

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Responden

Berdasarkan dari hasil penyebaran kuesioner kepada 30 responden es dawet Kampung Kali Semarang, diperoleh gambaran umum responden yang meliputi: usia, jenis kelamin, frekuensi kunjungan responden pada es dawet Kampung Kali, frekuensi responden mengkonsumsi dawet dalam 2 bulan terakhir, serta lokasi yang pernah dijumpai oleh responden untuk membeli minuman es dawet selain di Dawet Kampung Kali Semarang.

Tabel 4.1
Gambaran Umum Responden

No	Keterangan	Jumlah (orang)	Persentase
1.	Usia: a. 21-29 th b. 30-38 th c. 39-47 th e. 48-56 th	16 7 3 4	53,3 23,3 10 13,3
2.	Jenis kelamin a. Laki- Laki b. Perempuan	16 14	53,3 46,7
3.	Frekuensi mengunjungi dawet Kampung Kali Semarang dalam 2 bulan terakhir: a. 1 kali b. 2 kali c. > dari 2 kali	28 2	93,4 6,6
4.	Frekuensi mengkonsumsi dawet dalam 2 bulan terakhir: a. Pernah	30	100

	b. Tidak pernah		
5.	Lokasi yang dapat dijumpai dan membeli dawet selain di dawet Kampung Kali Semarang:		
	a. Pasar modern/ Mall	10	33,3
	b. Pasar tradisional	8	26,7
	c. Pedagang kakilima	12	40
	Total	30	100

Sumber: data primer diolah (2017)

Berdasarkan dari hasil tabel 4.1 mengenai segi usia, sebagian besar responden berusia antara 21-29 tahun yaitu ada 16 orang atau 53,33%, dan sebagian besar responden yang berpartisipasi pada penelitian mayoritas berjenis kelamin laki laki yaitu sebanyak 16 orang atau 53,3%. Dilihat dari frekuensi kunjungan ke es Dawet Kampung Kali Semarang, sebagian besar responden pernah berkunjung sebanyak 2x dan pernah mengonsumsi minuman dawet dalam dua bulan terakhir. Selanjutnya jika dilihat dari segi lokasi, sebagian besar responden pernah mengetahui dan membeli dawet dipedagang kakilima yaitu sebanyak 12 atau 40%.

4.2 Hasil Analisis Data dan Pembahasan

Pada bagian ini akan dilakukan analisis terhadap keempat tahap proses inovasi dawet dari segi isi dan rasa, yang meliputi tahap *Idea Generation*, *Opportunity Recognition*, *Idea Evaluation*, *Development*, *Commercialization*

4.2.1 Idea Generation

Tahap pertama pada *idea generation* yang bertujuan untuk mengetahui ide-ide inovasi dawet. Pada pencarian ide dilakukan dengan cara melakukan

observasi pada minuman es dawet di lingkungan sekitar Semarang Tengah dan Semarang Timur, pengamatan bahan pewarna yang digunakan pada dawet melalui internet. Berikut ini hasil tabel observasi pada lingkungan dan di internet

Tabel 4.2

Observasi Rasa dan Isi pada Minuman Dawet di Lingkungan Sekitar Semarang Tengah dan Semarang Timur

Tempat Makan	Bahan pewarna pada dawet	Rasa Dawet	Keterangan
Istana Mie Jl.Simpang Lima No.1, Pekunden,Semarang	Pewarna makanan buatan hijau	Plain	Penyajian isi es dawet terdiri dari: dawet hijau, air santan, nangka, kelapa, tape, alpukat
Dawet Kampung Kali Jl. Mayjen Sutoyo 69	Dari sari wortel	Plain	Penyajian isi es dawet terdiri dari: dawet, air santan, nangka,durian, gula jawa
Psr. Bugangan Jl. Bugangan	Dari agar – agar warna plain	Plain	Penyajian isi es dawet terdiri dari: dawet putih, air santan, nangka, tape, alpukat gula jawa.
Food Court Nasi Liwet Solo Jl Simpang Lima No.1, Pekunden,Semarang Tengah	Pewarna makanan buatan hijau	Plain	Penyajian isi es dawet: dawet hijau, air santan, mutiara, bubur sumsum, ketan, gula jawa

