

**LAPORAN SKRIPSI**

**INOVASI PRODUK RANGKAIAN BUNGA PADA DIANA  
*FLORIST* BERDASARKAN PERSEPSI DAN HARAPAN  
KONSUMEN**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG  
2021**

**LAPORAN SKRIPSI**

**INOVASI PRODUK RANGKAIAN BUNGA PADA DIANA  
*FLORIST* BERDASARKAN PERSEPSI DAN HARAPAN  
KONSUMEN**

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana pada  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Katolik Soegijapranata



Disusun oleh:

Dina

16.D1.0291

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG  
2021**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dina

NIM : 16.D1.0291

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “**Inovasi Produk Rangkaian Bunga Pada Diana Florist Berdasarkan Persepsi Dan Harapan Konsumen**” adalah hasil penelitian saya dengan supervise dosen pembimbing, dan bukan hasil dari plagiat. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang dijunjung tinggi. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapatkan sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Semarang, 06 Februari 2021

Yang menyatakan,



Dina

16.D1.0291

## HALAMAN PENGESAHAN



Judul Tugas Akhir: : INOVASI PRODUK RANGKAIAN BUNGA PADA DIANA FLORIST  
BERDASARKAN PERSEPSI DAN HARAPAN KONSUMEN

Diajukan oleh : Dina

NIM : 16.D1.0291

Tanggal disetujui : 08 Maret 2021

Telah disetujui oleh

Pembimbing : A. Haryo Perwito S.E., MA.TRM.

Penguji 1 : Dr. Rustina Untari M.Si.

Penguji 2 : Drs. Y. Sugiharto M.M.

Penguji 3 : A. Haryo Perwito S.E., MA.TRM.

Ketua Program Studi : Dr Widuri Kurniasari S.E., M.Si.

Dekan : Drs. Theodorus Sudimin M.S.

Halaman ini merupakan halaman yang sah dan dapat diverifikasi melalui alamat di bawah ini.

[sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=16.D1.0291](http://sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=16.D1.0291)

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Katolik Soegijapranata, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dina  
NIM : 16.D1.0291  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Hak bebas Royalti Non Eksklusif (Non- exclusive Royalty – Free Right) atau skripsi yang berjudul:  
“ Inovasi Produk Rangkaian Bunga Pada Diana Florist Berdasarkan Persepsi Dan Harapan Konsumen”

Dengan hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasi skripsi di atas dengan mencantumkan nama saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan dibuat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Semarang

Pada tanggal : 8 Maret 2021

Yang menyatakan,



Dina



## KATA PENGANTAR

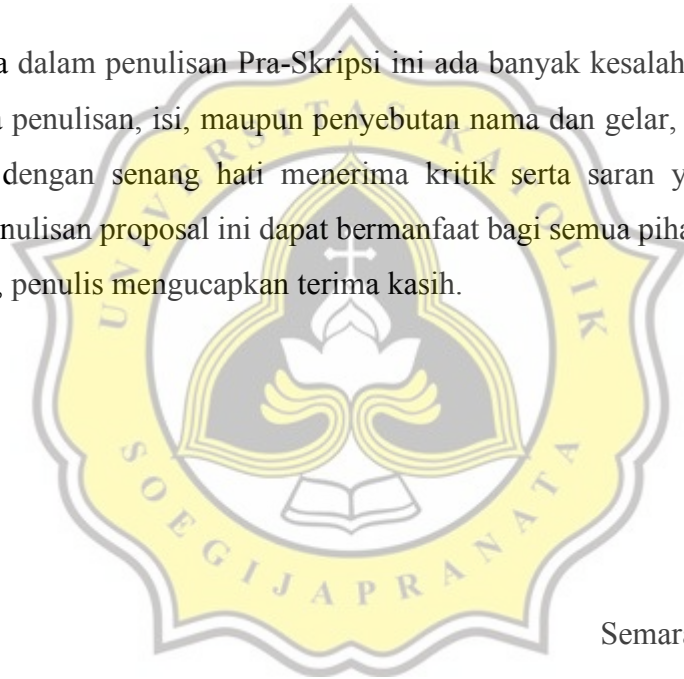
Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan rahmat – Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul: “Inovasi Produk Rangkaian Bunga Pada Diana *Florist* Berdasarkan Persepsi Dan Harapan Konsumen” ini dengan baik.

