

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian ini merupakan makanan tradisional yaitu lanting yang diproduksi oleh Lanting 88 Kebumen. Dengan menggunakan akun Instagram @lanting88kbn, Lanting 88 Kebumen kemudian didirikan oleh Anatasya pada tahun 2020. Lanting yang dijual pada usaha ini juga berbentuk angka delapan, terbuat dari singkong, dan dengan berbagai varian penambah rasa. Kemasan yang digunakan pada Lanting 88 Kebumen pada awalnya masih menggunakan kemasan plastik dengan logo sederhana seperti gambar dibawah ini. Dengan harga Rp 10.000,- produk lanting 88 Kebumen pernah terjual hingga ke luar kota Semarang.



Gambar 4. 1 Produk Lanting 88 Kebumen

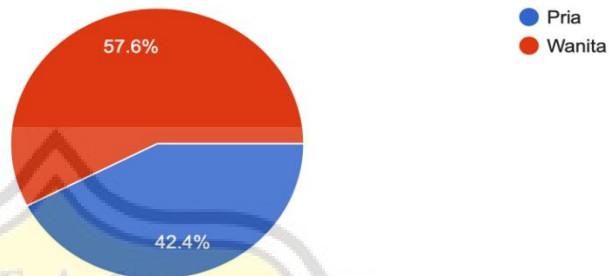
4.2 Analisis Data

4.2.1 Identitas Responden

Pada penelitian ini, kriteria responden dibedakan menjadi dua karakteristik yaitu usia dan jenis kelamin. Berikut adalah statistik identitas responden berdasarkan sebaran usia dan jenis kelamin:

Jenis Kelamin

33 responses

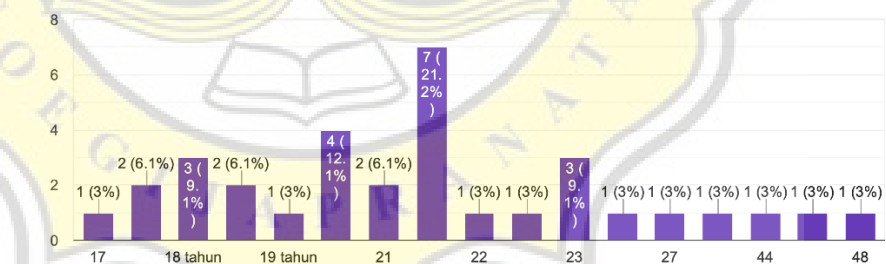


Gambar 4. 2 Bagan Statistik Jenis Kelamin Responden

Pada gambar bagan di atas diketahui bahwa sebaran responden berjumlah 33 orang yang terdiri dari 57.6% wanita dan 42.4% pria. Dari jumlah ini diketahui bahwa ada lebih banyak pelanggan wanita yang menjadi responden pada penelitian ini, namun perbedaan jumlah wanita dan pria tidak terlalu jauh.

Usia

33 responses



Gambar 4. 3 Bagan Statistik Usia Responden

Pada gambar bagan di atas diketahui bahwa sebaran responden berjumlah 33 orang yang terdiri dari rentang usia 17-48 tahun, dengan persentase tersebut, diketahui bahwa kebanyakan responden pada penelitian ini berada pada rentang usia 17-27 tahun.

4.2.2 Tahapan Inovasi

a. Idea Generation

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, tahap ini dilakukan untuk menciptakan atau mencari ide-ide awal baru tentang kemasan produk Lanting 88 Kebumen, yang diperoleh dari gagasan pemilik, dimana pada tahap ini akan dihasilkan beberapa ide kemasan. Adapun sumber inspirasi ide didapat melalui beberapa kegiatan. Pertama, dengan menelusuri beberapa *e-commerce* serta media sosial untuk melihat kemasan yang banyak beredar saat ini. Kedua, dengan mengunjungi toko-toko makanan ringan. Kemudian, informasi yang didapat dari kegiatan tersebut disaring oleh pemilik untuk dijadikan beberapa ide. Pada penelitian ini, ide-ide baru kemasan diperoleh melalui gagasan peneliti, yang terdiri dari bahan (material), ukuran, bentuk, dan font yang digunakan pada kemasan.