Sumber : Observasi penelitian (2016)

Tabel 4.3

Pengamatan Bahan Pewarna pada Dawet yang Dilakukan Peneliti Melalui Internet

No	Bahan tambahan pewarna yang digunakan pada dawet.
1.	Daun pandan
2.	Daun suji
3.	Arang merang
4.	Zat pewarna makanan buatan

Sumber: <https://cookpad.com/id/cari/resepPercent20dawet>

Berdasarkan hasil tabel 4.2 dan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa dawet yang ada dipasaran memiliki rasa plain (tidak berasa), isi kuah menggunakan santan, sedangkan bahan pewarna pada dawet sebatas dari daun pandan, daun suji, arang merang, dan zat pewarna makanan buatan. Selanjutnya selain melakukan pengamatan, tahap pencarian ide juga dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 30 konsumen es dawet Kampung Kali, hal ini bertujuan untuk menghasilkan ide- ide yang dapat dikembangkan menjadi sebuah inovasi dawet dari segi isi dan rasa .

Pada pengambilan responden di tempat tersebut dikarenakan penjual minuman es dawet Kampung Kali sudah terkenal sampai masuk kedalam berita koran Kompas. Berikut ini adalah tabel tahap *idea generation* bertujuan untuk menggali ide terhadap produk inovasi dari rasa dawet, isi kuah, kemasan produk, serta pengetahuan responden akan inovasi dawet yang sudah diketahui.

Tabel 4.4

Hasil Tanggapan Responden pada Tahap *Idea Generation*

No	Keterangan	Jumlah (orang)	Persentase
1	Jika dilakukan inovasi dari segi rasa dawetnya, rasa apa yang diinginkan untuk diolah pada dawet		
	a. teh hijau	12	40
	b. coklat	2	6,7
	c. strawberry	2	6,7
	d. mangga	3	10
	e. pisang	2	6,7
	f. melon	1	3,3
	g. mocha	5	16,7
	h. kurma	1	3,3
	i. alpukat	1	3,3
	j. vanili	1	3,3
	Total	30	100
2.	Apa alasan anda memilih rasa dawet tersebut?		
	a. teh hijau		
	- menyukai rasa teh hijau	4	33,3
	- belum pernah ada	2	16,7
	- rasanya lebih cocok	1	8,3
	- teh hijau mengandung antioksidan bagus untuk kesehatan	1	8,3
	- rasanya lebih enak	1	8,3
	- rasanya khas dan unik	2	16,7
	- kandungan teh hijau bagus	1	8,3
	Total	12	100
	b. coklat		
	- menyukai rasanya	2	100
	c. strawberry		
	- rasanya masam sehingga akan unik	1	50
	- menyehatkan karena dari buah	1	50
	Total	2	100
	d. mangga		
	- rasanya masam dan manis	1	33,4
	- menyukai rasanya	1	33,3
	- rasanya enak	1	33,3
Total	3	100	
e. pisang			
- belum pernah ada	1	50	
- bagus untuk jantung	1	50	
Total	2	100	

	f. melon - aromanya khas	1	100
	g. mocha - belum pernah ada - menyukai rasanya - rasanya enak - rasanya nikmat	1 2 1 1	20 40 20 20
	Total	5	100
	h. kurma - rasanya manis dan menyehatkan	1	100
	i. alpukat - rasanya cenderung netral dan bagus untuk kesehatan	1	100
	j. vanili - belum pernah ada	1	100
3.	Jika dilakukan inovasi dari segi isi kuah, isi kuah apa yang diinginkan untuk diolah pada kuah dawet: a. krimer b. air kelapa c. susu kedelai	18 2 10	60 6,7 33,3
	Total	30	100
4.	Apa alasan anda memilih isi kuah dawet tersebut? a. krimer - alergi terhadap susu - rasa krimer hambar sehingga dapat sesuai -rasanya ringan sehingga dapat berbaur - lebih menyehatkan daripada santan - lebih cocok - cocok dengan dawet teh hijau - rasanya gurih - rasanya tidak eneg	1 3 1 3 5 2 2 1	5,6 16,7 5,5 16,7 27,8 11,1 11,1 5,6
	Total	18	100
	b. air kelapa - belum pernah ada dan rasanya menyegarkan - alami	1 1	50 50
	Total	2	100
	c. susu kedelai - belum pernah ada dan ingin mencoba - rasa pisang dan susu kedelai akan cocok - mungkin akan menarik jika dawet rasa mangga dengan kuah susu kedelai	1 1 1	10 10 10