Penulisan Pra-Skripsi ini dibuat oleh penulis dengan tujuan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Proses penyusunan Skripsi ini pun tidak terlepas dari bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, diantaranya keluarga, teman, dosen pembimbing, dan pihak lainnya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulisan Skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Bapak Drs. Theodorus Sudimin, MS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang beserta Ibu Dr. Widuri Kurniasari, S.E, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
3. Bapak Drs. Y. Sugiharto, MM selaku Ketua Rumpun Kewirausahaan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
4. Bapak A. Haryo Perwito, SE.,MA-TRM selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberikan arahan dengan baik selama proses penyusunan Skripsi ini.
5. Selaku tim penguji DR. Rustina Untari, M.SI dan DRS. Y. Sugiharto, MM yang telah memberikan bimbingan, motivasi, dan saran yang bermanfaat untuk penulisan skripsi ini.
6. Kedua orang tua, keluarga, dan teman – teman yang telah memberikan semangat dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.

7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang telah memberikan motivasi dan arahan kepada penulisan selama proses penyusunan Skripsi ini.
8. Mahasiswa Konsentrasi Kewirausahaan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis jurusan Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata yang telah membantu dalam pengisian kuesioner sebagai objek penelitian.
9. Semua pihak yang turut terlibat dalam penyusunan Skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Apabila dalam penulisan Pra-Skripsi ini ada banyak kesalahan baik dalam hal sistematika penulisan, isi, maupun penyebutan nama dan gelar, penulis memohon maaf dan dengan senang hati menerima kritik serta saran yang membangun. Semoga penulisan proposal ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membaca. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih.



Semarang, 8 Maret 2021

Penulis,

Dina

## ABSTRAK

Dina

16.D1.0291

Program Studi Manajemen

### INOVASI PRODUK RANGKAIAN BUNGA PADA DIANA FLORIST BERDASARKAN PERSEPSI DAN HARAPAN KONSUMEN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Persepsi dan Harapan Konsumen untuk Inovasi Produk Rangkaian Bunga Pada Diana Florist. Selain itu, penelitian ini juga dimaksudkan untuk mengetahui Persepsi dan Harapan Konsumen untuk Inovasi Rangkaian Bunga Pada Diana Florist secara deskriptif.

Penelitian ini mengambil sampel sejumlah 30 responden yang merupakan konsumen produk Diana Florist yang ada di Kota Semarang. Ada pun metode analisis data yang digunakan adalah deskriptif. Sedangkan data yang diolah didapatkan dari hasil survei melalui kuesioner.

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan analisis rentang skala dan tabulasi frekuensi, yang dapat diketahui bahwa persepsi dan harapan konsumen berpengaruh kepada pengembangan inovasi produk. Selain itu, ada pula analisis data yang digunakan dalam inovasi produk yaitu: *idea generation, opportunity generation, idea evaluation, development, dan commercialization*.

**Kata Kunci:** Persepsi Konsumen, Harapan Konsumen, Inovasi Produk

## ABSTRACT

*This study aims to determine the consumer's perceptions and expectations for the Diana Florist flower arrangement product innovation. In addition, this study is also intended to determine the consumer's perception and expectations for the Diana Florist flower arrangement product innovation descriptively.*

*This study took a sample of 30 respondents who are consumers of Diana Florist products in Semarang City. The data analysis method used is descriptive analysis. Meanwhile, data processed is obtained from the result of the survey through a questionnaire.*

*Based on the calculation result using scale range analysis and tabulation frequency, can be know that consumer's perception and expectations on the development of product innovation. Meanwhile, there is also data analysis used in product innovation, such as: *idea generation, opportunity generation, idea evaluation, development, dan commercialization*.*

