

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari latar belakang yang dijelaskan pada penelitian ini, dapat dilihat bahwa pada usaha Snack Point perlu untuk dilakukan inovasi produk dikarenakan usaha sulit untuk berkembang. Oleh sebab itu, dilakukannya inovasi variasi produk karamel dari segi isian dan bentuk agar usaha Snack Point dapat semakin berkembang dan tidak kalah saing dengan usaha-usaha lain. Kesimpulan dari hasil analisis dan pembahasan proses inovasi variasi karamel seluruhnya adalah :

1. *Idea Generation*

Tahap ini adalah tahap mencari ide isian dan bentuk untuk produk inovasi variasi karamel. Ide isian yang didapat adalah apel, ubi jalar, semangka, strawberry, mangga, durian dan alpukat. Sedangkan ide bentuk yang didapat adalah persegi panjang, lingkaran, segitiga dan seperti makanan ekado (menyerupai kantong). Berdasarkan hasil kuesioner responden, ide yang belum pernah ditemui di pasaran dan lolos ke tahap selanjutnya adalah ide isian apel, ubi jalar, semangka dan alpukat dan ide bentuk persegi panjang, segitiga dan seperti makanan ekado (menyerupai kantong).

2. *Opportunity Recognition*

Tahap ini adalah tahap mengidentifikasi ide-ide sesuai dengan indikator tahap *opportunity recognition* untuk melihat peluang ide tersebut. Dari hasil identifikasi dapat diketahui bahwa apel, ubi jalar, semangka, alpukat dan kulit lumpia (untuk membuat bentuk ide inovasi) tersedia di pasar. Harga apel dan alpukat yaitu Rp 30.000/kg, harga ubi jalar yaitu Rp 10.000/kg, harga semangka yaitu Rp 13.000/kg dan harga kulit lumpia yaitu Rp 380/lembar. Pengolahan isian apel, ubi jalar, alpukat dan bentuk persegi panjang, segitiga, seperti makanan ekado cukup mudah sedangkan pengolahan isian semangka sulit.

3. *Idea Evaluation*

Pada tahap ini dipilih 3 ide isian dan 3 ide bentuk untuk dikembangkan. Ide yang dapat lanjut ke tahap selanjutnya adalah ide yang selaras dengan indikator tahap *opportunity recognition*. Ide yang lolos adalah ide isian apel, ubi jalar dan alpukat serta ide bentuk persegi panjang, segitiga dan seperti makanan ekado (menyerupai kantong).

4. *Development*

Di tahap ini, 3 ide isian dan 3 ide bentuk yang diperoleh di tahap *idea evaluation* direalisasikan menjadi *prototype*. Kemudian *prototype* tersebut diuji cobakan ke responden. Melalui uji *prototype* produk inovasi variasi karamel pada responden, didapatkan hasil isian yang paling disukai responden adalah apel dan bentuk yang paling disukai responden adalah segitiga. Oleh karena itu, produk akhir yang terpilih

adalah variasi karamel isian apel dengan bentuk segitiga. Selanjutnya, dilakukan perhitungan HPP untuk menentukan harga jual produk dan diperoleh harga jual sebesar Rp 8.000/unit.

5. *Commercialization*

Tahap ini adalah tahap untuk mengetahui media pemasaran apa yang disukai responden untuk mengetahui produk inovasi variasi karamel Snack Point. Hasil yang didapatkan adalah media sosial Snack Point (instagram @snackpoint.smg).

5.2 Saran

Saran yang diberikan kepada usaha Snack Point adalah sebagai berikut :

1. Agar produk inovasi variasi karamel dapat dikembangkan terus dalam segi rasa.
2. Agar terus melakukan inovasi variasi karamel dalam segi isian dan bentuk seperti menggunakan buah-buahan lain atau bahan yang lain untuk isian agar produk variasi karamel bervariasi dan dapat menarik perhatian masyarakat.
3. Dapat menambahkan informasi komposisi produk dan tanggal kadaluarsa pada kemasan produk untuk memberikan informasi kepada konsumen mengenai produk tersebut.
4. Untuk meningkatkan pemasaran produk melalui media sosial Snack Point seperti membagikan konten yang informatif dan menarik.

Pemasaran melalui media sosial dapat menarik perhatian masyarakat dan membantu menunjukkan produk-produk yang dijual di Snack Point.