	- susu kedelai menyehatkan	6	60
	- susu kedelai banyak manfaat	1	10
	Total	10	100
6.	Kemasan yang cocok untuk inovasi dawet: a. gelas cup	30	100
7.	Pernah menjumpai inovasi dawet: a. dari segi rasa b. dari segi isi kuah c. tidak pernah menjumpai d. dari segi warna yaitu dawet ireng	- - 27 3	- - 90 10
	Total	30	100

Sumber: data primer diolah (2017)

Berdasarkan dari tabel 4.4 dapat diketahui terdapat banyak ide rasa dawet yang telah didapatkan dari responden yang terdiri dari rasa teh hijau (40%), coklat (6,7%), strawberry (6,7%), mangga (10%), pisang (6,7%), melon (3,3%), mocha (16,7%), kurma (3,3%), alpukat (3,3%), dan vanili (3,3%). Dari beberapa ide rasa dawet yang telah didapatkan dari responden, maka peneliti mengambil dua ide tertinggi yang mana sudah mewakili jumlah suara terbanyak dari responden dan berikut adalah tabel dua ide rasa dawet yang tertinggi.

Tabel. 4.5
Hasil Ide Rasa Dawet yang Memiliki Peringkat Tertinggi

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1.	Ide rasa teh hijau	12	40
2.	Ide rasa mocha	5	16,7

Dari hasil tabel 4.5 dapat diketahui bahwa kedua ide rasa tersebut memiliki jumlah frekuensi tertinggi jika dibandingkan dengan rasa lainnya. Adapun alasan responden memilih ide rasa teh hijau yaitu menyukai rasanya, belum pernah ada, teh hijau mengandung antioksidan yang bagus untuk

kesehatan. Kemudian alasan responden memilih ide rasa mocha karena menyukai rasanya, rasanya nikmat, belum pernah ada.

Selanjutnya dari segi isi kuah, juga dapat didapatkan berbagai ide kuah yang berasal dari responden yaitu krimer (60%), air kelapa (6,7%), dan susu kedelai (33,3%). Dari beberapa ide kuah yang sudah didapatkan dari responden, maka peneliti mengambil dua ide tertinggi yang mana sudah mewakili jumlah suara terbanyak dari responden yaitu ide kuah yaitu krimer dan kuah susu kedelai. Berikut adalah hasil dari kedua ide tertinggi dari segi isi.

Tabel 4.6
Hasil Isi Kuah Dawet yang Memiliki Peringkat Tertinggi

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1.	Ide kuah krimer	18	60
2.	Ide kuah susu kedelai	10	33,3

Pada tabel 4.6 dapat diketahui dua ide kuah tersebut memiliki frekuensi lebih banyak dibandingkan kuah lainnya. Dimana alasan responden memilih ide kuah krimer karena terdapat alergi terhadap produk susu, rasanya hambar sehingga dapat menyatu, lebih menyehatkan daripada santan. Selanjutnya pada ide kemasan produk inovasi, sebagian besar responden memilih menggunakan gelas cup yaitu sebanyak 30 orang atau 100%, serta sebagian besar responden berpendapat tidak pernah menjumpai inovasi dawet baik dari segi rasa, isi kuah. (90%).

Kesimpulan yang didapat pada tahap *idea generation* yang diperoleh sebagai berikut:

- a. Sebagian besar responden menginginkan variasi baru rasa dawet teh hijau dan mocha untuk inovasi dawet dari segi rasa.
- b. Sebagian besar responden menginginkan variasi baru isi kuah dawet dari krimmer dan susu kedelai untuk inovasi dawet dari segi isi.
- c. Seluruh responden berpendapat kemasan yang cocok untuk produk inovasi dawet ini berupa gelas cup.
- d. Sebagian besar responden berpendapat tidak pernah menjumpai inovasi dawet baik dari segi rasa, isi kuah.