**Keyword:** *Consumer Persepsi, Consumer Expectations, Product Innovation*



## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 1.1 <i>Omzet</i> Penjualan Rangkaian Bunga Diana <i>Florist</i> Tahun 2017 – 2019.....  | 2  |
| Tabel 1.2 Data, Harga dan Contoh Bentuk Rangkaian bunga dari 5 Toko Pesaing yang diamati dilapangan.....                                  | 3  |
| Tabel 1.3 Rangkaian Bunga Diana <i>Florist</i> Regular Bouquet dan Bunga Papan Uk. 2x6m.....  | 8  |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....  | 22 |
| Tabel 3.1 Kategori Rentang Skala.....   | 32 |
| Tabel 3.2 Tabulasi Frekuensi .....  | 32 |
| Tabel 4.1 <i>Omzet</i> Penjualan Rangkaian Bunga Diana <i>Florist</i> Tahun 2017 – 2019 .....   | 36 |
| Tabel 4.2 <i>Omzet</i> Penjualan Rangkaian Bunga Diana <i>Florist</i> bulan Januari- Oktober 2020 .....                                   | 36 |
| Tabel 4.3 Responden berdasarkan Jenis Kelamin Pelanggan Diana <i>Florist</i> ....   | 38 |
| Tabel 4.4 Responden berdasarkan Usia Pelanggan Diana <i>Florist</i> .....   | 38 |
| Tabel 4.5 Responden berdasarkan Status Pernikahan Pelanggan Diana <i>Florist</i> .....  | 39 |
| Tabel 4.6 Responden berdasarkan Pekerjaan Pelanggan Diana <i>Florist</i> .....  | 39 |
| Tabel 4.7 Responden berdasarkan Alamat Pelanggan Diana <i>Florist</i> .....   | 40 |
| Tabel 4.8 Responden berdasarkan Kecenderungan Pembelian Pelanggan Diana <i>Florist</i> .....  | 40 |
| Tabel 4.9 Responden berdasarkan Cara Pembelian Pelanggan Diana <i>Florist</i> .....   | 41 |
| Tabel 4.10 Responden berdasarkan Frekuensi Pembelian Pelanggan Dalam 3 Bulan Diana <i>Florist</i> .....                                   | 41 |
| Tabel 4.11 Tabulasi Silang Data Kecenderungan Pembelian dengan Data Jenis Kelamin Pelanggan Diana <i>Florist</i> .....                    | 42 |
| Tabel 4.12 Tabulasi Silang Data Frekuensi Pembelian dalam 3 bulan terakhir dengan Data Jenis Kelamin Pelanggan Diana <i>Florist</i> ..... | 42 |
| Tabel 4.13 Tabulasi Silang Data Cara Pembelian dengan Data Jenis  |    |

