

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Es Puter Cik Ai

Es Puter Cik Ai adalah usaha es puter yang baru memasuki pasar es puter untuk pertama kalinya pada tahun 2021. Motivasi dalam berbisnis es puter ini adalah karena es puter merupakan salah satu jenis produk es krim yang dikembangkan oleh masyarakat lokal dengan menggantikan bahan utama susu sapi dengan santan kelapa yang lebih mudah didapatkan dan memiliki harga yang lebih murah. Hal ini membuat es puter disukai oleh sebagian besar masyarakat di Indonesia. Awal mulanya Es Puter Cik Ai hanya memiliki dua varian rasa yaitu coklat dan kopyor, namun saat ini produk telah berkembang dalam empat varian yaitu rasa coklat, kopyor, durian, dan campur. Konsep bisnis dari Es Puter Cik Ai adalah penjualan berdasarkan pesanan dan tidak melayani makan di tempat dengan harga es krim sebesar Rp 10.000. Hingga saat ini Es Puter Cik Ai mengutamakan penjualan dan promosi secara *online* melalui Whatsapp dan media sosial Instagram pada akun @esputer.ai.

4.2 Gambaran Umum Responden

Berdasarkan penyebaran kuesioner didapatkan 97 orang responden yang telah memenuhi kriteria sampel. Sampel untuk penelitian yang digunakan untuk pemetaan *positioning* dari Es Puter Cik Ai adalah sebanyak 97 konsumen yang melakukan pembelian es puter minimal satu kali dalam satu bulan terakhir.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner pada 97 orang responden, maka didapatkan gambaran umum responden penelitian sebagai berikut:

Tabel 4.1
Gambaran Kondisi Responden

No	Keterangan	Jumlah (Orang)	%
1	Jenis Kelamin		
	Laki-laki	53	54,6
	Perempuan	44	45,4
	Total	97	100
2	Usia		
	<20 tahun	15	15,5
	>20-25 tahun	51	52,6
	>25-30 tahun	22	22,7
	>30-35 tahun	4	4,1
	>35-45 tahun	2	2,0
	>45 tahun	3	3,1
	Total	97	100
3	Penghasilan per bulan		
	<Rp 2.500.000	22	22,7
	Rp 2.500.000 – Rp 5.000.000	28	28,9
	Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000	33	34,0
	>Rp 10.000.000	14	14,4
	Total	97	100
4	Konsumen menyukai es puter		
	Tidak	2	2,1
	Ya	95	97,9
	Total	97	100
5	Frekuensi melakukan pembelian es puter setiap bulan		
	1.00	23	23,7
	2.00	17	17,5
	3.00	28	28,9
	4.00	14	14,4
	5.00	15	15,5
	Total	97	100

No	Keterangan	Jumlah (Orang)	%
6	Kriteria es puter yang disukai		
	Berasa buah asli	26	26,8
	Manis	16	16,5
	Tidak eneg (cita rasa)	9	9,3
	Lembut	7	7,2
	Ada topping tambahan (mutiara, agar)	23	23,7
	Warna cerah, tapi pewarna tidak banyak	16	16,5
	Total	97	100
7	Yang membuat konsumen tertarik membeli es puter		
	Rasa enak	26	26,8
	Harga terjangkau	25	25,8
	Topping	7	7,2
	Pilihan varian rasa beragam	39	40,2
	Total	97	100
8	Tempat konsumen biasa membeli Es Puter		
	Cik Ai	39	40,2
	Tempo Dulu	2	2,1
	Conglik	29	29,9
	Heri	3	3,1
	Lain-lain	24	24,7
	Total	97	100
9	Faktor yang membuat konsumen suka membeli es puter tersebut		
	Rasa khas yang enak	27	27,8
	Harga terjangkau	26	26,8
	Manis	18	18,6
	Segar	9	9,3
	Tempat bersih	3	3,1
	Tampilan menarik	2	2,1
	Topping	12	12,4
Total	97	100	
10	Harga es puter yang dianggap terjangkau		
	<Rp 10.000	21	21,6
	>Rp 10.000-20.000	57	58,8
	>20.000	19	19,6
	Total	97	100
11	Varian es puter yang disukai		
	Coklat	26	26,8
	Kopyor	23	23,7
	Durian	27	27,8
	Vanila	6	6,2
	Strawberry	4	4,1
	Alpukat	11	11,4