4.2.2 Opportunity Recognition

Pada tahap kedua adalah *opportunity recognition* yang bertujuan untuk mengenali peluang dalam melakukan inovasi dawet dari segi isi dan rasa dengan cara melihat peluang eksternal, mengidentifikasi kapabilitas internal mengenai teknik pembuatan dan ketersediaan bahan dasar. Berikut adalah penilaian faktor eksternal dari hasil kuesioner yang telah dibagikan kepada 30 konsumen minuman es Dawet Kampung Kali Semarang dengan tujuan untuk mendapatkan kesempatan dalam pengembangan inovasi dawet dari segi isi dan rasa.

Tabel 4.7

Tanggapan Responden pada Tahap Opportunity Recognition

No	Keterangan	Jumlah (orang)	Persentase
1.	Jika inovasi dawet dari segi rasa direalisasikan ke pasar, dawet rasa apa yang lebih diminati oleh anda:		
	a. teh hijau	22	73,3
	b. mocha	8	26,7
	Total	30	100
2.	Jika inovasi dawet dari segi isi direalisasikan ke pasar, isi kuah apa yang lebih diminati oleh anda:		
	a. krimer	23	76,7
	b. susu kedelai	7	23,3
	Total	30	100
3.	Jika produk inovasi dawet dari segi isi dan rasa direalisasikan, apakah anda tertarik untuk membeli dan mengkonsumsi?		
	a. ya	30	100
	b. tidak	-	-
4.	Jika direalisasikan, kemasan produk yang sesuai untuk inovasi dawet:		
	a. gelas cup	30	100
5.	Tekstur dawet yang lebih disukai:		
	a. kenyal	30	100
	b. keras	-	-
6.	Alasan pemilihan gelas cup plastik:		
	a. Mudah untuk dibawa	23	76,7
	b. Mudah untuk dikonsumsi	7	23,3
	Total	30	100

Sumber: data primer diolah (2017)

Dari tabel tersebut dapat diketahui dari jawaban responden pada tahap *opportunity recognition* yang diperoleh hasil bahwa ide rasa dawet teh hijau lebih memiliki peluang dipasarkan dibandingkan dengan ide rasa mocha, hal ini dilihat dari respon responden yang sebagian besar responden lebih memilih teh hijau (73,3%) jika inovasi dawet dari segi rasa ini akan direalisasikan. Selanjutnya

untuk ide isi kuah, dimana ide kuah krimer lebih memiliki peluang dipasarkan karena sebagian besar responden lebih memilih kuah dengan krimer (76,7%) dari pada susu kedelai. Kemudian, seluruh responden (100%) merasa tertarik untuk membeli dan mengkonsumsi jika inovasi dawet dari segi isi dan rasa direalisasikan, pada tekstur dawet, mayoritas responden menginginkan dawet bertekstur kenyal (100%), serta memilih kemasan berupa gelas cup plastik (100%) dengan asumsi karena dapat mudah untuk dibawa(76,7%).

Setelah melakukan penilaian eksternal, kemudian dilakukan penilaian internal yang berkaitan dengan kapabilitas dari pembuatan terhadap kedua ide inovasi dawet dari segi isi kuah dan rasa yang telah didapatkan di tahap *idea generation*. Berikut adalah penjelasan mengenai ketersediaan bahan baku, harga bahan baku serta kemampuan teknis dalam pengolahan bahan baku.

Tabel 4.8
Hasil Penilaian Internal

No.	Keterangan	Ketersediaan Bahan Baku dan Biaya	Kemampuan Teknik
1.	Ide rasa teh hijau	- Bahan baku tersedia dan harga cukup terjangkau yaitu Rp 17.000/ 250grm	- Kemampuan teknik dalam pengolahan bahan baku cukup mudah dan tidak menemukan kendala.
2.	Ide rasa mocha	- Bahan baku tersedia dan harga cukup terjangkau yaitu Rp 4000/ 30ml	- Kemampuan teknik dalam pengolahan bahan baku cukup mudah dan tidak menemukan kendala.
3.	Ide isi kuah krimer	- Bahan baku tersedia dan harga cukup terjangkau yaitu Rp20.000/1750grm	- Kemampuan teknik dalam pengolahan bahan baku cukup

			mudah dan tidak menemukan kendala.
4.	Ide isi kuah susu kedelai	- Bahan baku tersedia dan harga cukup terjangkau yaitu Rp 10.000/ 1 liter	- Kemampuan teknik dalam pengolahan bahan baku cukup mudah dan tidak menemukan kendala.