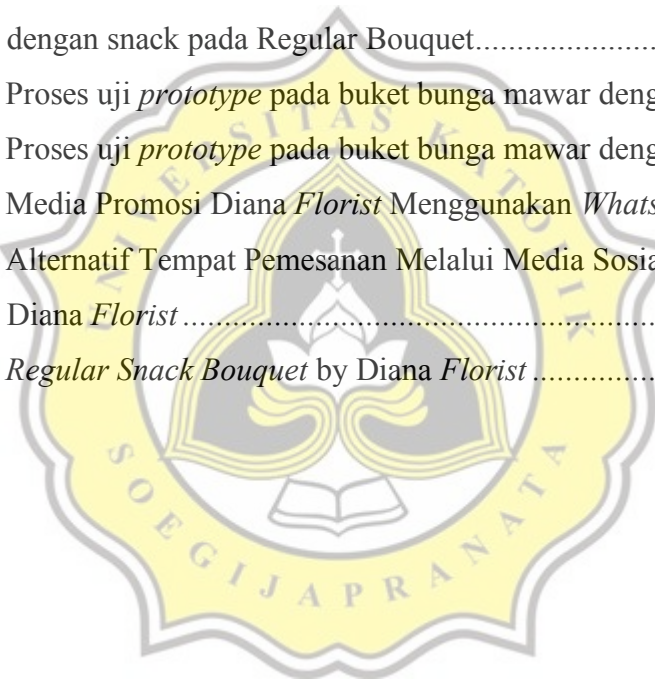
|  |    |
|--|----|
| Kelamin Pelanggan Diana <i>Florist</i> .....   | 43 |
| Tabel 4.14 Tabulasi Silang Data Kecenderungan Pembelian dengan Data<br>Pekerjaan Pelanggan Diana <i>Florist</i> .....                                      | 43 |
| Tabel 4.15 Tabulasi Silang Data Frekuensi Pembelian dalam 3 bulan terakhir<br>dengan Data Pekerjaan Pelanggan Diana <i>Florist</i> .....                   | 44 |
| Tabel 4.16 Tabulasi Silang Data Cara Pembelian dengan Data Pekerjaan<br>Pelanggan Diana <i>Florist</i> .....   | 45 |
| Tabel 4.17 Persepsi dan Harapan (Tahap <i>Idea Generation</i> / Pencarian Ide)<br>pada <i>Product</i> / Produk.....  | 45 |
| Tabel 4.18 Persepsi dan Harapan (Tahap <i>Idea Generation</i> / Pencarian Ide)<br>pada <i>Price</i> / Harga.....   | 46 |
| Tabel 4.19 Persepsi dan Harapan (Tahap <i>Idea Generation</i> / Pencarian Ide)<br>pada <i>Place</i> / Tempat.....  | 46 |
| Tabel 4.20 Persepsi dan Harapan (Tahap <i>Idea Generation</i> / Pencarian Ide)<br>pada <i>Promotion</i> / Promosi.....                                     | 47 |
| Tabel 4.21 Hasil Kuesioner Tahap <i>Idea Generation</i> / Pencarian Ide.....   | 48 |
| Tabel 4.22 Hasil <i>Product</i> / Produk Perlu Dilakukan Pada <i>Regular</i><br><i>Bouquet</i> Diana <i>Florist</i> yang Memiliki Peringkat Tertinggi..... | 49 |
| Tabel 4.23 Hasil Data <i>Price</i> / Harga Pada <i>Regular Bouquet</i> Diana <i>Florist</i><br>yang Memiliki Peringkat Tertinggi.....                      | 50 |
| Tabel 4.24 Hasil Data <i>Place</i> / Tempat yang Dilakukan Pada Diana <i>Florist</i><br>yang Memiliki Peringkat Tertinggi.....                             | 50 |
| Tabel 4.25 Hasil Data <i>Promotion</i> / Promosi yang Dilakukan Pada Diana<br><i>Florist</i> Peringkat Tertinggi .....                                     | 51 |
| Tabel 4.26 Hasil Kuesioner Tahap <i>Opportunity Generation</i> / Identifikasi<br>Peluang Eksternal.....  | 52 |
| Tabel 4.27 Hasil <i>Opportunity Generation</i> / Identifikasi Peluang Internal.....  | 54 |
| Tabel 4.28 Hasil <i>Idea Evaluation</i> / Evaluasi Ide.....  | 55 |
| Tabel 4.29 Hasil Kuesioner <i>Development</i> / Pengembangan Produk<br>(Uji <i>Prototype</i> Produk).....  | 61 |
| Tabel 4.30 HPP Produk Inovasi Diana <i>Florist</i> (Biaya bahan baku<br>(untuk 5 rangkaian bunga).....   | 64 |