Untuk ide bahan (material), disediakan dua jenis bahan yaitu aluminium foil dan kertas. Aluminium foil dan kertas merupakan bahan material yang banyak digunakan, dimana aluminium foil cenderung mempunyai daya simpan yang tinggi dan juga kuat sehingga lebih tahan lama (tidak mudah sobek). Sementara kertas merupakan bahan yang murah dan mudah didapatkan sehingga penggunaannya jauh lebih banyak. Adapun aluminium foil dan kertas seperti pada gambar dibawah ini:

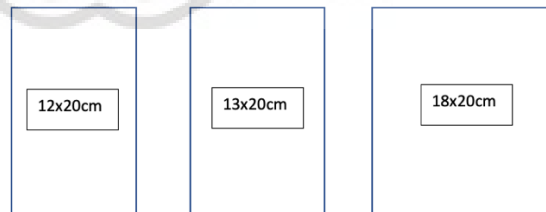


Gambar 4. 4 Bahan (material) aluminium foil



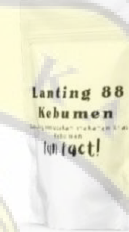
Gambar 4. 5 Bahan (material) kertas

Untuk ide ukuran dengan volume 100gr, terdapat tiga jenis ukuran yang disediakan yaitu 12x20cm, 13x20cm, dan 18x20cm yang merupakan ukuran-ukuran standar pengemasan yang saat ini beredar di pasaran. Adapun ukuran-ukuran tersebut dapat dilihat melalui gambar dibawah ini:

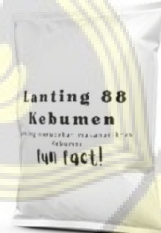


Gambar 4. 6 Perbandingan Ukuran 12x20cm, 13x20cm, dan 18x20cm

Untuk ide bentuk, terdapat dua jenis bentuk yang disediakan yaitu *standing pouch* dan kemasan chips. Sama halnya dengan ukuran, *standing pouch* dan kemasan chips sudah sejak lama menjadi standar acuan, maupun tren yang disukai pada kalangan konsumen. Bentuk tersebut seperti pada gambar dibawah ini:



Gambar 4. 7 Standing Pouch



Gambar 4. 8 Kemasan Chips

Untuk ide *font*, disediakan dua jenis *font* dimana inspirasi pilihan jenis *font* tersebut berasal dari gagasan peneliti yang dipertimbangkan berdasarkan *font-font* yang dianggap menarik dan dapat mewakili makna lanting dalam segi penggunaan *font*. Adapun *font* tersebut antara lain seperti pada gambar dibawah ini:



Gambar 4.9 Font 1



Gambar 4.10 Font 2

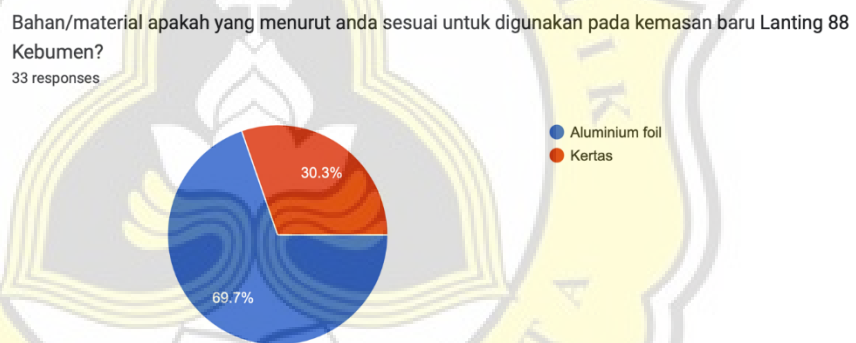
Selain itu, ada juga ide terkait penggunaan warna dasar dan *ziplock* pada kemasan. Untuk ide warna dasar terdapat dua jenis yang disediakan yaitu gelap dan terang. Sedangkan untuk ide penggunaan *ziplock* juga disediakan dua jenis yang disediakan yaitu menggunakan *ziplock* atau tidak menggunakan *ziplock*. Penggunaan *ziplock* bertujuan untuk memberikan mencegah perubahan tekstur dan menjaga kerenyahan pada lanting.

b. Opportunity Recognition

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, pada *opportunity recognition* dilakukan pertimbangan peluang yang bersifat internal (gagasan pemilik) ataupun eksternal (responden penelitian yaitu masyarakat Kota Semarang yang pernah membeli dan mengonsumsi lanting), yang mana menghasilkan kriteria yang

akan digunakan untuk menyaring ide-ide kemasan yang telah dihasilkan. Untuk mendapatkan pendapat konsumen tentang kemasan lanting yang akan dibuat, dilakukan penyebaran kuesioner terhadap 33 responden untuk mengetahui persepsi masyarakat mengenai kemasan lanting. Kuesioner yang disebarakan tersebut terdiri dari item-item yang telah dilampirkan pada lampiran.