No	Keterangan	Jumlah (Orang)	%
	Total	97	100

Sumber: Data Primer yang Diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa secara demografis, responden laki-laki dan perempuan yang menjadi konsumen es puter memiliki jumlah yang seimbang, yaitu laki-laki sebesar 54,6% dan perempuan sebesar 45,4%. Usia dari konsumen es puter terbanyak adalah lebih dari 20-25 tahun (52,6%), sedangkan pendapatan per bulan konsumen yang terbanyak adalah pada rentang lebih dari Rp 5.000.000 hingga Rp 10.000.000 (34%). Konsumen juga melakukan pembelian es puter sebanyak 3 kali dalam seminggu yaitu sebanyak 28,9% dari 97 responden.

Secara preferensi, 97,9% konsumen menyatakan menyukai es puter. Berdasarkan produknya, kriteria es puter yang disukai adalah yang memiliki rasa buah asli (26,8%) dan memiliki topping tambahan seperti mutiara dan agar (23,7%). Konsumen tertarik dalam melakukan pembelian es puter alasannya adalah karena adanya pilihan rasa yang beragam (40,2%), rasa enak (26,8%) dan harga terjangkau (25,8%).

Konsumen biasa melakukan pembelian es puter di es puter Cik Ai (40,2%), es puter Conglik (29,9%) dan es puter lainnya (24,7%). Faktor yang membuat konsumen suka melakukan pembelian es puter di tempat tersebut adalah karena rasa khas yang enak (27,8%) dan harga terjangkau (26,8%). Sejumlah besar responden merasa harga es puter yang terjangkau adalah pada lebih dari Rp 10.000-Rp 20.000 (58,8%), kurang dari Rp 10.000 (21,6%) dan lebih dari Rp 20.000 (19,6%). Varian es puter yang paling banyak disukai oleh konsumen adalah durian (27,8%), coklat (26,8%) serta kopyor atu kelapa muda (23,7%).

4.3 Positioning

Sebelum merumuskan positioning untuk bisnis Es Puter Cik Ai, pada penelitian ini ditetapkan segmen dan target konsumen melalui analisis *cross table* menggunakan program SPSS 26 berdasarkan data gambaran kondisi responden yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner. Berikut merupakan hasil analisis *cross table* yang didapatkan:

Tabel 4.2
Analisis Cross Table Responden yang Menyukai Es Puter

			Menyukai Es Puter		Total
			Tidak	Ya	
Pekerjaan	Ibu rumah tangga	Count	0	4	4
		% of Total	0.0%	4.1%	4.1%
	Karyawan swasta	Count	0	31	31
		% of Total	0.0%	31.9%	31.9%
	Pelajar/mahasiswa	Count	0	44	44
		% of Total	0.0%	45.4%	45.4%
	TNI/Polri	Count	0	4	4
		% of Total	0.0%	4.1%	4.1%
	Wiraswasta	Count	2	12	14
		% of Total	2.0%	12.3%	14.4%
Total	Count	2	95	97	
	% of Total	2.1%	97.9%	100.0%	
Jenis Kelamin	Laki-laki	Count	2	49	51
		% of Total	2.1%	50.5%	52.6%
	Perempuan	Count	0	46	46
		% of Total	0.0%	47.4%	47.4%
Total	Count	2	95	97	
	% of Total	2.1%	97.9%	100.0%	
Pendidikan	D1/D3	Count	0	10	10
		% of Total	0.0%	10.3%	10.3%
	S1	Count	1	55	56
		% of Total	1.0%	56.7%	57.7%
	S2/S3	Count	0	1	1
		% of Total	0.0%	1.0%	1.0%
	SMP	Count	0	4	4
		% of Total	0.0%	4.1%	4.1%
	SMU/SMK	Count	1	25	26
		% of Total	1.0%	25.8%	26.8%
Total	Count	2	95	97	
	% of Total	2.1%	97.9%	100.0%	

