

BAB IV

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Usaha

Bubur Ayam Sukabumi Odeon Semarang merupakan sebuah usaha yang bergerak di dalam bidang kuliner yang didirikan sejak tahun 2003 dan berlokasi di Jalan D.I. Panjaitan 76 A, Semarang. Pada mulanya, Bubur Ayam Sukabumi Odeon Semarang hanya menjual bubur ayam Sukabumi Odeon saja. Namun seiring berjalannya waktu, Bubur Ayam Sukabumi Odeon Semarang mulai melakukan penambahan jenis produk yaitu berupa beberapa menu tambahan seperti bakmi ayam, nasi goreng, tahu telur, namun menu utama yaitu bubur ayam Sukabumi Odeon tersebut belum pernah tersentuh inovasi sejak mulai didirikan hingga penelitian ini dilakukan. Maka dengan penelitian ini akan di lakukan inovasi pada menu utama tersebut yang akan dibuat dengan bahan baku yang higienis dengan mutu yang berkualitas, memiliki harga yang terjangkau, serta pelayanan ke konsumen dengan mengutamakan keramahan dan kecepatan saat menghadirkan.

4.2 Gambaran Umum Responden

Berdasarkan hasil kegiatan penyebaran kuesioner terhadap 30 orang responden yang telah dilakukan dapat diperoleh gambaran umum responden sebagai berikut :

Tabel 4.1

Gambaran Umum Responden

No.	Keterangan	Jumlah (orang)	%
1.	Usia		
	a. 14-25 tahun	18	60
	b. 26-37 tahun	3	10
	c. 38-49 tahun	4	13,33
	d. 50-61 tahun	5	16,66
Total		30	100
2.	Jenis Kelamin		
	a. Wanita	22	73,33
	b. Pria	8	26,66

Total		30	100
3.	Mengonsumsi Bubur Ayam Sukabumi Odeon dalam bulan September dan Oktober 2019		
	a.Ya	30	100
	b.Tidak	0	0
Total		30	100
4.	Seberapa sering mengonsumsi Bubur Ayam Sukabumi Odeon dalam waktu bulan September dan Oktober 2019 ?		
	a.1 kali	0	0
	b.2 kali	11	36,66
	c. > 2 kali	19	63,33
Total		30	100

Sumber : Data primer yang diolah (2019)

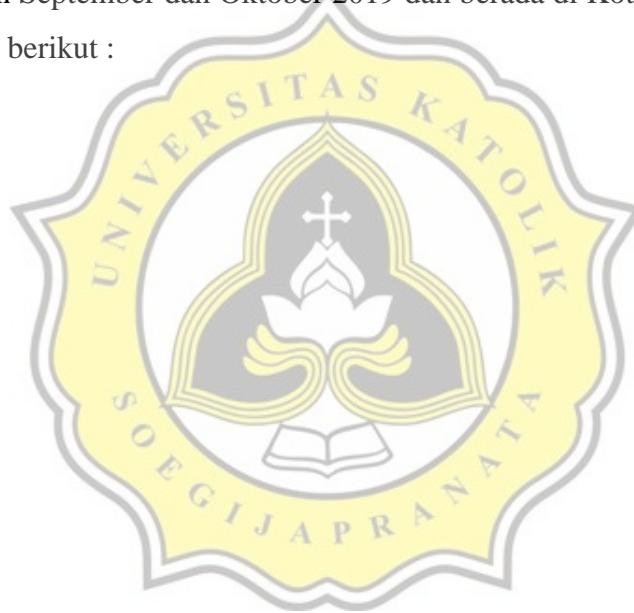
Dari tabel 4.1 tersebut diketahui sebagian besar responden berusia 14-25 tahun sebanyak 18 orang (60%), diikuti peringkat umur 50-61 tahun sebanyak 5 orang (16,66%), 38-49 tahun sebanyak 4 orang (13,33%), dan 26-37 tahun sebanyak 3 orang (10%). Sebagian besar responden berjenis kelamin wanita yaitu berjumlah 22 orang (73,33%). 30 Responden ini merupakan responden yang sama sejak kuesioner tahap *idea generation* hingga tahap *commercialization*. Hal ini menunjukkan bahwa responden masih berusia muda dan berjenis kelamin wanita. Kemudian, diketahui bahwa keseluruhan responden yang pernah mengonsumsi Bubur Ayam Sukabumi Odeon Semarang dalam bulan September dan Oktober 2019. Maka dari gambaran umum tersebut, dapat diketahui target pasar yang berpotensi untuk mengembangkan produk inovasi Bubur Ayam Sukabumi Odeon Semarang.