Adapun hasil kuesioner pertama yang telah disebarakan adalah yang pertama berbentuk diagram terdiri dari data bahan (material), ukuran, bentuk, jenis *font*, warna dasar, dan *ziplock*. Berikut adalah bagan persentase hasil penilaian responden:

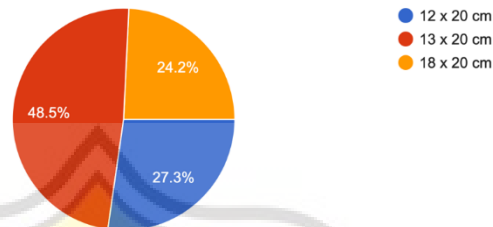


Gambar 4. 11 Bahan (Material) Kemasan

Bagan diatas menunjukkan presentase bahan atau material yang dipilih oleh responden. Berdasarkan jawaban responden mengenai bahan atau material yang dipilih responden, yang ditunjukkan pada Gambar 9.13, ditemukan bahwa mayoritas orang memilih aluminium foil sebagai bahan atau material kemasan, dengan persentase 69.7% dan sisanya 30.3% merupakan persentase orang memilih bahan atau material kertas.

Berdasarkan ukuran kemasan yang ada dibawah ini, manakah ukuran kemasan yang lebih cocok untuk kemasan baru lanting 100 gram?

33 responses

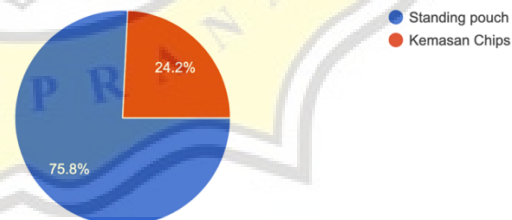


Gambar 4. 12 Ukuran Kemasan

Bagan diatas menunjukkan persentase ukuran kemasan yang dipilih oleh responden. Berdasarkan jawaban responden mengenai ukuran kemasan yang dipilih oleh responden, yang ditunjukkan melalui bagan pada Gambar 9.14, ditemukan bahwa ukuran 13 x 20 cm lebih banyak diminati daripada ukuran lainnya. Ukuran kemasan 13 x 20 cm dengan persentase 48.5%, 27.3% pada ukuran 12 x 20 cm dan 24.2% pada ukuran 18 x 20 cm.

Desain dan bentuk kemasan lanting seperti apa yang anda minati?

33 responses

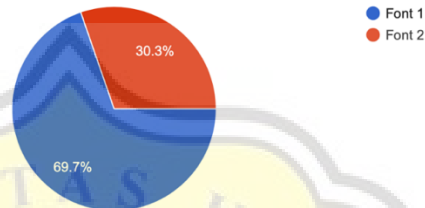


Gambar 4. 13 Bentuk Kemasan

Bagan diatas menunjukkan persentase bentuk kemasan yang dipilih oleh responden. Berdasarkan jawaban responden mengenai bentuk kemasan yang dipilih oleh responden, yang ditunjukkan melalui bagan pada Gambar 9.15, ditemukan bahwa mayoritas

orang memilih *standing pouch* sebagai bentuk kemasan, dengan persentase 75.8% dan sisanya 24.2% pada bentuk kemasan chips.

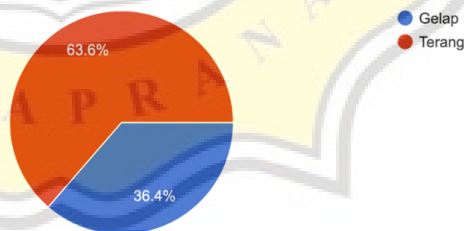
Dari perpaduan jenis font yang sudah dilampirkan di bawah ini, manakah yang menurut anda lebih sesuai untuk digunakan pada kemasan baru Lanting 88 Kebumen?
33 responses



Gambar 4. 14 Jenis Font

Bagan diatas menunjukkan persentase jenis *font* yang dipilih oleh responden. Berdasarkan jawaban responden mengenai jenis *font* yang dipilih responden, yang ditunjukkan melalui bagan pada Gambar 9.16, ditemukan bahwa mayoritas orang memilih jenis *font* 1 sebagai *font* kemasan, dengan persentase 69.7% dan sisanya 30.3% pada jenis *font* 2.