		Menyukai Es Puter		Total	
		Tidak	Ya		
Usia	<20 tahun	Count	0	15	15
		% of Total	0.0%	15.5%	15.5%
	>20-25 tahun	Count	1	50	51
		% of Total	1.0%	51.5%	52.6%
	>25-30 tahun	Count	1	19	20
		% of Total	1.0%	19.6%	20.6%
	>30-35 tahun	Count	0	4	4
		% of Total	0.0%	4.1%	4.1%
	>40-45 tahun	Count	0	4	4
		% of Total	0.0%	4.1%	4.1%
	>45-50 tahun	Count	0	1	1
		% of Total	0.0%	1.0%	1.0%
	>50 tahun	Count	0	2	2
		% of Total	0.0%	2.1%	2.1%
Total		Count	2	95	97
		% of Total	2.1%	97.9%	100.0%
Pendapatan per bulan	< 2.500.000	Count	0	21	21
		% of Total	0.0%	21.6%	21.6%
	> 10.000.000	Count	1	13	14
		% of Total	1.0%	13.4%	14.4%
	2.500.000 – 5.000.000	Count	1	26	27
		% of Total	1.0%	26.8%	27.8%
	5.000.000 – 10.000.000	Count	0	35	35
		% of Total	0.0%	36.1%	36.1%
Total		Count	2	95	97
		% of Total	2.1%	97.9%	100.0%
Kriteria yang Disuka	Bahan Alami	Count	0	10	10
		% of Total	0.0%	10.3%	10.3%
	Banyak Topping	Count	0	8	8
		% of Total	0.0%	8.2%	8.2%
	Banyak Varian Rasa	Count	0	9	9
		% of Total	0.0%	9.3%	9.3%
	Higenis	Count	0	2	2
		% of Total	0.0%	2.1%	2.1%
	Murah	Count	0	3	3
		% of Total	0.0%	3.1%	3.1%
	Porsi Besar	Count	0	1	1
		% of Total	0.0%	1.0%	1.0%
	Rasa Enak	Count	2	44	46
		% of Total	2.1%	45.4%	47.4%
	Tekstur Lembut	Count	0	6	6
		% of Total	0.0%	6.2%	6.2%
Tekstur Padat	Count	0	3	3	
	% of Total	0.0%	3.1%	3.1%	
Tidak Terlalu Manis	Count	0	9	9	
	% of Total	0.0%	9.3%	9.3%	
Total		Count	2	95	97
		% of Total	2.1%	97.9%	100.0%

		Menyukai Es Puter		Total		
		Tidak	Ya			
Harga yang Sesuai	<Rp 6.000	Count	1	14	15	
		% of Total	1.0%	14.4%	15.5%	
	>Rp 20.000	Count	0	8	8	
		% of Total	0.0%	8.2%	8.2%	
	Rp 10.000 - Rp 15.000	Count	0	39	39	
		% of Total	0.0%	40.2%	40.2%	
	Rp 15.000 - Rp 20.000	Count	0	9	9	
		% of Total	0.0%	9.3%	9.3%	
	Rp 6.000 - Rp 10.000	Count	1	25	26	
		% of Total	1.0%	25.8%	26.8%	
	Total		Count	2	95	97
			% of Total	2.1%	97.9%	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah (2022)

Tabel 4.2 di atas mendeskripsikan hasil analisis *cross table* dengan memetakan konsumen yang menyukai dan tidak menyukai es puter berdasarkan faktor domisili, pekerjaan, jenis kelamin, pendidikan, usia, pendapatan per bulan, kriteria es puter yang disukai, dan harga yang dianggap sesuai untuk produk es puter. Berdasarkan pemetaan tersebut akan ditetapkan segmen dan target konsumen berdasarkan persentase terbesar dari responden yang menyukai produk es puter.

Dari pemetaan di atas didapatkan hasil bahwa responden yang menyukai es puter didominasi oleh responden yang memiliki pekerjaan pelajar/mahasiswa dan karyawan swasta, jenis kelamin laki-laki dan perempuan, pendidikan S1 dan SMU/SMK, berusia 20-30 tahun, berpenghasilan Rp 2.500.000 hingga Rp 10.000.000 per bulan, serta memilih *range* harga Rp 10.000 hingga Rp 15.000 sebagai harga yang paling sesuai untuk satu porsi produk es puter.

