

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari latar belakang yang telah terpapar pada penelitian ini, diketahui bahwa sangat diperlukan diadakannya inovasi variasi rasa bubur ayam yang terdapat di Bubur Ayam Sukabumi Odeon Semarang. Hal tersebut dapat diketahui dari sejumlah konsumen yang mengalami kebosanan pada produk bubur ayam dari segi rasa. Dengan adanya permasalahan tersebut maka dilakukan sebuah inovasi variasi rasa untuk memberikan solusi dan dapat menambahkan produk baru sehingga bisa dijadikan sebuah usaha yang kompetitif dan dapat bersaing dengan kompetitor. Dalam hasil analisis dan pembahasan proses inovasi secara keseluruhan maka bisa disimpulkan sebagai berikut :

1. *Idea Generation*

Sebuah tahap untuk menggali berbagai ide mengenai variasi rasa pada produk inovasi bubur ayam, yaitu :

Ide variasi rasa bubur ayam didapatkan adalah : *Capjay*, *Kari*, *Seafood*. Ide-ide dari variasi rasa, yang muncul tersebut masing-masing akan diambil satu ide yang memiliki peringkat tertinggi. Variasi rasa yang paling banyak diinginkan responden adalah bubur ayam rasa *seafood*.

2. *Opportunity Recognition*

Sebuah tahap untuk dapat mengamati peluang eksternal dan internal yang ada untuk menghasilkan produk inovasi variasi rasa bubur ayam. Faktor eksternal yang dipertimbangkan yaitu peluang pasar pada produk inovasi dan faktor internal yang dipertimbangkan adalah apa yang menjadi suatu ketersediaan dan keterjangkauan bahan baku serta kemampuan dan teknik yang telah dimiliki. Berdasarkan hasil identifikasi peluang eksternal dan internal maka akan menghasilkan kriteria yang bisa digunakan untuk menyaring ide di tahap berikutnya. Kriteria yang dapat didapatkan dari peluang eksternal yaitu: produk inovasi variasi bubur ayam yang diminati oleh masyarakat adalah rasa *seafood*. Dilain sisi, kriteria internal adalah

bahan baku yang digunakan harus tidak sulit diperoleh, memiliki harga bahan baku yang terjangkau dan bisa dikatakan relatif murah, serta mempunyai teknik dalam memproses bahan baku yang mudah.

3. *Idea Evaluation*

Suatu tahap untuk menentukan sebuah ide yang sudah dipilih untuk dapat direalisasikan menjadi produk yang nyata. Dalam tahap ini, beberapa ide yang ada akan diselaraskan dengan kriteria yang telah didapatkan di tahap *opportunity recognition* sehingga akan mendapatkan satu ide yaitu produk Bubur Ayam dengan bentuk seperti variasi rasa *Seafood*.

4. *Development*

Sebuah tahap pengembangan produk inovasi variasi rasa Bubur Ayam dengan cara menciptakan produk yang selaras dengan ide yang telah didapatkan dari tahap *idea evaluation*. Pengembangan produk dilakukan dengan melakukan pembuatan desain awal, pembuatan *prototype*, kemudian dilakukan uji *prototype* produk untuk mengetahui apa yang menjadi respon pasar terhadap produk inovasi variasi Bubur Ayam. Kemudian tidak diperlukan proses *redesign* karena produk inovasi variasi rasa Bubur Ayam telah mendapatkan respon yang baik dari responden sehingga bisa dijadikan sebagai produk akhir yaitu variasi rasa *seafood*. Kemudian juga telah dilakukan perhitungan HPP pada produk akhir tersebut agar dapat menentukan harga jual per unit produk. Harga jual yang didapatkan sebesar Rp 30.000,-

5. *Commercialization*

Sebuah tahap memasarkan produk akhir pada masyarakat. Pada tahap ini telah dilakukan pembagian kuesioner kepada konsumen yang pernah membeli Bubur Ayam di Bubur Ayam Sukabumi Odeon sebanyak dua kali dalam periode bulan September dan Oktober 2019 dan berada di Kota Semarang. Kemudian hasil yang telah didapatkan yaitu media sosial merupakan cara yang paling mudah dan tepat untuk memudahkan para responden untuk mengetahui produk inovasi variasi rasa bubur ayam.

5.2 Saran

1. Saran kepada Bubur Ayam Sukabumi Odeon Semarang, diharapkan agar hasil penelitian ini dapat dikembangkan serta dipasarkan ke masyarakat yang lebih luas lagi karena produk inovasi bubur ayam tersebut telah mendapatkan respon yang positif dari responden.
2. Produk bubur ayam harus terus dilakukan inovasi dalam Sedangkan variasi rasa dapat dilakukan inovasi rasa yang lain agar produk bubur dapat lebih beragam dan konsumen tidak mengalami kebosanan terhadap produk.
3. Menyajikan produk inovasi variasi rasa dengan mangkok dan kemasan dengan warna yang berbeda agar memudahkan penyaji sehingga tidak mudah tertukar dan membuat pembeli dapat mengenali dan membedakan antara produk inovasi dan yang bukan, selain warna mungkin pada mangkok produk hasil inovasi terdapat gambar ikan sedangkan pada produk bubur ayam terdapat gambar ayam sebagai pembeda.
4. Sebaiknya ditambahkan *topping* seperti potongan/*fillet* ikan seperti kakap, dori, kepiting, udang.
5. Disarankan hasil inovasi difokuskan pengembangannya agar semakin berkembang dan menjadi lebih baik, sehingga dapat menjadi menu favorit pada Rumah Makan Bubur Ayam Sukabumi Odeon Semarang.
6. Sebaiknya nama menu hasil inovasi tersebut adalah Bubur Odeon rasa *seafood*.