Sumber: data primer diolah (2017)

Dari hasil tabel 4.8 dapat diketahui bahwa pada proses pembuatan dari ide inovasi dari segi isi dan rasa tidak ada kendala dan cukup mudah. Kemudian dari segi bahan baku dalam membuat rasa teh hijau dan rasa mocha, bahan baku cukup mudah untuk didapatkan dengan harga terjangkau. Dari segi isi kuah yaitu krim dan susu kedelai, bahan baku juga cukup mudah untuk didapatkan dengan harga cukup terjangkau. Dari hasil identifikasi peluang eksternal dan internal, maka didapatkan kriteria – kriteria yang akan digunakan untuk menyaring ide di tahap *idea evaluation*. Berikut kriteria yang didapatkan pada tahap *opportunity recognition*:

a. Kriteria eksternal

- Rasa dawet yang di minati oleh masyarakat adalah dawet rasa teh hijau
- Isi kuah yang di minati oleh masyarakat adalah isi kuah krim
- Penggunaan kemasan inovasi dawet menggunakan gelas cup dengan alasan kemudahan untuk dibawa.
- Tekstur dawet yang disukai memiliki tekstur kenyal.

b. Kriteria internal

- Bahan baku mudah didapatkan di toko bahan roti, mall maupun pasar tradisional.
- Harga bahan baku cukup terjangkau.
- Kemampuan teknik dalam pengolahan bahan baku cukup mudah dan tidak ada kendala.

4.2.3 Idea Evaluation

Tahap berikutnya adalah tahap *idea evaluation* yang bertujuan untuk mengevaluasi ide tertinggi dari segi rasa dan isi yang telah didapatkan pada tahap *idea generation* dengan kriteria yang telah didapatkan pada tahap *opportunity recognition*, agar dapat menentukan ide mana yang layak dan lolos untuk dijadikan sebagai ide tunggal dalam membangun produk inovasi dawet dari segi isi dan rasa yang nantinya dapat dikomersialkan.

Tabel 4.9
Evaluasi Ide

Ide Tertinggi	Kriteria Eksternal	Kriteria Internal	Keterangan
- Teh hijau	- Teh hijau	- Bahan baku mudah untuk didapatkan dengan harga yang terjangkau - Kemampuan teknik dalam mengolah bahan baku cukup mudah	- Ide dapat dilanjutkan, karena selaras dengan kriteria eksternal dan internal
- Mocha			- Ide tidak dapat dilanjutkan karena tidak selaras dengan kriteria eksternal

Ide Tertinggi	Kriteria Eksternal	Kriteria Internal	Keterangan
- Krimer	- Krimer	- Bahan baku mudah untuk didapatkan dengan harga yang terjangkau - Kemampuan teknik dalam mengolah bahan baku cukup mudah	- Ide dapat dilanjutkan karena selaras dengan kriteria eksternal dan kriteria internal
- Susu kedelai			- Ide tidak dapat dilanjutkan karena tidak selaras dengan kapabilitas eksternal

Sumber: data primer diolah (2017)

Berdasarkan tabel 4.9 tentang evaluasi ide, dapat diketahui bahwa ide rasa teh hijau selaras dengan kapabilitas internal yaitu dimana bahan baku teh hijau mudah didapatkan dan kemampuan teknis dalam mengolah bahan baku cukup mudah dan tidak menemukan kendala. Sedangkan pada ide kuah krimer juga selaras dengan kapabilitas internal dimana bahan baku mudah didapatkan dengan harga cukup terjangkau dan kapabilitas dalam mengolah bahan baku cukup mudah.