Berdasarkan hasil tersebut maka ditetapkan target konsumen Es Puter Cik Ai adalah konsumen laki-laki maupun perempuan yang berdomisili di Kota Semarang, berusia 20-30 tahun, pelajar/mahasiswa dan karyawan swasta, berpenghasilan Rp 2.500.000 hingga Rp 10.000.000 per bulan, berpendidikan S1

atau SMU/SMK, dan menyukai es puter dengan bahan alami serta rasa yang enak. Dengan demikian maka *positioning* yang tepat untuk Es Puter Cik Ai dalam menempatkan produk agar dapat lebih disukai konsumen adalah menyediakan es puter yang enak, dibuat dari bahan-bahan alami, memiliki banyak varian rasa, dan harga yang terjangkau bagi konsumen pada kalangan menengah yaitu Rp 10.000 - Rp 15.000.

4.4 Hasil Analisis Data dan Pembahasan

Pada bagian ini akan dianalisis dan dibahas mengenai proses inovasi produk es puter dilihat dari rasa es puter yang akan diproduksi oleh Es Puter Cik Ai.

4.4.1 Idea Generation

Idea generation dalam penelitian ini adalah proses penggalan ide mengenai produk es puter apa yang sesuai dengan permintaan pasar serta memiliki tingkat persaingan tidak seketat es puter rasa lain sehingga Es Puter Cik Ai tidak berhadapan secara langsung dengan merk besar seperti Conglik dan Heri. Penggalan ide ini dilakukan dengan pembagian kuesioner kepada 20 konsumen Es Puter Cik Ai. Indikatornya adalah sebagai berikut:

1. Ide bentuk produk es puter yang belum ada di pasaran
2. Ide rasa es puter yang belum ada di pasaran
3. Ide jenis es puter yang belum ada di pasaran
4. Ide topping es puter yang belum ada di pasaran
5. Ide plating es puter yang belum ada di pasaran

Tabel 4.3
Hasil Kuesioner Tahap Idea Generation

No	Indikator	Jawaban	Jumlah	%
1	Rasa es puter apa saja yang belum ada di pasaran saat ini	Matcha	3	15,00
		Ketan item	2	10,00
		Sirsat	7	35,00
		Mangga	8	40,00
2	Apakah diperlukan variasi rasa pada Es Puter Cik Ai	Ya	20	100
3	variasi rasa yang perlu dilakukan untuk Es Puter Cik Ai	Matcha	3	15,00
		Ketan item	2	10,00
		Sirsat	7	35,00
		Mangga	8	40,00
4	Jika Es Puter Cik Ai membuat produk Es Puter Cik Ai dengan varian rasa seperti jawaban Anda di atas, berapa kali Anda akan melakukan pembelian dalam satu bulan	3	6	30
		4	2	10
		5	4	20
		6	3	15
		7	5	25

Sumber: Data Primer yang Diolah (2022)

Setelah didapatkan ide mengenai bentuk, desain dan konsep pada produk inovasi es puter, maka akan dipilih ide yang memiliki dua peringkat tertinggi karena dianggap sudah mewakili jumlah suara terbanyak dari responden yang akan dianalisa dan dikembangkan lebih lanjut ke tahap selanjutnya yaitu *opportunity recognition*. Dalam segi rasa es puter, ide yang memiliki peringkat tertinggi adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Rasa Es Puter yang Belum Ada di Pasaran

No	Rasa es puter apa saja yang belum ada di pasaran saat ini	Jumlah	Persentase (%)
1	Sirsat	7	35,00
2	Mangga	8	40,00

Sumber: Data Primer yang Diolah (2022)

Rasa sirsat dan mangga merupakan rasa yang memiliki peringkat tertinggi. Hal ini sesuai dengan *positioning* dari Es Puter Cik Ai yang mana konsumen menyukai rasa buah asli pada es puter.

Tabel 4.5
Hasil Ide: Diperlukan Variasi Rasa dengan Peringkat Tertinggi

No	Variasi rasa pada Es Puter Cik Ai	Jumlah	Persentase (%)
1	Ya	20	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah (2022)

Semua responden menyatakan bahwa diperlukan variasi rasa pada Es Puter Cik Ai. Hal ini dapat terjadi karena Es Puter Cik Ai saat ini tidak memiliki keunggulan apapun bila dibandingkan dengan es puter lain yang sejenis, selain itu rasa dari es puter Es Puter Cik Ai berkutat pada rasa original sehingga variasi rasa lain Es Puter Cik Ai perlu dilakukan.