4.3 Hasil Analisis Data dan Pembahasan

Dalam pembahasan ini akan dianalisis dan dibahas mengenai proses inovasi variasi rasa pada Bubur Ayam Sukabumi Odeon Semarang yang meliputi lima tahap yaitu : *Idea Generation*, *Opportunity Recognition*, *Idea Evaluation*, *Development*, dan *Commercialization*.

4.3.1 Idea Generation

Tahap *idea generation* adalah sebagai langkah awal dalam melakukan sebuah inovasi. *Idea generation* pada penelitian ini merupakan proses penggalian ide mengenai variasi rasa pada produk inovasi Bubur Ayam pada Bubur Ayam Sukabumi Odeon Semarang dengan tujuan agar mendapatkan berbagai macam ide-ide untuk dapat menciptakan sebuah produk inovasi Bubur Ayam Sukabumi Odeon yang berkualitas unggul. Penggalian ide tersebut dilakukan dengan cara membagikan kuesioner kepada 30 konsumen yang pernah mengkonsumsi produk bubur ayam di Bubur Ayam Sukabumi Odeon Semarang sebanyak dua kali dalam periode bulan September dan Oktober 2019 dan berada di Kota Semarang, dengan hasil sebagai berikut :



Tabel 4.2
Hasil Kuesioner Tahap *Idea Generation*
(penggalan ide pada produk inovasi bubur ayam)

No.	Keterangan	Jumlah	%
1.	Rasa bubur ayam yang anda inginkan dari produk inovasi Bubur Ayam Sukabumi Odeon :		
	a. Capjay	8	26,66
	b. Kari	9	30
	c. Seafood	13	43,33
	Total	30	100
2.	Apa alasan anda dalam memilih rasa bubur ayam tersebut?		
	a. Cap Jay		
	1. unik	1	12,5
	2. menyukai sayuran	1	12,5
	3. ingin rasa yang berbeda	1	12,5
	4. belum ada di pasaran	1	12,5
	5.dengan rasa paling enak	1	12,5
	6.dengan rasa paling wajar*	1	12,5
	7.supaya anak-anak menyukai sayur	2	25
	Total	8	100
	b.Kari		
	1. unik	1	11,11
	2. menyukai rasa berempah	4	44,44
	3. ingin rasa yang berbeda	1	11,11
	4. belum ada di pasaran	1	11,11
	5.dengan rasa paling enak	1	11,11
	6.dengan rasa paling wajar*	1	11,11
	Total	9	100
	c. Seafood		
	1. unik	1	7,69
	2.menyukai rasa gurih dari seafood	1	7,69
	3. ingin rasa yang berbeda	1	7,69
4. belum ada di pasaran	1	7,69	
5.dengan rasa paling enak	2	15,38	
6. dengan rasa paling wajar*	7	53,85	
Total	13	100	

Sumber : Data primer yang diolah (2019)

Keterangan :

*rasa paling wajar : rasa yang sesuai dengan selera konsumen pada umumnya

Dari hasil penyebaran kuisiner berdasarkan pendapat 30 responden telah didapatkan ide terbesar adalah bubur ayam rasa *seafood*. Beberapa ide mengenai rasa pada produk inovasi bubur ayam maka akan dipilih ide yang mempunyai peringkat tertinggi karena dianggap sudah mewakili jumlah suara paling banyak dari responden kemudian akan dikembangkan dan dianalisa untuk tahap selanjutnya yaitu tahap *opportunity recognition*.

Berdasarkan kuesioner yang telah dibagikan variasi rasa yang akan dipilih adalah variasi rasa *seafood* karena sebagian besar responden telah memilih variasi rasa tersebut, jumlahnya paling banyak yaitu sebanyak 13 responden dengan persentase 43,33%, dan alasan yang paling banyak adalah rasa tersebut memiliki rasa yang paling wajar karena bubur rasa *seafood* tidak terlalu asing bagi para responden dan jumlah yang mempunyai alasan tersebut ada sejumlah 7 responden dengan persentase 53,85%. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan tersebut, dapat diketahui dari tahap *idea generation* sebagian besar responden menginginkan variasi rasa *seafood* pada produk bubur ayam tersebut.