Tabel 4.10

Crosstabulation Rasa Dawet dan Isi Kuah Dawet yang Diminati Responden

Rasa Dawet	Isi Kuah		Jumlah	Persentase
	Krimer	Susu Kedelai		
Teh hijau	18	4	22	73,3
Mocha	5	3	8	26,7
Total	23	7	30	100

Sumber: data primer diolah (2017)

Jika dilihat dari hasil tabel 4.10 dapat diketahui bahwa ide rasa dan ide kuah dawet yang diminati oleh responden yaitu dawet rasa teh hijau dengan kuah krimer. Maka dapat disimpulkan bahwa ide tunggal yang lolos pada penelitian ini yaitu dawet rasa teh hijau dengan kuah krimer.

4.2.4 Development

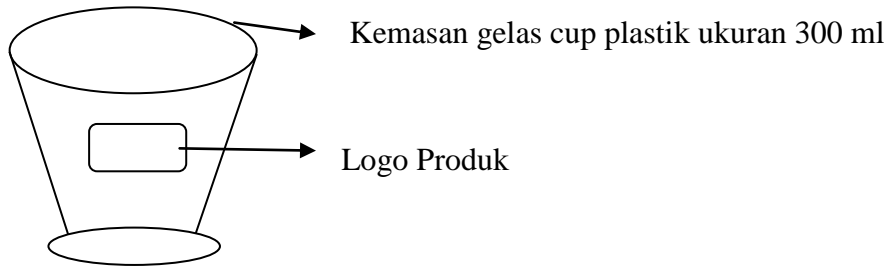
Tahap *development* ini merupakan proses untuk pengembangan produk dari hasil ide tunggal yang telah didapatkan dan selanjutnya dikembangkan menjadi produk akhir yang nantinya dapat komersialkan. Dalam tahap ini dilakukan pengembangan produk berdasarkan dari ide tunggal dan kriteria yang telah diperoleh dari responden.

4.2.4.1 Desain awal

Pada tahap *development* langkah pertama yaitu melakukan desain produk awal terlebih dahulu dengan berdasarkan dari kriteria-kriteria yang sudah didapatkan sebagai berikut:

- a. Rasa dawet adalah teh hijau
- b. Tekstur dawet kenyal
- c. Isi kuah dawet adalah krimer.
- d. Penggunaan kemasan dengan gelas cup plastik.

Desain awal inovasi dawet:



Gambar 4.1 Desain Awal Kemasan



Gambar 4.2 Logo Produk

4.2.4.2 Pembuatan *Prototype*

Selanjutnya dilakukan pembuatan produk inovasi dan berikut adalah tabel yang terdiri dari bahan baku, peralatan dan proses pembuatan inovasi dawet.

Tabel 4.11

Bahan Baku dan Peralatan dalam Proses Pembuatan Dawet Rasa Teh Hijau dengan Kuah Krimer

Bahan Baku	Penggunaan	Peralatan	Jumlah
Tepung beras	200grm	Baskom	2
Tepung tapioka	100grm	Wajan	1
Bubuk teh hijau	4 sendok teh	Spatula	1
Air	3750ml	Plastik butter cream	1
Gula jawa	1 kg	Kompor gas	1
Es batu	20 biji	LPG	1
Krimer	800grm	Gelas cup dan sedotan	30

Sumber: data primer diolah (2017)

Tabel 4.12

Proses Pembuatan Dawet Rasa Teh Hijau dengan Kuah Krimer

No	Keterangan
1.	Campurkan tepung beras 200grm, tepung tapioka 100grm, 4 sendok teh bubuk teh hijau, dan air 750 kedalam satu wadah.
2.	Setelah tercampur menjadi satu adonan, masak dengan api kecil.
3.	Masak adonan hingga mengental.
4.	Diamkan sebentar adonan dawet hingga tidak panas. Sambil menunggu adonan, siapkan es batu dan air didalam satu wadah.
5.	Masukan adonan dawet kedalam cetakan plastik butter cream, dan cetak adonan dawet.
6.	Untuk pembuatan krimer, campurkan 800grm krimer dan 3 liter kedalam satu wadah. Kemudian masak sampai matang.

Sumber: data primer diolah (2017)



Gambar 4.3 Bahan Baku Pembuatan Dawet Teh Hijau



Gambar 4.4 Campur Bahan Baku Dawet menjadi Satu Adonan.



Gambar 4.5 Adonan Dawet Sudah Jadi.