Tabel 4.6
Hasil Ide: Variasi Rasa untuk Es Puter Cik Ai dengan Peringkat Tertinggi

No	Variasi rasa yang perlu dilakukan untuk Es Puter Cik Ai	Jumlah	Persentase (%)
1	Sirsat	7	35,00
2	Mangga	8	40,00

Sumber: Data Primer yang Diolah (2022)

Berdasarkan ide rasa es puter, ide rasa es puter yang memiliki peringkat tertinggi adalah rasa mangga (40%) sedangkan peringkat berikutnya adalah rasa sirsat (35 %). Rasa mangga lebih familier dengan konsumen namun rasa sirsat yang segar juga menarik perhatian dari konsumen es puter. Berdasarkan hasil dan pembahasan tersebut, maka dari tahap *idea generation* dapat diketahui bahwa:

1. Semua responden menginginkan adanya variasi rasa pada Es Puter Cik Ai.
2. Sebagian besar responden menginginkan variasi produk es puter yaitu sirsat atau mangga.

3. Sebagian besar responden akan membeli sebanyak 3 kali dalam sebulan ketika Es Puter Cik Ai membuat varian rasa tersebut.

4.4.2 Opportunity Recognition

Opportunity recognition dalam penelitian ini adalah melihat peluang/kesempatan yang ada untuk menghasilkan produk inovasi es puter. Tahap *opportunity recognition* ini mempertimbangkan dua faktor yaitu internal dan eksternal.

1. Indikator faktor internal:
 - a. Keterjangkauan harga
 - b. Kemudahan mendapatkan bahan baku untuk pembuatan produk inovasi es puter
 - c. Kemampuan/kompetensi teknis Es Puter Cik Ai dalam membuat produk es puter dengan rasa yang berbeda.
2. Indikator faktor eksternal:
 - a. Peluang pasar produk es puter dengan varian rasa baru.
 - b. Ketertarikan responden terhadap ide inovasi produk es puter dengan varian rasa baru.

Cara yang digunakan untuk mengenali peluang eksternal adalah dengan membagikan kusioner kepada 20 konsumen Es Puter Cik Ai dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Pengenalan Peluang Eksternal

No	Indikator	Jawaban	Jumlah	%
1	Varian rasa populer es puter yang diminati oleh konsumen	Matcha	1	5
		Ketan item	3	15
		Sirsat	9	45
		Mangga	7	35
2	Alasan menganjurkan pemilihan rasa tersebut	Manis	8	40
		Gurih	2	10
		Enak	3	15
		Rasa buah asli	7	35
3	Harga jual es puter yang pantas untuk varian rasa baru tersebut	Rp. 8.000	3	15
		Rp. 10.000	5	25
		Rp. 12.500	1	5
		Rp. 15.000	10	50
		Rp. 20.000	1	5

Sumber: Data Primer yang Diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.7, terdapat peluang eksternal yang tinggi dalam menciptakan produk inovasi es puter yang dapat dilihat dari varian rasa yang diminati oleh responden adalah sirsat (45%) dan mangga (35%), hal ini karena sebagian besar responden merasa belum pernah menemukan varian rasa tersebut pada es puter lainnya. Alasan responden untuk menganjurkan pemilihan rasa tersebut adalah karena rasa tersebut mengandung rasa manis yang sesuai dengan selera konsumen (40%), selain itu terdapat responden yang merasa bahwa rasa dari es puter tersebut adalah rasa yang gurih (10%), enak (15%), dan ada rasa buah asli (35%). Berdasarkan harga jual, sebagian besar responden sebanyak 10 orang (50%) menginginkan harga Rp. 15.000 untuk produk inovasi es puter dan sebanyak 5 orang (25%) menginginkan harga sebesar Rp. 10.000 untuk produk inovasi es puter.

Berdasarkan hasil tersebut, maka produk inovasi es puter secara keseluruhan memiliki potensi pasar / peluang eksternal yang unggul karena:

1. Varian rasa yang diinginkan adalah sirsat atau mangga.

2. Varian rasa sirsat atau mangga belum ada di pasaran.
3. Rasa yang diinginkan adalah rasa manis dan buah asli pada es puter.
4. Memiliki harga jual sebesar Rp. 10.000-15.000 per produk es puter.

