

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari latar belakang penelitian ini, *IcilsKitchen* terlihat perlu melakukan inovasi produk lumpia Samyang. Hal tersebut dikarenakan, tidak ada peningkatan penjualan yang signifikan selama 2 tahun pada *IcilsKitchen*, maka dari permasalahan tersebut dilakukannya inovasi produk lumpia Samyang pada segi rasa dan *filling* agar konsumen tidak bosan dengan produk lumpia Samyang *IcilsKitchen*. Dengan dilakukannya sebuah inovasi pada produk lumpia Samyang dapat meningkatkan penjualan dan juga *IcilsKitchen* dapat menjadi usaha yang tidak kalah bersaing / kompetitif di pasar. Maka pada hasil analisis dan pembahasan proses inovasi secara keseluruhan, didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. *Idea Generation*

Pada tahap pertama ini dilakukannya penggalan beberapa ide mengenai rasa, dan *filling* pada produk inovasi lumpia Samyang. Dari ide-ide segi rasa dan *filling* yang didapatkan tersebut masing-masing akan diambil dua ide yang memiliki peringkat tertinggi. Dari segi rasa, ide rasa yang paling banyak diminati responden adalah Samyang *carbonara* dan Samyang *salted egg*. Sedangkan dari segi *filling*, ide *filling* yang paling banyak diminati responden adalah daging ham sapi dan nugget udang.

2. *Opportunity Recognition*

Pada tahap kedua ini, ide yang memiliki peringkat tertinggi dilihat peluang eksternal dan internal yang ada untuk menghasilkan produk inovasi lumpia samyang. Maka dari hasil identifikasi peluang eksternal didapatkan yaitu, rasa Samyang *carbonara* dengan *filling* daging ham sapi yang diminati oleh masyarakat ataupun

responden sebagai produk inovasi lumpia Samyang. Lalu untuk kriteria internal , adalah bahan baku yang digunakan harus memiliki harga bahan baku yang terjangkau / relatif murah, mudah didapatkan , dan memiliki teknik pengelolaan bahan baku yang mudah.

3. *Idea Evaluation*

Pada tahap ketiga ini , merupakan tahap dimana menentukan ide yang telah dipilih akan diselaraskan dengan kriteria yang telah didapatkan dari tahap *opportunity recognition*. Setelah itu, maka akan diduplikannya satu ide yang menjadi produk lumpia Samyang dengan rasa Samyang *carbonara* dan *filling* daging ham sapi.

4. *Development*

Pada tahap keempat ini , merupakan pengembangan produk inovasi lumpia Samyang dengan merealisasikan ide yang didapatkan dari tahap *idea evaluation* menjadi suatu produk. Maka produk inovasi lumpia Samyang dengan rasa Samyang *carbonara* dengan *filling* daging ham sapi dapat dijadikan sebagai produk akhir. Karena tidak terdapat *redesign*, karena produk inovasi lumpia Samyang mendapatkan respon positif dari responden. Setelah itu dilakukan juga perhitungan HPP pada produk akhir tersebut untuk dapat menentukan harga jual per unit produk. Oleh karena itu, harga jual yang didapatkan sebesar Rp 9.000,00.

5. *Commercialization*

Pada tahap kelima ini, diduplikannya media yang digunakan untuk memasarkan produk inovasi lumpia Samyang adalah media sosial (*Instagram* , *facebook*, *whatsapp*, dsb). Selain itu menggunakan media sosial untuk memasarkan produk lumpia Samyang , *Icilskitchen* , juga memasarkan melalui aplikasi *Go-Food* ataupun *Grabfood* agar pemasarannya lebih luas.

5.2 Saran

1. Saran untuk *Icilskitchen* , karena produk inovasi lumpia Samyang telah mendapatkan respon positif dari responden. Maka diharapkan agar dapat mengembangkan hasil penelitian dan memasarkannya ke masyarakat lebih luas.
2. Saran untuk *Icilskitchen* , untuk memproduksi Lumpia Samyang *readystock* / langsung agar konsumen dapat mengonsumsi lumpia Samyang , tanpa harus menunggu beberapa hari untuk mengonsumsi.
3. Saran untuk *Icilskitchen* , agar terus melakukan inovasi produk lumpia Samyang pada rasa dan *filling* . seperti menggunakan mie dengan bahan sayuran dan juga *filling* yang berbahan dasar sayuran. Sehingga konsumen tidak mudah bosan dengan produk *Icilskitchen*.
4. Saran untuk *Icilskitchen* , agar dapat menambahkan informasi lebih lengkap pada label di kemasan produk inovasi lumpia Samyang. Seperti misalnya , “halal” atau , penjelasan mengenai isi apa saja yang ada pada produk . Hal tersebut dapat membuat konsumen lebih tertarik dengan produk tersebut.