4.3.2 Opportunity Recognition

Tahap ini adalah merupakan tahap yang kedua dalam melakukan sebuah inovasi yaitu disebut dengan tahap *opportunity recognition*. *Opportunity recognition* dalam melakukan penelitian ini adalah dengan cara melihat mana yang menjadi peluang eksternal dan internal yang bisa untuk menghasilkan produk inovasi bubur ayam. Dengan cara yang dipakai untuk dapat mengenali peluang eksternal dengan cara membagikan kuesioner kepada 30 konsumen yang pernah mengkonsumsi produk bubur ayam di Bubur Ayam Sukabumi Odeon Semarang sebanyak dua kali di dalam periode bulan September dan Oktober 2019 dan sedang berada di Kota Semarang, dan didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.3
Hasil Pengenalan Peluang Eksternal

No.	Keterangan	Jumlah	%
1.	Perlu dilakukan inovasi variasi rasa :		
	a. Perlu	27	90
	b. Tidak perlu	3	10
	Total	30	100
2.	Apakah anda pernah menemukan produk bubur ayam dengan rasa seafood di pasaran?		
	a. Ya	0	0
	b. Tidak	30	100
	Total	30	100
3.	Jika produk inovasi variasi rasa bubur ayam di realisasikan, apakah anda tertarik untuk membeli dan mengkonsumsi?		
	a. Ya	27	90
	b. Tidak	3	10
	Total	30	100
4.	Jika produk inovasi variasi rasa bubur ayam direalisasikan, harga yang sesuai untuk produk inovasi bubur ayam :		
	a. < Rp20.000,00	13	43,33
	b. Rp20.000,00-Rp25.000,00	11	36,66
	c. Rp 25.000,00-Rp30.000,00	6	20
	Total	30	100

Sumber : Data primer yang diolah (2019)

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui peluang eksternal cukup tinggi untuk menciptakan produk inovasi bubur ayam karena sebagian besar responden sebanyak 27 orang (90%) menganggap perlu untuk dilakukan inovasi variasi rasa bubur ayam agar mempunyai produk baru dengan variasi rasa yang lebih menarik

dan konsumen tidak merasakan jenuh. Maka dari itu produk inovasi variasi rasa memiliki potensi pasar atau peluang eksternal yang unggul, kemudian sesudah melihat peluang eksternal yang akan dilakukan berikutnya ialah melihat peluang internal dengan cara melakukan observasi ke pasar untuk melihat harga dan ketersediaan bahan baku serta melihat kemampuan teknik yang dimiliki oleh Bubur Ayam Sukabumi Odeon Semarang.

Berikut adalah hasil observasi peluang internal :

Tabel 4.4
Hasil Pengenalan Peluang Internal

No.	Ide	Ketersediaan Bahan Baku + Harga	Kemampuan Teknik
1.	Variasi rasa <i>seafood</i>	Bahan baku berupa ebi, gula, garam, merica, dan minyak wijen tersedia di pasar dan memiliki harga yang relatif murah yaitu : - ebi Rp. 15.000/ons - gula Rp. 11.600/kg - garam Rp. 20.000/ons - merica Rp. 67.000/kg - minyak wijen Rp. 35.000/ 115 ml	Pengolahan bahan baku yang dirasakan cukup mudah untuk merealisasikan inovasi variasi rasa bubur ayam.

Sumber : Data primer yang diolah (2019)

Berdasarkan hasil identifikasi peluang eksternal dan internal bisa didapatkan kriteria-kriteria yang nantinya akan digunakan untuk menyaring ide-ide di tahap berikutnya yaitu *idea evaluation*. Kriteria yang telah didapatkan dalam tahap *opportunity recognition* adalah :

A. Eksternal

Inovasi variasi rasa pada produk inovasi bubur ayam yang diminati oleh para responden adalah rasa *seafood*.