Setelah melihat peluang eksternal, maka langkah berikutnya adalah melihat peluang internal yaitu dengan cara melakukan observasi pada supplier Es Puter Cik Ai untuk melihat harga dan ketersediaan bahan baku serta melihat kemampuan teknik yang dimiliki oleh Es Puter Cik Ai agar dapat mempertimbangkan serta mewujudkan ide yang telah didapatkan di tahap *idea generation*. Berikut hasil observasi peluang internal:

Tabel 4.8
Hasil Pengenalan Peluang Internal

No	Ide	Ketersediaan Bahan Baku dan Harga	Kemampuan Teknik
1	Buah sirsat atau buah mangga	Buah sirsat dapat dengan mudah didapatkan dari supplier buah yang sudah menjadi langganan dari Es Puter Cik Ai dengan harga sekitar Rp 9.000 per kg untuk sirsat. Untuk sari buah mangga seharga Rp 26.000 per kg namun kendalanya adalah mangga bersifat musiman.	Mampu untuk mencampurkan sari buah sirsat atau sari buah mangga ke dalam es puter
2	Gula	Gula dapat dibeli di toko-toko dengan harga Rp 10.500/kg	Es Puter Cik Ai memiliki kemampuan untuk melakukan pencampuran gula pasir dengan sari buah sirsat.
3	Santan	Kara Santan seharga Rp 7.600/200 ml bisa didapatkan dari toko	Es puter merk Delon mudah diolah serta lebih renyah

Berdasarkan hasil identifikasi peluang eksternal dan internal, maka didapatkan kriteria-kriteria yang akan digunakan untuk menyaring ide di tahap

selanjutnya (*idea evaluation*). Kriteria yang didapatkan pada tahap *opportunity recognition* adalah:

1. Eksternal

- a. Varian rasa yang diinginkan adalah rasa sirsat atau manga
- b. Rasa yang diinginkan adalah rasa manis dan buah asli pada es puter.
- c. Varian rasa sirsat atau mangga belum ada di pasaran.
- d. Memiliki harga jual sebesar Rp. 10.000-15.000 per produk es puter.

2. Internal

a. Bahan baku mudah didapatkan

Bahan baku untuk pembuatan es puter seperti sari buah sirsat atau mangga, gula, santan, kemasan, dan stiker mudah didapatkan dari supplier-supplier Es Puter Cik Ai.

b. Memiliki harga bahan baku terjangkau

Setelah ide selaras dengan kriteria pertama, maka bahan yang akan digunakan harus memiliki harga yang terjangkau karena sebagian besar responden menginginkan harga produk inovasi es puter tersebut memiliki harga jual Rp. 10.000-Rp 15.000.

c. Memiliki kemampuan pengolahan bahan baku yang mudah

Kriteria selanjutnya adalah Es Puter Cik Ai harus memiliki kemampuan teknis untuk mengolah bahan baku tersebut menjadi produk inovasi es puter.

4.4.3 *Idea Evaluation*

Pada tahap *idea evaluation*, Es Puter Cik Ai mengevaluasi ide yang ada untuk menyelaraskan ide dengan kriteria faktor *opportunity recognition* sehingga dapat menghasilkan produk es puter yang sesuai dengan kriteria. Indikatornya adalah kesesuaian antara ide dengan faktor-faktor yang telah ditetapkan. Pada tahap ini ide yang tidak selaras dengan kriteria akan dihilangkan / tidak lolos ke tahap selanjutnya.

Tabel 4.9
Idea Evaluation

Ide Rasa	Kriteria eksternal	Kriteria Internal	Lanjut/tidak lanjut
Sirsat	Rasa yang diminati adalah rasa manis dan tidak ada di pasaran yaitu	Bahan baku sirsat, gula, santan, packing dan stiker mudah untuk didapatkan.	Lanjut karena selaras dengan kriteria eksternal dan internal dan harga bisa masuk yaitu Rp 9.000/kg
Mangga	sirsat dan mangga		Tidak lanjut, karena secara musiman sehingga tidak mudah didapatkan ketika sedang tidak musim.