Gambar. 4.6 Cetak Adonan dengan Butter Cream.



Gambar 4.7 Hasil Dawet Rasa Teh Hijau



Gambar 4.8 Produk Hasil



Gambar 4.9 Bahan Baku Krimer



Gambar 4.10 Kuah Krimer

Setelah dilakukan pengembangan terhadap dawet rasa teh hijau dengan kuah krimer, kemudian dilakukan uji reaksi atas produk inovasi kepada 30 orang responden yang sama dengan cara membagikan kuesioner. Berikut adalah tabel hasil uji reaksi yang diperoleh dari responden.

Tabel 4.13

Hasil Uji coba Produk Inovasi terhadap Responden

No.	Keterangan	Jumlah (orang)	Persentase
1.	Bagaimana rasa inovasi minuman dawet teh hijau yang ditawarkan? a. Enak b. Kurang enak c. Tidak enak	27 3 -	90 10 -
2.	Apakah anda menyukai inovasi minuman dawet ini? a. Ya b. Tidak	27 3	90 10
3.	Ketika anda mencoba, apakah rasa teh hijau pada dawet masih ada? a. Ada b. Sedang c. Tidak ada	30 - -	100 - -
4.	Apakah rasa kuah krimer yang ditawarkan memiliki perbedaan jauh dengan isi kuah dawet yang ada dipasaran? a. Ya b. Tidak	23 7	76,7 23,3
5.	Apakah rasa yang ditawarkan memiliki perbedaan jauh dengan dawet yang ada dipasaran? a. Ya b. Tidak	30 -	100 -
6.	Apakah ada yang masih kurang dari inovasi minuman dawet ini? a. Kurang kenyal b. Kuah dawet kurang manis c. Tidak ada	3 6 21	10 20 70
	Total	30	100

Sumber: data primer diolah (2017)



Gambar 4.11 Uji Reaksi Produk Inovasi kepada Responden

Berdasarkan dari hasil uji reaksi produk inovasi kepada konsumen, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berpendapat bahwa rasa inovasi dawet teh hijau dengan kuah krimer memiliki rasa yang enak (90%) dan juga sebagian responden menyukai produk inovasi dawet rasa teh hijau dengan kuah krimer (90%).

Dilihat dari segi perbedaan rasa kuah dari krimer, sebagian besar responden berpendapat bahwa rasa kuah yang ditawarkan memiliki perbedaan (76,7%), sedangkan pada rasa dawetnya sendiri, seluruh responden berpendapat bahwa rasa dawet teh hijau yang ditawarkan pada produk inovasi ini memiliki perbedaan (100%) dengan dawet yang sudah ada atau terdapat dipasar.

Dari segi tekstur dawetnya sendiri, mayoritas responden berpendapat tidak ada kekurangan pada dawet tersebut (70%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dari hasil uji reaksi pasar mendapat respon yang cukup baik, maka tidak perlu dilakukan perbaikan lagi pada produk.

Disisi lain mengenai umur produk inovasi ini dapat bertahan selama 2 hari bila masuk kedalam lemari pendingin. Hal ini dikarenakan proses pembuatan dawet tidak menggunakan bahan pengawet. Setelah melakukan tahap uji reaksi pasar, maka akan dilakukan perhitungan HPP yang bertujuan untuk menentukan harga jual produk inovasi. Berikut rincian perhitungan HPP:

Tabel 4.14

Perhitungan Biaya Bahan Baku Inovasi Dawet Rasa Teh Hijau dengan Kuah Krimer.

No	Bahan Baku	Penggunaan	Keterangan	Total (30 gelas cup)
1.	Tepung beras	200grm	Rp 6.000/500grm	Rp 2.400
2.	Tepung tapioka	100grm	Rp 6.700/500grm	Rp 1.340
3.	Bubuk teh hijau	4 sendok teh	Rp 17.000/250grm	Rp 272
4.	Air	3750ml	Rp 5.000/19liter	Rp 986
5.	Gula jawa	500grm	Rp 13000/ 1kg	Rp 6.500
6.	Es batu	20	Rp 1500	Rp 30.000
7.	Krimer	800	Rp20.000/1.250grm	Rp 12.800
	Total			Rp 54.298