Warna dasar apakah yang menurut anda sesuai untuk digunakan pada kemasan baru Lanting 88 Kebumen?
33 responses

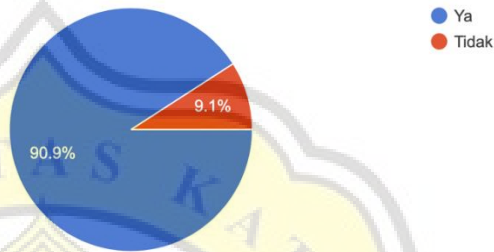


Gambar 4. 15 Warna Dasar

Bagan diatas menunjukkan persentase warna dasar kemasan yang dipilih oleh responden. Berdasarkan jawaban responden mengenai warna dasar kemasan yang dipilih responden, yang ditunjukkan melalui bagan pada Gambar 9.17, ditemukan bahwa

mayoritas orang memilih warna dasar terang sebagai warna dasar kemasan, dengan persentase 63.6% dan sisanya 36.4% pada warna dasar gelap.

Menurut anda apakah perlu menggunakan ziplock untuk kemasan baru Lanting 88 Kebumen?
33 responses



Gambar 4. 16 Ziplock

Bagan diatas menunjukkan persentase penggunaan *ziplock* yang dipilih oleh responden. Berdasarkan jawaban responden mengenai penggunaan *ziplock* yang dipilih oleh responden, yang ditunjukkan melalui bagan pada Gambar 9.18, ditemukan bahwa mayoritas orang memilih menggunakan *ziplock* pada kemasan, dengan persentase responden setuju 90.9% dan sisanya 9.1% responden tidak setuju.

Selanjutnya adalah mengenai gambar atau ilustrasi pada kemasan yang diinginkan dan menarik bagi pelanggan yang dapat dilihat pada bagian lampiran.

c. Idea Evaluation

Setelah menyebarkan Kuesioner 1 yang terdapat pada bagian *opportunity recognition* dan pada lampiran kepada responden, didapati hasil berupa ide-ide yang digunakan dalam inovasi kemasan ini. Ide-ide tersebut adalah sebagai berikut:

1) Ide 1

- a. Material menggunakan aluminium foil
- b. Ukuran kemasan 18 x 20 cm
- c. Bentuk kemasan kemasan *chips*
- d. *Font* kemasan menggunakan *font 1*, yaitu *Adigiana Toybox*, *Bryndan Write*, dan *Chewy*
- e. Warna dasar menggunakan warna terang
- f. Kemasan tidak menggunakan *ziplock*

2) Ide 2

- a. Material kemasan menggunakan aluminium foil
- b. Ukuran kemasan 13 x 20 cm
- c. Bentuk kemasan *standing pouch*
- d. *Font* kemasan menggunakan *font 1*, yaitu *Adigiana Toybox*, *Bryndan Write*, dan *Chewy*
- e. Warna dasar kemasan menggunakan warna terang
- f. Kemasan menggunakan *ziplock*

3) Ide 3

- a. Material kemasan menggunakan kertas
- b. Ukuran kemasan 13 x 20 xm
- c. Bentuk kemasan *standing pouch*
- d. *Font* kemasan menggunakan *font 1*, yaitu *Adigiana Toybox*, *Bryndan Write*, dan *Chewy*
- e. Warna dasar kemasan menggunakan warna terang
- f. Kemasan menggunakan *ziplock*

Kemudian, berdasarkan ide-ide tersebut, dipilih satu ide tunggal yang mewakili ide mayoritas, yaitu yang mewakili seluruh

persepsi responden. Berikut adalah ide yang dipilih sebagai ide tunggal:

- 1) Material kemasan menggunakan aluminium foil
- 2) Ukuran kemasan 13 x 20 cm
- 3) Bentuk kemasan *standing pouch*
- 4) Font kemasan menggunakan font 1, yaitu *Adigiana Toybox*, *Bryndan Write*, dan *Chewy*
- 5) Warna dasar kemasan menggunakan warna terang
- 6) Kemasan dipasang *ziplock*

d. Development

Development merupakan tahapan di dalam penelitian ini yang dilakukan untuk menguji produk jadi ke pasar. Produk jadi ini merupakan kesimpulan persepsi responden yaitu konsumen lanting yang berada Kota Semarang yang pernah membeli dan mengonsumsi lanting), yang diperoleh melalui penyebaran Kuesioner 1. Kemudian, adapun proses *development* dilakukan dengan mendesain ide tunggal dari tahap idea evaluatuion dan menyebarkan kuesioner (kuesioner 2) kepada 33 responden. Berikut adalah desain kemasan berdasarkan ide tunggal yang telah dipilih:



Gambar 4. 17 Bagian Depan Desain Kemasan Baru



Gambar 4. 18 Bagian Belakang Desain Kemasan Baru

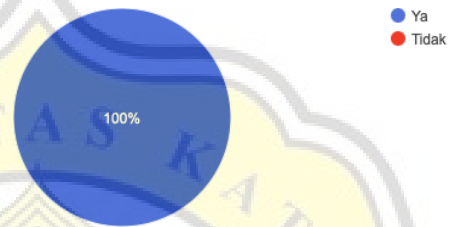
Penyebaran kuesioner bertujuan untuk mengetahui bagaimana kemasan lanting apakah dapat memenuhi persepsi awal responden. Kuesioner yang disebarakan tersebut terdiri dari item-item yang telah dilampirkan pada lampiran.

Adapun hasil kuesioner kedua juga ditampilkan dalam bentuk dan diagram dan terdiri dari data bahan (material), ukuran, bentuk,

jenis *font*, warna dasar, dan *ziplock*. Berikut adalah bagan persentase hasil penilaian responden:

Kemasan lanting menggunakan bahan/material aluminium foil. Menurut anda apakah bahan ini sudah termasuk aman dan bagus untuk digunakan pada kemasan lanting?

33 responses

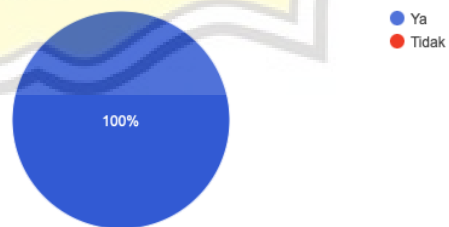


Gambar 4. 19 Bagan development process bahan/material kemasan lanting

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penyebaran kuesioner 2, diketahui seluruh responden setuju bahwa penggunaan material/bahan aluminium foil sudah bagus dan aman digunakan sebagai bahan/material kemasan lanting, sehingga persentase setuju menunjukkan 100%.

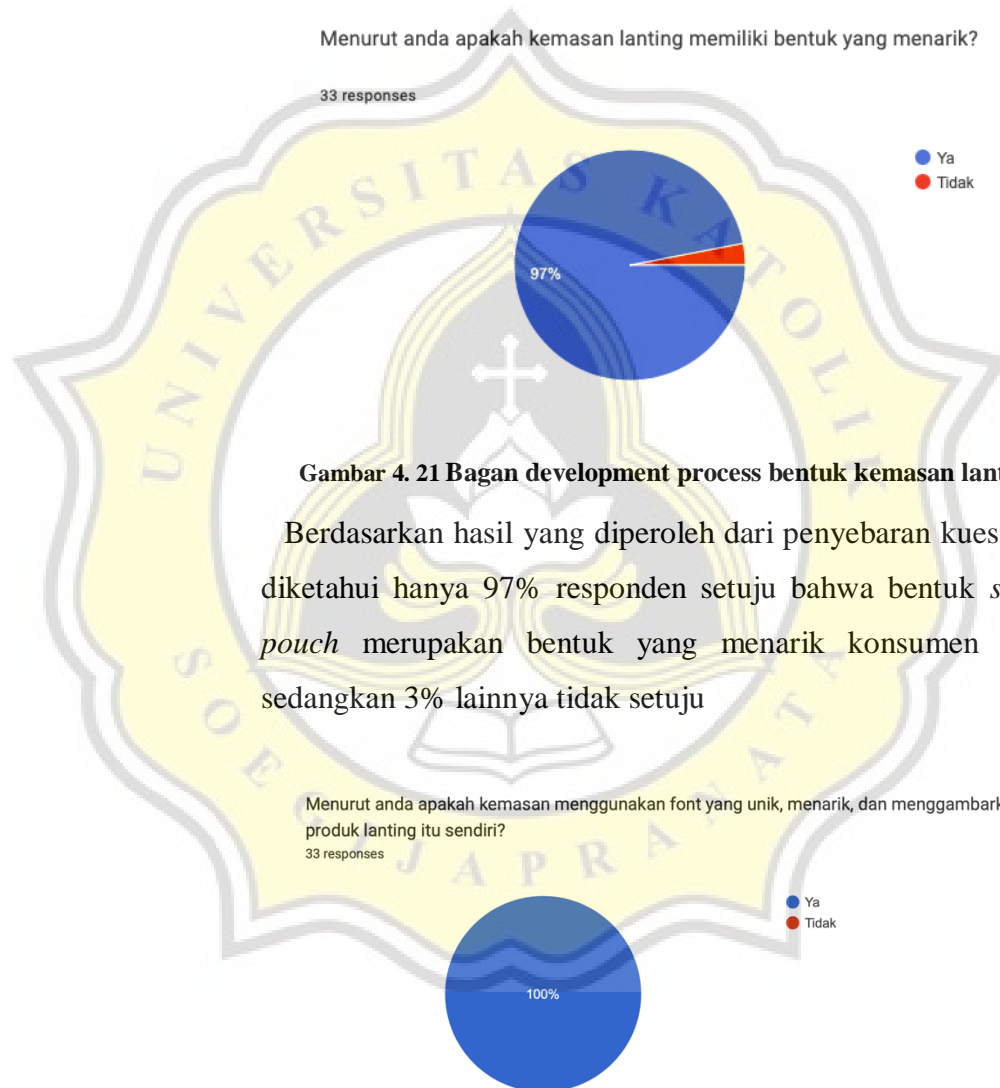
Menurut anda apakah kemasan lanting sudah menggunakan ukuran yang sesuai? (13 x 20 cm)