|  |    |
|--|----|
| Tabel 4.31 Hasil Kuesioner Tabel <i>Commercialization/</i> Komersialisasi.....                                     | 65 |
| Tabel L.1 Rekapitulasi data responden penelitian.....  | 79 |
| Tabel L.2 Responden berdasarkan jenis kelamin.....   | 79 |
| Tabel L.3 Responden berdasarkan usia .....   | 79 |
| Tabel L.4 Responden berdasarkan status pernikahan .....  | 79 |
| Tabel L.5 Responden berdasarkan pekerjaan .....  | 79 |
| Tabel L.6 Membeli produk <i>regular bouquet</i> pada Diana <i>Florist</i> dalam<br>tiga bulan terakhir .....       | 79 |
| Tabel L.7 <i>Frekuensi regular bouquet</i> pada Diana <i>Florist</i> dalam tiga<br>bulan terakhir .....            | 80 |
| Tabel L.8 Rekapitulasi Data Kuesioner Tahap <i>Idea Generation/</i><br>Pencarian Ide.....                          | 80 |
| Tabel L.9 Hasil Rekapitulasi Data Kuesioner Tahap <i>Idea Generation/</i><br>Pencarian Ide.....                    | 81 |
| Tabel L.10 Keterangan tahap <i>Opportunity Recognition</i> bagian: varian isi<br>yang perlu dibuat.....            | 82 |
| Tabel L.11 Hasil tahap tahap <i>Opportunity Recognition</i> bagian: varian isi<br>yang perlu dibuat.....           | 83 |
| Tabel L.12 Keterangan tahap <i>Opportunity Recognition</i> bagian: pemilihan<br>media promosi.....                 | 84 |
| Tabel L.13 Hasil tahap <i>Opportunity Recognition</i> bagian: pemilihan media<br>promosi .....                     | 84 |
| Tabel L.14 Keterangan tahap <i>Opportunity Recognition</i> bagian: alternatif<br>lokasi penjualan.....             | 86 |
| Tabel L.15 Hasil tahap <i>Opportunity Recognition</i> bagian: alternatif lokasi<br>penjualan.....                  | 87 |
| Tabel L.16 Keterangan tahap <i>Opportunity Recognition</i> bagian: harga<br>yang sesuai dengan produk inovasi..... | 88 |
| Tabel L.17 Hasil tahap <i>Opportunity Recognition</i> bagian: harga yang sesuai<br>dengan produk inovasi.....      | 88 |
| Tabel L.18 Keterangan tahap <i>Idea Evaluation</i> : bagian varian isi yang<br>ingin ditampilkan.....              | 89 |

|  |    |
|--|----|
| Tabel L.19 Hasil tahap <i>Idea Evaluation</i> bagian: buket bunga mawar dengan snack.....  | 90 |
| Tabel L.20 Hasil tahap <i>Idea Evaluation</i> bagian: buket bunga mawar dengan coklat .....  | 90 |
| Tabel L.21 Hasil tahap <i>Idea Evaluation</i> bagian: buket bunga mawar dengan uang kertas asli.....   | 90 |
| Tabel L.22 Hasil tahap <i>Idea Evaluation</i> bagian: pembelian <i>regular bouquet</i> dalam satu bulan.....                                   | 90 |
| Tabel L.23 Keterangan tahap rekapitulasi data kuesioner <i>Development</i> bagian: varian isi yang ingin ditampilkan.....                      | 91 |
| Tabel L.24 Hasil tahap rekapitulasi data kuesioner <i>Development</i> bagian: varian isi yang ingin ditampilkan.....                           | 92 |
| Tabel L.25 Keterangan tahap <i>Development</i> bagian: varian isi yang ingin ditampilkan .....   | 92 |
| Tabel L.26 Hasil tahap <i>Development</i> bagian: buket bunga mawar dengan snack .....   | 93 |
| Tabel L.27 Hasil tahap <i>Development</i> bagian: buket bunga mawar dengan coklat .....  | 93 |
| Tabel L.28 Keterangan rekapitulasi data kuesioner tahap <i>Commercialization</i> / komersialisasi.....   | 94 |
| Tabel L.29 Hasil tahap <i>commercialization</i> bagian: pemilihan media promosi (Instagram) .....  | 95 |
| Tabel L.30 Hasil tahap <i>commercialization</i> bagian: pemilihan media promosi (Whatsapp).....  | 95 |
| Tabel L.31 Hasil tahap <i>commercialization</i> bagian: alternatif tempat atau lokasi penjualan (Penambahan outlet penjualan).....             | 95 |
| Tabel L.32 Hasil tahap <i>commercialization</i> bagian: alternatif tempat atau lokasi penjualan (Pemesanan melalui aplikasi media sosial)..... | 95 |

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 2.1 Teori Proses Inovasi Menurut Luecke.....  | 13 |
| Gambar 2.2 Faktor – faktor Pembentuk Persepsi.....   | 21 |
| Gambar 2.2 Kerangka Pikir .....  | 24 |
| Gambar 4.1 Toko Bunga Diana <i>Florist</i> .....   | 37 |
| Gambar 4.2 Bahan-Bahan untuk Produksi <i>Regular Bouquet</i> .....   | 56 |
| Gambar 4.3 Rangkaian Proses Pembuatan varian isi buket bunga mawar<br>dengan snack pada <i>Regular Bouquet</i> ..... | 60 |
| Gambar 4.4 Proses uji <i>prototype</i> pada buket bunga mawar dengan snack .....                                     | 61 |
| Gambar 4.5 Proses uji <i>prototype</i> pada buket bunga mawar dengan coklat .....                                    | 61 |
| Gambar 4.6 Media Promosi Diana <i>Florist</i> Menggunakan <i>WhatsApp</i> .....                                      | 64 |
| Gambar 4.7 Alternatif Tempat Pemesanan Melalui Media Sosial<br>Diana <i>Florist</i> .....                            | 64 |
| Gambar 4.8 <i>Regular Snack Bouquet</i> by Diana <i>Florist</i> .....  | 65 |