B. Internal

a. Bahan baku yang mudah didapatkan

Yang paling dasar dalam menentukan kriteria pada peluang internal adalah harus mempunyai bahan-bahan baku yang mudah didapatkan di supermarket/pasar.

b. Mempunyai harga bahan baku yang relatif murah

Sesudah ide selaras dengan kriteria pertama kemudian bahan-bahan yang digunakan harus memiliki harga yang relatif murah karena sebanyak 13 orang (43,33%) menyatakan memilih harga <Rp.20.000,00 untuk produksi inovasi bubur ayam.

c. Mempunyai teknik untuk mengolah bahan baku yang mudah

Kriteria ini tidak ditemukan kendala atau masalah dalam pengolahan bahan baku menjadi produksi inovasi bubur ayam.

4.3.3 Idea Evaluation

Tahap ketiga yaitu adalah tahap *idea evaluation* dalam melakukan sebuah inovasi adalah untuk menentukan ide yang sudah dipilih agar dapat direalisasikan menjadi produk nyata. Dalam tahap ini Bubur Ayam Sukabumi Odeon Semarang akan mengevaluasi ide-ide yang ada dengan menyelaraskan kriteria yang sudah didapatkan pada tahap *opportunity recognition*. Ide yang tidak selaras berdasarkan kriteria tersebut tidak bisa lolos ke tahap selanjutnya.

Tabel 4.5

Idea Evaluation

(Hasil penyelarasan ide dengan kriteria eksternal dan internal)

No.	Ide	Kriteria Eksternal	Kriteria Internal	Lanjut/Tidak Lanjut
1.	<i>Seafood</i>	Variasi rasa pada produk inovasi bubur ayam yang diminati oleh masyarakat adalah rasa <i>seafood</i>	- bahan baku yang mudah didapatkan - mempunyai harga bahan baku yang relatif murah - mempunyai teknik mengolah bahan baku yang mudah	Lanjut, dikarenakan telah selaras antara kriteria internal dan eksternal

Sumber : Data primer yang sudah diolah (2019)

Berdasarkan tabel 4.5 ide yang akan dipilih untuk tahap selanjutnya adalah ide yang telah selaras dengan kriteria kapabilitas eksternal dan internal, maka dari itu ide yang telah dipilih dapat dilanjutkan dengan merealisasikan inovasi variasi rasa pada Bubur Ayam Sukabumi Odeon Semarang yaitu variasi rasa *seafood*.

4.3.4 Development

Tahap selanjutnya adalah pengembangan atau disebut juga development produk inovasi bubur ayam dengan melakukan langkah-langkah sebagai berikut :

4.3.4.1 Desain Awal

Langkah yang pertama dalam tahap pengembangan yaitu dengan cara melakukan desain awal dahulu. Desain awal ini dibuat berdasarkan kriteria yang ada pada tahap sebelumnya. Kriteria yang diperoleh sebagai inovasi produk bubur ayam adalah rasa *seafood*.

4.3.4.2 *Prototype*

Langkah berikutnya yaitu dengan pembuatan *prototype* berdasarkan dari desain awal. Berikut ini adalah langkah pembuatan *prototype* produk inovasi bubur ayam. Bahan :

Bubur Ayam Sukabumi Odeon Rasa *Seafood*

- a. 1 mangkok bubur ayam putih polos
- b. ½ sdt bawang putih cincang
- c. ½ sdt gula
- d. ½ sdt garam
- e. ½ sdt merica
- f. 1 sdt ebi yang sudah dihaluskan (bubuk)
- g. ½ sdt minyak wijen
- h. pelengkap lauk Bubur Ayam Sukabumi Odeon (bawang goreng, seledri, tongcai/asinan sawi putih, daun bawang, kentang, sayur asin, tahu, potongan ayam, timun, kulit pangsit)



Gambar 4.1

Bahan-bahan untuk pembuatan inovasi variasi rasa Bubur Ayam rasa *Seafood*

Berikut adalah cara mengolah produk inovasi rasa bubur ayam :

1. Panaskan bubur putih polos.

2. Tambahkan gula, bawang putih, merica, garam, bubuk ebi, minyak wijen sesuai takaran.
3. Bubur dididihkan selama 2 menit.
4. Mempersiapkan pelengkap Bubur Ayam Sukabumi Odeon (bawang goreng, seledri, tongcai/asinan sawi putih, daun bawang, kentang, sayur asin, tahu, potongan ayam, timun, kulit pangsit).
5. Bubur rasa *seafood* telah siap disajikan dengan pelengkapnya.