Sumber: data primer diolah (2017)

Tabel 4.15

Perhitungan Biaya Overhead (per produksi) Inovasi Dawet Rasa Teh Hijau dengan Kuah Krimer

No	Keterangan	Penggunaan	Keterangan	Total (30 gelas cup)
1.	LPG	26	Rp 17.500/5kg	Rp 673
2.	Gelas cup dan sedotan	30 gelas cup dan sedotan	Rp 17.000/50 biji	Rp 10.200
3.	Transportasi	1 liter	Rp 6.550	Rp 6.550
	Total			R 17.423

Sumber: data primer diolah (2017)

Tabel 4.16

Biaya Tenaga Kerja Langsung

Keterangan	Proses Produksi	Gaji per Hari	Gaji per Bulan
Tenaga produksi	30 gelas cup	Rp 37.500	Rp 975.000

Sumber: data primer diolah (2017)

Perhitungan HPP Inovasi Dawet Rasa Teh Hijau dengan Kuah Krimer.

Biaya bahan baku (30 gelas cup)	= Rp 54.298
Biaya overhead	= Rp 17.423
Biaya tenaga kerja langsung	= Rp 37.500
Jumlah HPP	= Rp 109.221
Jumlah HPP per gelas	= Rp 3.640
Margin yang diinginkan (35%)	= Rp 1.274
Harga jual per gelas	= Rp 4.914

Dari hasil perhitungan dapat diketahui total harga pokok produksi yang dikeluarkan sebesar Rp 109.212 untuk produksi 30 gelas cup minuman dawet. Dengan rincian biaya yang dikeluarkan meliputi biaya bahan baku sebesar Rp54.298, biaya overhead sebesar Rp 17.423, dan biaya tenaga kerja langsung Rp37.500. Untuk harga jual produk inovasinya sendiri per gelas sebesar Rp4.914 dengan keuntungan yang diperoleh sebesar 35% dari HPP per 30 gelas

Pada biaya tenaga kerja langsung satu orang karyawan sebesar Rp 975.000 dengan rincian gaji/hari sebesar Rp 37.500 dengan untuk 30 gelas cup dawet. Namun apabila dalam satu hari diasumsikan dapat memproduksi dan menjual 60

gelas cup dawet maka gaji/ bulan sebesar Rp 1.950.000 dengan rincian gaji/hari sebesar Rp 75.000.

4.2.5 Commercialization

Commercialization merupakan tahap untuk menemukan cara dalam mengenalkan atau memasarkan produk inovasi minuman dawet kepada calon konsumen atau pasar yaitu dengan melihat hasil ide tanggapan dari responden mengenai lokasi penjualan, media atau cara penjualan produk ini. Berikut adalah tabel mengenai saran dari responden mengenai media dan lokasi tentang penjualan inovasi dawet rasa teh hijau dengan kuah krim

Tabel 4.17
Pendapat Responden tentang Media Pemasaran dan Lokasi Penjualan Produk Inovasi

No	Keterangan	Jumlah (orang)	Persentase
1.	Media apa yang dapat memungkinkan untuk mengenalkan inovasi dawet dari isi dan rasa?		
	a. media sosial	25	83,3
	b. brousur	5	16,7
2.	Apakah anda memiliki saran tentang lokasi atau tempat berjualan produk inovasi dawet ini?		
	a. area sekolah atau kampus	18	60
	b.semawis	4	13,3
	c. cfd	5	16,7
	d. foodcort mall	3	10
	Total	30	100

Sumber: data primer diolah (2017)

Dari hasil tabel 4.17 dapat diketahui, sebagian besar responden berpendapat bahwa cara untuk mengenalkan produk inovasi dengan menggunakan media sosial (83,3%), hal dikarenakan media sosial merupakan alat yang paling efektif dan efisien. Sedangkan untuk lokasi penjualan produk, sebagian besar responden berpendapat untuk berjualan di sekitar area sekolah, ataupun kampus (60%). Alasan pemilihan lokasi tersebut dikarenakan teh hijau sendiri merupakan minuman yang sedang trend dan banyak anak muda yang menyukainya, sehingga secara tidak langsung dapat menjadi daya tarik.