## DAFTAR LAMPIRAN

|            |  |    |
|------------|--|----|
| Lampiran 1 | Perhitungan Harga Pokok Produksi .....   | 68 |
| Lampiran 2 | Kuesioner Penelitian Inovasi Produk Rangkaian Bunga Pada<br>Diana <i>Florist</i> Berdasarkan Persepsi Dan Harapan Konsumen | 69 |
| Lampiran 3 | Rekapitulasi Kuesioner .....   | 80 |



## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL .....  | i    |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....  | iii  |
| HALAMAN PENGESAHAN .....   | iv   |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA<br>ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....                            | v    |
| KATA PENGANTAR .....   | vi   |
| ABSTRAK .....  | viii |
| DAFTAR TABEL .....   | ix   |
| DAFTAR GAMBAR .....  | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN .....  | xiv  |
| DAFTAR ISI .....   | xv   |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b>   |      |
| 1.1 Latar Belakang Masalah .....   | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah .....  | 9    |
| 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....  | 9    |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI</b>   |      |
| 2.1 Teori yang Berkenaan dengan Variabel Penelitian .....  | 11   |
| 2.1.1 Definisi Inovasi .....   | 11   |
| 2.1.2 Prinsip Inovasi Produk .....   | 12   |
| 2.1.3 Proses Inovasi Produk .....  | 12   |
| 2.1.4 Harapan .....  | 17   |
| 2.1.5 Persepsi .....   | 19   |
| 2.2 Penelitian Terdahulu .....   | 22   |
| 2.3 Kerangka Pikir .....   | 23   |
| 2.4 Definisi Operasional .....   | 24   |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN</b>   |      |
| 3.1 Objek Penelitian dan Lokasi Penelitian .....   | 29   |
| 3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling .....  | 29   |
| 3.3 Metode Pengumpulan Data .....  | 30   |
| 3.3.1 Jenis dan Sumber Data .....  | 30   |
| 3.3.2 Teknik Pengumpulan Data .....  | 30   |
| 3.4 Alat Analisis Data .....   | 31   |
| <b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>  |      |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....   | 35   |
| 4.2 Karakteristik Responden Penelitian .....   | 38   |
| 4.3 Persepsi dan Harapan Konsumen Terhadap Produk Rangkaian<br>Bunga <i>Regular Bouquet</i> Pada Diana Florist ..... | 45   |
| 4.4 Persepsi dan Harapan Digunakan Dalam Proses Inovasi Produk<br>Diana Florist .....                                | 47   |
| 4.4.1 <i>Idea Generation</i> / Pencarian Ide .....   | 47   |
| 4.4.2 <i>Opportunity Generation</i> / Identifikasi Peluang .....   | 52   |
| 4.4.3 <i>Idea Evaluation</i> / Evaluasi Ide .....  | 55   |
| 4.4.4 <i>Development</i> / Pengembangan .....  | 55   |

|  |    |
|--|----|
| 4.4.4.1 Desain Awal.....                             | 56 |
| 4.4.4.2 <i>Prototype</i> .....                       | 56 |
| 4.4.4.3 Uji <i>Prototype</i> Produk.....             | 60 |
| 4.4.5 Produk Inovasi .....                           | 63 |
| 4.4.6 <i>Commercialization/</i> komersialisasi ..... | 65 |
| BAB V PENUTUP  |    |
| 5.1 Kesimpulan.....                                  | 68 |
| 5.2 Saran.....                                       | 70 |
| DAFTAR PUSTAKA.....                                  | 71 |
| LAMPIRAN .....                                       | 73 |

