

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Turunnya angka penjualan produk keripik kentang Papoy Potato secara bertahap yang dimulai bulan maret 2019 menjadi permasalahan bagi perusahaan. Melalui observasi dan survey pada konsumen, dapat disimpulkan bahwa kemasan produk keripik kentang Papoy Potato yang kurang menarik menjadi permasalahan utama produk. Sedangkan rasa keripik kentang tidak menjadi masalah karena konsumen berpendapat bahwa rasa keripik kentang Papoy Potato enak. Berdasarkan latar belakang tersebut perusahaan perlu melakukan inovasi pada kemasan produk keripik kentang Papoy Potato sehingga dapat meningkatkan penjualan produk. Peneliti mendapatkan hasil inovasi kemasan keripik kentang Papoy Potato melalui 5 tahapan inovasi sebagai berikut :

5.1.1. Idea Generation

Pada tahap ini dilakukan penggalian ide-ide dan peluang terhadap kemasan (packaging) yang diinginkan konsumen pada produk keripik kentang Papoy Potato. Ide inovasi kemasan yang diperoleh yaitu : warna kemasan responden memilih warna kuning dan putih, bahan (material) kemasan kertas tebal (jenis standing pouch) dan kemasan plastik tebal (jenis standing pouch), bentuk kemasan silinder (tabung) dan persegi panjang, type kemasan yang transparan keseluruhan dan transparan sebagian, gaya desain logo kemasan ceria, dinamis (bergaya anak muda) dan natural (memiliki kesan organik).

Untuk kesan teks / tipografi kemasan adalah ceria, dinamis (bergaya anak muda) dan sederhana (minimalis), jenis huruf pada tipografi kemasan lucu, kesan imut (snacker comic), kemudian modern (century gothic) dan ceria, dinamis (caborounded). Selanjutnya untuk

ukuran kemasan yang diminati responden adalah kemasan dengan ukuran kemasan 15x20 cm dan 25x25 cm.

5.1.2. *Opportunity Recognition*

Pada tahap *Opportunity Recognition* melihat adanya peluang eksternal dan peluang internal agar menghasilkan kemasan baru pada produk keripik kentang Papoy Potato.

Berdasarkan hasil identifikasi pada faktor eksternal kemasan yang diminati oleh responden adalah standing pouch, dengan bahan (material) kertas tebal, warna kuning dan putih, serta gaya desain yang memiliki kesan ceria dan sehat. Sedangkan ukuran kemasan yang diminati oleh responden adalah ukuran 15x20 cm.

Di sisi lain kriteria pada peluang internal ialah tempat percetakan yang mampu merealisasikan kriteria kemasan baru untuk keripik kentang Papoy Potato. Kriteria tersebut adalah harga bahan baku kemasan yang relatif terjangkau, mudah didapat dengan minimal pembelian kemasan, serta dapat dibuat sesuai keinginan perusahaan.

5.1.3. *Idea Evaluation*

Tahap *Ideas Evaluation* merupakan tahap penentuan spesifikasi yang tepat dari hasil identifikasi peluang internal dan eksternal pada tahap sebelumnya. Pada tahap ini hasil evaluasi tempat percetakan yang dipilih adalah siapkemas.com

5.1.4. *Development*

Tahap *Development* merupakan tahap pengembangan kemasan dari ide yang sudah dievaluasi pada tahap sebelumnya. Pengembangan kemasan dilakukan dengan 4 langkah yaitu desain awal, pembuatan prototype kemasan, uji kemasan produk, desain ulang, hingga menghasilkan produk akhir. Berdasarkan hasil uji prototype, desain kemasan baru Papoy Potato sesuai dengan harapan responden yang merupakan konsumen Papoy Potato. Namun evaluasi oleh responden

yang perlu diperhatikan perusahaan adalah mencantumkan atribut informasi kualitas yang lengkap (tulisan Halal, tanggal kadaluarsa, Nomor PIRT) dengan ukuran tulisan yang mudah dibaca.

Tahap akhir dari proses *development* adalah menghitung Harga Pokok Penjualan (HPP) dan menentukan harga jual produk. Harga jual satu pack keripik Kentang yang ditentukan sebesar Rp.17.500,00.

5.1.5. *Commercialization*

Tahap *commercialization* merupakan tahap terakhir dalam proses inovasi. Hasil akhir dari jawaban responden menunjukkan bahwa Media Sosial Online, seperti Instagram, WhatsApp, LINE, Facebook dan sebagainya, merupakan cara yang tepat untuk memasarkan dan mempromosikan produk keripik kentang Papoy Potato. Menurut responden media sosial dapat memudahkan konsumen untuk mencari informasi produk serta membeli produk Papoy Potato.

5.2 Saran

Berdasarkan latar belakang, dasar teori, pembahasan, serta kesimpulan yang telah dijabarkan, maka saran yang dapat peneliti berikan untuk menjadi pertimbangan bagi Papoy Potato adalah:

1. Produsen keripik kentang Papoy Potato perlu melakukan inovasi lagi dalam segi rasa misalnya kedepannya membuat produk dengan berbagai varian rasa seperti rasa telur asin ataupun varian rasa lainnya untuk menjangkau pangsa pasar yang lebih luas.
2. Produsen keripik kentang Papoy Potato perlu mendaftarkan produknya pada Dinas Kesehatan setempat untuk mendapatkan nomor PIRT dari dinas kesehatan Kota Semarang, sehingga konsumen menjadi lebih yakin bahwa produk keripik kentang produksi Papoy Potato layak dikonsumsi.