

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan latar belakang pada penelitian ini, Mie Ayam Happy perlu melakukan inovasi rasa terhadap produk mie ayamnya. Hal ini dapat diketahui dari persepsi konsumen yang merasa bahwa rasa yang dimiliki oleh Mie Ayam Happy hanyalah rasa-rasa klasik saja yang tidak berbeda dengan penjual mie ayam lain. Berdasarkan adanya masalah tersebut, maka inovasi perlu untuk dilakukan sehingga dapat menambah produk yang baru yang dapat membuat Mie Ayam Happy dapat bersaing di pasaran. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan proses inovasi secara keseluruhan maka dapat ditarik kesimpulan adalah sebagai berikut :

1. *Idea generation*

Merupakan tahap penggalan ide mengenai varian rasa dari mie ayam Mie Ayam Happy. Sebagian besar responden menginginkan rasa manis atau pedas untuk produk inovasi mie ayam. Ide varian bentuk adalah pipih dan tipis.

2. *Opportunity Recognition*

Adalah tahap untuk melihat peluang eksternal dan juga internal guna menghasilkan produk inovasi mie ayam. Dari hasil identifikasi peluang eksternal dan internal maka akan menghasilkan kriteria yang dapat digunakan untuk menyaring ide pada tahap selanjutnya. Kriteria yang didapat dari peluang eksternal adalah rasa yang diinginkan adalah mie

ayam sei, mie daging sapi dan mie udon kare ayam, harga jual sebesar Rp. 10.000- Rp 15.000 per produk mie ayam, penyajian tampilan Mie Ayam Happy secara lebih baik. Sedangkan kriteria internal yaitu bahan baku mudah didapatkan, memiliki harga bahan baku terjangkau dan memiliki kemampuan pengolahan bahan baku yang mudah.

3. *Idea Evaluation*

Adalah tahap penentuan sebuah ide yang telah dipilih untuk direalisasikan menjadi produk nyata. Pada tahap ini, ide yang ada akan diselaraskan dengan kriteria yang didapatkan di tahap *opportunity recognition* sehingga akan didapatkan tiga ide yaitu produk mie ayam daging sapi, mie ayam sambal matah dan mie udon kare ayam.

4. *Development*

Adalah tahap pengembangan produk inovasi Mie Ayam Happy dengan menciptakan produk yang sesuai dengan ide pada tahap *idea evaluation*. Pembuatan produk dilakukan dengan membuat desain awal, membuat *prototype*, lalu dilakukan uji *prototype* produk untuk mengetahui reaksi pasar, dimana didapatkan reaksi positif dari pasar terhadap produk inovasi mie ayam sambal matah. Kemudian diperlukan proses *redesign* karena produk inovasi mie ayam Pejuang walaupun mendapat reaksi pasar yang positif namun ada saran dan kritik dari responden sehingga perlu ditambahkan 1 cabe setan dalam sambal matah. Kemudian juga dilakukan perhitungan HPP pada produk akhir sebesar Rp 6.791 untuk menentukan

harga jual per unit produk. Harga jual yang ditetapkan adalah Rp 15.000,00 sehingga didapatkan profit sekitar 120,88%.

5. Komersialisasi

Seluruh responden merasa kualitas layanan Mie Ayam Happy dengan menggunakan aplikasi pemesanan online sudah baik, selain itu semua responden merasa bahwa mie ayam sambal matah sudah enak dan akan membeli kembali mie ayam rasa ini dari Mie Ayam Happy.

5.2 Saran

1. Saran untuk Mie Ayam Happy, agar hasil penelitian ini dapat dipasarkan secara online maka perlu untuk membuat mie ayam sambal matah dapat tetap enak walaupun dilakukan pengiriman jarak jauh.
2. Produk Mie Ayam Happy harus terus menerus mencoba untuk berinovasi dalam segi varian rasa misalnya seperti mie daging sapi namun dengan harga yang lebih terjangkau atau rasa lain seperti mie ayam teriyaki untuk meningkatkan ketertarikan dari calon konsumen.