga (Rp)
Makaroni mentah	1 kg	17.000	25 gr	425
Minyak goreng	1 liter	21.000	0,0175 liter (1/2 liter untuk 1 kg)	368
Bubuk Oreo	1 kg	40.000	7 gr	280
Gula halus	1 kg	18.000	3,5 gr	63
Kemasan	1 pcs	250	1 pcs	250
Sticker	1 pcs	120	1 pcs	120
Gas	3 kg	15.500	3 kg gas untuk 50 kg	11
			HPP	1.517

Berdasarkan tabel di atas, maka total biaya bahan baku untuk pembuatan produk inovasi makaroni goreng adalah sebesar Rp. 1.517 per pack makaroni goreng rasa oreo. Untuk harga jual untuk satu pack produk makaroni goreng adalah sebesar Rp. 3.000. Sehingga proyeksi profit untuk 1 pack makaroni goreng rasa oreo Makaroni Pejuang adalah sebesar Rp. 1.483 atau 97,76%.

Commercialization

Cara pemasaran makaroni goreng rasa oreo dari Makaroni Pejuang adalah dengan melalui Whatsapp group dan menawarkan secara langsung kepada konsumen Warung Seribu Rasa. Makaroni Pejuang dalam tahap ini siap untuk dipasarkan kepada masyarakat secara luas, sehingga dalam tahapan ini dibagikan kuesioner kepada 20 orang pembeli makaroni goreng rasa oreo Makaroni Pejuang untuk mengetahui apakah menurut responden makaroni Pejuang dengan varian rasa oreo ini sudah enak.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada responden penelitian, dapat diketahui bahwa 100% responden menyatakan bahwa makaroni Pejuang dengan varian rasa baru (oreo) ini sudah enak dan 95% responden menyatakan akan membeli kembali makaroni dengan varian rasa baru (oreo) dari Makaroni Pejuang.