33 responses



Gambar 4. 20 Bagan development process ukuran kemasan lanting

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penyebaran kuesioner 2, diketahui seluruh responden setuju bahwa ukuran 13 x 20 cm merupakan ukuran yang sesuai untuk kemasan lanting, sehingga persentase juga menunjuk pada 100%.



Gambar 4. 21 Bagan development process bentuk kemasan lanting

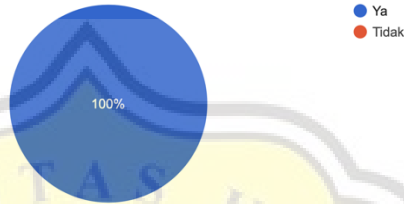
Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penyebaran kuesioner 2, diketahui hanya 97% responden setuju bahwa bentuk *standing pouch* merupakan bentuk yang menarik konsumen lanting, sedangkan 3% lainnya tidak setuju

Gambar 4. 22 Bagan development process font kemasan lanting

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penyebaran kuesioner 2, diketahui seluruh responden setuju pemilihan *font* kemasan

lanting yang baru menarik, unik, dan menggambarkan lanting itu sendiri, sehingga persentase setuju menunjukkan 100%.

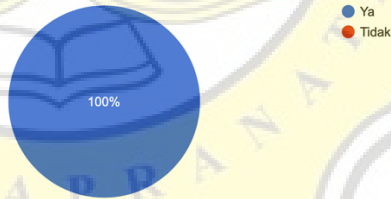
Menurut anda apakah kemasan menggunakan warna dasar yang menarik?
33 responses



Gambar 4. 23 Bagan development process warna dasar kemasan lanting

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penyebaran kuesioner 2, diketahui seluruh responden setuju bahwa warna dasar yang digunakan pada kemasan lanting yang baru menarik konsumen, sehingga persentase setuju menunjukkan 100%.

Menurut anda apakah penggunaan ziplock (kemasan klip) pada kemasan lanting membuat nyaman konsumen (mudah dibuka dan ditutup kembali)?
33 responses



Gambar 4. 24 Bagan development process ziplock kemasan lanting

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penyebaran kuesioner 2, diketahui seluruh responden setuju bahwa penggunaan *ziplock* pada kemasan lanting yang baru memudahkan konsumen dan membuat nyaman saat dibuka ataupun ditutup kembali, sehingga persentase setuju menunjukkan 100%.

e. Commercialization

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, tahap *commercialization* merupakan tahap perilisan produk kemasan ke pasar. Berdasarkan hasil tahap *development*, bisa disimpulkan bahwa kemasan baru produk lanting sudah bisa dilanjutkan pada tahap ini. Namun, sesuai dengan batasan masalah, hasil akhir inovasi produk lanting hanya sampai pada pembuatan prototype dan uji pasar.