Berdasarkan Tabel 4.9, ide yang dipilih untuk ke tahap selanjutnya adalah ide yang selaras dengan kriteria kapabilitas eksternal dan internal. Maka ide yang akan dipilih untuk direalisasikan adalah produk es puter dengan rasa sirsat.

4.4.4 *Development*

Tahap *development* dilakukan dengan penyempurnaan konsep ide produk es puter Es Puter Cik Ai menjadi suatu bentuk *prototype* produk es puter dengan rasa sirsat. Langkah tahap *development* adalah sebagai berikut:

1. Desain awal

Langkah awal dalam tahap *development* adalah dengan melakukan desain awal terlebih dahulu. Pembuatan desain awal produk inovasi es puter dilakukan sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan dalam tahap sebelumnya. Kriteria yang didapatkan adalah sebagai berikut:

- a. Rasa dari es puter adalah rasa sirsat
- b. Penggunaan kemasan berbentuk dalam drum.

2. Pembuatan *Prototype*

Pada tahap ini dibuat *prototype* untuk inovasi es puter rasa buah sirsat. Bahan-bahan yang digunakan dalam membuat *prototype* adalah santan, minyak goreng, gula pasir, sari buah sirsat, dan garam. Berikut adalah tahapan pembuatan *prototype* produk es puter rasa sirsat:

- a. Menyiapkan rebusan santan dan gula yang telah di rebus secara terpisah



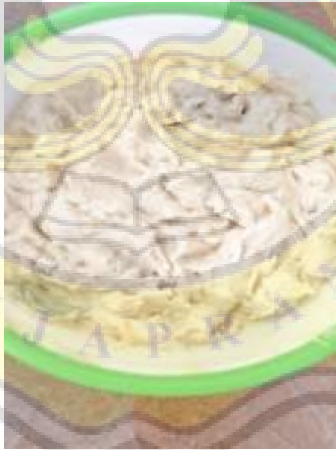
Gambar 4.1
Rebusan Santan dan Gula

- b. Memasukkan gula pasir ke dalam santan dan memberikan sedikit garam



Gambar 4.2
Campuran Gula Pasir, Santan, dan Garam

- c. Mengaduk santan hingga tercampur merata, mencampurkan gula cair ke dalam santan, lalu mencampurkan sebagian buah sirsat ke dalam adonan santan.



Gambar 4.3
Campuran Santan dan Gula Cair

- d. Menuangkan sari buah sirsat segar ke dalam wadah lalu memasukkan ke dalam tabung es puter



Gambar 4.4
Tabung Es Puter

e. Menyambungkan tabung ke alat pemutar otomatis dan menunggu es puter membeku selama 1 hingga 1,5 jam.

f. Menyajikan es puter.

3. Uji *prototype* produk

Uji prototype digunakan untuk mengetahui bagaimana reaksi pasar terhadap produk inovasi dan apakah produk inovasi dapat diterima oleh pasar atau tidak. Setelah pembuatan *prototype*, maka langkah selanjutnya adalah dengan melakukan uji *prototype* produk untuk dapat mengetahui reaksi pasar terhadap produk inovasi es puter apakah dapat diterima oleh konsumen atau tidak. Hal ini dilakukan dengan memberikan pertanyaan terbuka kepada 20 orang konsumen Es Puter Cik Ai dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Development (Uji *Prototype* Produk)

No	Indikator	Jawaban	Jumlah	%
1	es puter dengan varian rasa sirsat ini sudah enak	Sudah	20	100
2	pernah menemukan produk es puter dengan rasa yang sama/mirip	Pernah	2	10
		Tidak	18	90

No	Indikator	Jawaban	Jumlah	%
3	kekurangan dari produk es puter tersebut	Tidak ada	12	60
		Tambah sirsat	3	15
		Gula kurang halus	5	25
4	keunikan dari produk es puter tersebut	Rasa sirsatnya terasa sekali	15	75
		Enak	3	15
		Pas	1	5
		Mantap	1	5
5	produk es puter ini sudah sesuai dengan harapan	Sudah	16	80
		Belum	4	20
6	Jika produk Es Puter Cik Ai dengan varian rasa baru ini telah dikomersilkan, berapa banyak yang mau Anda pesan	1	1	5
		2	1	5
		3	1	5
		4	17	85

Sumber: Data Primer yang Diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.10 di atas dapat diketahui tanggapan responden terhadap produk inovasi es puter. Dari segi varian rasa, 100% responden merasa bahwa varian rasa sirsat dari produk es puter Es Puter Cik Ai sudah enak. 90% responden lainnya menyatakan tidak pernah menemukan varian rasa sejenis.