Satu resep tersebut dapat menghasilkan satu porsi Bubur Ayam Sukabumi Odeon rasa *seafood*.

4.3.4.3 Uji *Prototype* Produk

Setelah dilakukan *prototype* maka langkah selanjutnya yaitu uji *prototype* produk agar dapat mengetahui apa yang menjadi reaksi pasar terhadap produk inovasi bubur ayam apakah dapat diterima oleh masyarakat atau tidak. Proses uji *prototype* produk ini dilakukan dengan cara menyebar kuisisioner kepada 30 orang responden yang sama (konsumen yang membeli dan mengkonsumsi bubur ayam di Bubur Ayam Sukabumi Odeon Semarang sebanyak 2 kali dalam periode bulan September dan Oktober 2019 yang berada di Kota Semarang), diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.6
Hasil Kuesioner *Development*
(uji *prototype* produk)

No.	Keterangan	Jumlah	%
1.	Menurut anda apakah rasa <i>seafood</i> dalam inovasi variasi rasa bubur ayam sudah memiliki rasa yang enak?		
	a. Ya	28	93,3
	b. Tidak	2	6,7
	Total	30	100
2.	Menurut anda, apa yang masih kurang pada produk inovasi variasi pada bubur ayam ini?		
	a. Tidak ada	20	66,6
	b. Kurang menarik	1	3,3
	c. Sudah lezat	6	20
	d. Rasa <i>seafood</i> dalam bubur ayam perlu ditambah	1	3,3
	e. Porsi terlalu sedikit	2	6,6
	f. Kurangi rasa <i>seafood</i>	0	0
	Total	30	100
3.	Apakah produk inovasi variasi bubur ayam sudah sesuai dengan harapan anda?		
	a. Ya	28	93,3
	b. Tidak	2	6,7
	Total	30	100

Sumber : Data primer yang sudah diolah (2019)



Gambar 4.2
Proses uji *prototype* produk

Didalam melakukan porses uji *prototype* produk tersebut bisa diketahui reaksi responden atau respon terhadap produk inovasi variasi rasa bubur ayam. Bubur ayam rasa *seafood* memiliki rasa yang lezat karena sebanyak 28 responden (93,3%) menyukai rasa tersebut. Responden memiliki pendapat bahwa rasa tersebut sudah enak dan cocok karena rasanya cukup lezat dan tidak terlalu asing bagi lidah para responden. Inovasi variasi bubur ayam ini juga mendapatkan respon yang cukup baik dari masyarakat sebanyak 20 responden (66,6%) berpendapat bahwa tidak ada yang kurang pada inovasi variasi rasa bubur ayam dan sebanyak 6 responden (20%) menyatakan rasa sudah lezat. Tetapi terdapat juga responden yang memiliki pendapat tentang kekurangan pada inovasi variasi rasa bubur ayam ini adalah kurang menarik sebanyak 1 responden (3,3%), rasa *seafood* dalam bubur ayam perlu ditambah sebanyak 1 responden (3,3%), serta porsi terlalu sedikit sebanyak 2 responden (6,6%).

Setelah mendapatkan respon yang positif maka produk inovasi variasi rasa bubur ayam sudah sesuai dengan harapan responden. Sebanyak 28 responden (93,3%) berpendapat bahwa produksi inovasi variasi rasa bubur ayam sudah sesuai harapan karena telah memiliki rasa yang cukup lezat.

4.3.4.4 Redesign

Produk inovasi variasi rasa bubur ayam hampir secara keseluruhan telah mendapatkan respon yang baik dan positif dari responden yang ikut berpartisipasi. Hampir seluruh responden menyukai produk inovasi variasi rasa bubur ayam dan berpendapat tidak ada kekurangan pada produk inovasi variasi rasa bubur ayam sehingga tidak memerlukan perbaikan pada produk atau disebut *redesign*.