Responden merasa bahwa perlu ada perbaikan dari es puter tersebut, dengan 25% responden menyatakan bahwa gula yang digunakan kurang halus, sehingga perlu untuk diperhalus, sedangkan 15% responden menyatakan bahwa perlu untuk ditambahkan sirsat untuk menambah rasa dari es puter tersebut.

Respon positif dari responden ini menunjukkan bahwa produk es puter rasa sirsat Es Puter Cik Ai memiliki keunikan tersendiri. Sebanyak 75% responden merasa bahwa keunikan dari produk es puter produksi Es Puter Cik Ai adalah rasa sirsatnya sangat terasa dan 15% menyatakan bahwa rasa sudah enak. Secara keseluruhan, 80% responden menyatakan bahwa peroduk es puter tersebut sudah

sesuai dengan harapan dari responden dan 85% responden menyatakan akan membeli 4 kali per bulan jika es puter ini dikomersialkan.

Pada tahap ini akan dilakukan sebuah perbaikan jika masih terdapat kekurangan dalam produk. Setelah dilakukan perbaikan, maka produk yang sebenarnya akan dibuat kembali. Berdasarkan masukan dari 25% responden yang merasa kekurangan dari produk es puter produksi Es Puter Cik Ai adalah gula yang kurang halus dan ada 15% responden yang minta untuk ditambah sirsatnya, maka dalam tahap ini, Es Puter Cik Ai mencairkan gula dengan periode yang lebih lama dan untuk bubuk Sirsat akan ditambahkan 5% dari yang awal.

4.5 Hasil Produk Inovasi

Berdasarkan pengembangan inovasi yang telah dilakukan maka produk akhir dari es puter rasa sirsat dari Es Puter Cik Ai ini adalah sebagai berikut:



Gambar 4.5
Hasil Akhir Produk Inovasi Es Puter Cik Ai Rasa Sirsat

Gambar 4.5 di atas merupakan hasil akhir dari inovasi produk Es Puter Cik Ai yaitu es puter rasa sirsat. Pada bagian ini akan dilakukan penghitungan harga

pokok produksi (HPP) dari produk inovasi es puter rasa sirsat dari Es Puter Cik Ai untuk menentukan estimasi harga jual sehingga didapatkan laba usaha dari produk tersebut:

Tabel 4.11
HPP Produk Inovasi Es Puter

Bahan Baku	Pembelian		Kebutuhan per 1 pill (100 cup)	
	Jumlah	Harga (Rp)	Jumlah	Harga (Rp)
Santan	200 ml	7.600	200 ml	7.600
Garam	1 kg	14.000	100 gram	1.400
Sirsat	1 kg	9.000	8 kg	72.000
Susu kental manis	1 kaleng	15.000	1 kaleng	15.000
Es batu balok	1 kg	5.000	3 kg	15.000
Susu bubuk	400 gr	57.000	400 gr	57.000
Air	19 L	18.000	10 L	9.473
			Bahan baku 1 pill	177.473
Kemasan				
Cup	25 pcs	22.000	100 pcs	88.000
Tutup cup	25 pcs	10.000	100 pcs	40.000
Sendok plastik	50 pcs	15.000	100 pcs	30.000
Overhead				
Listrik	-	-	-	12.500
Gas	1 tabung (12 kg)	165.000	1 kg	13.750
Tenaga Kerja				
Tenaga harian	1 hari	50.000	1 hari	50.000
			HPP per 1 pill	411.723
			HPP per cup	4.117

Sumber: Data Primer yang Diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas, maka total biaya bahan baku untuk pembuatan produk inovasi es puter adalah sebesar Rp. 4.117 per cup es puter rasa sirsat. Untuk harga jual untuk satu pack produk es puter adalah sebesar Rp. 15.000. Sehingga proyeksi profit untuk 1 porsi es puter rasa sirsat Es Puter Cik Ai adalah sebesar Rp. 10.883 atau 264,34%.