4.3.4.5 Produk Akhir

Karena tidak ada perbaikan pada produk maka produk akhir dari penelitian ini tidak mengalami perubahan yaitu variasi rasa seafood. Setelah mendapat produk akhir langkah berikutnya adalah menghitung harga pokok produksi (HPP) agar dapat mengetahui berapa harga pokok dari produk inovasi variasi rasa bubur ayam sehingga menjadi pertimbangan dalam menentukan harga jual atau laba yang diperoleh. Berikut perhitungan HPP dari produk inovasi variasi rasa bubur ayam :

Tabel 4.7

HPP Produk Inovasi Variasi Rasa Bubur Ayam

Biaya bahan baku (untuk 50 porsi)

Bahan Baku	Jumlah	Harga
Bubur putih polos + pelengkap bubur	Per 50 porsi	Rp. 1.000.000,00
Ebi	1 ons	Rp. 15.000,00
Gula	1 kg	Rp. 11.600,00
Garam	1 ons	Rp. 20.000,00
Merica	1 kg	Rp. 67.000,00

Minyak wijen	115 ml	Rp. 35.000,00
Total biaya bahan baku		Rp. 1.148.600,00
BTKL		
Karyawan	1	Rp. 40.000,00
Total BTKL		Rp. 40.000,00
BOP		
Listrik + gas		Rp. 50.000,00
Kemasan <i>take away/</i> bawa pulang	58 pcs	Rp. 58.000,00
Sabun cuci piring		Rp. 16.200,00
Total BOP		Rp. 124.200,00
Total Biaya		Rp. 1.312.800,00
HPP/unit		Rp. 26.256,00

Sumber : Data primer yang sudah diolah (2019)

Berdasarkan tabel 4.7 total biaya bahan baku untuk pembuatan produk inovasi variasi rasa bubur ayam sebesar Rp. 1.148.600,00. Bahan baku tersebut akan menghasilkan 50 porsi dalam sebuah proses produksi akan menggunakan 1 orang tenaga kerja dengan gaji sebesar Rp.40.000,00 per produksi dengan estimasi produksi 50 porsi per hari. Dalam satu bulan akan mendapatkan gaji Rp.1.200.000,00 sedangkan untuk biaya produksi/*overhead* sebesar Rp. 124.200,00 maka harga pokok produksi (biaya bahan baku + BTKL + BOP) sebesar Rp. 1.312.800,00 sehingga harga harga poko produksi 1 unit produk sebesar Rp. 26.256,00. Besar margin yang diinginkan sebesar 15%, sehingga laba yang didapatkan sebesar Rp. 3.938,00. Maka harga jual 1 unit produk inovasi variasi rasa bubur ayam sebesar Rp. 26.256,00 + 3.938,00 = Rp. 30.194,00; dengan pembualatan maka 1 unit produk inovasi variasi rasa bubur ayam memiliki harga jual Rp. 30.000,00.

4.3.5 Commercialization

Dalam langkah *commercialization* produk akhir telah siap dipasarkan kepada masyarakat. Pada tahap ini pembagian kuesioner kepada 30 orang responden akan dilakukan yang sama di tahap sebelumnya yaitu adalah konsumen yang pernah mengkonsumsi di Bubur Ayam Sukabumi Odeon Semarang sebanyak 2 kali dalam periode bulan September dan Oktober 2019 dan berada di Kota Semarang untuk dapat memberikan pendapat mereka tentang apa yang dapat memudahkan responden agar dapat mengetahui produksi inovasi variasi rasa bubur ayam. Berikut merupakan hasil dari kuesioner *commercialization* :



Tabel 4.8
Hasil Kuesioner Tahap *Commercialization*

No.	Keterangan	Jumlah	%
1.	Menurut anda, media apa yang menginginkan anda untuk mengetahui tentang produk inovasi variasi rasa bubur ayam?		
	a. Media Sosial	23	76,6
	b. <i>Website</i>	0	0
	c. Brosur	7	23,3
	Total	30	100

Sumber : Data primer yang sudah diolah (2019)

Berdasarkan tabel 4.8 maka telah diketahui media yang akan digunakan dalam memasarkan inovasi variasi rasa bubur ayam ini adalah media sosial. Hal ini dikarenakan sebanyak 23 responden (76,6%) lebih mudah dalam mengetahui adanya produk inovasi variasi rasa dengan melalui media sosial bila dibandingkan dengan *website* dan brosur. Yang dimaksud media sosial pada tahap ini adalah melalui aplikasi Instagram dan WhatsApp yang saat ini paling sering digunakan oleh masyarakat. Dalam tahap *commercialization* ini belum sampai pada penjualan melainkan masih sebatas memasarkan atau mempromosikan.