

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan secara keseluruhan pada bagian sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan bahwa proses inovasi dawet dari segi isi kuah dan rasa sebagai berikut:

1. *Ide Generation*

Ide generation adalah tahap untuk pencarian ide – ide inovasi. Pada tahap pencarian ide inovasi, ide muncul pertama kali dari penulis yang sebelumnya melakukan observasi kepada penjual minuman es dawet di lingkungan sekitar kota Semarang Tengah dan Semarang Timur, dan pengamatan bahan pewarna yang digunakan pada dawet melalui internet, yang mendapatkan hasil bahwa dawet memiliki rasa plain dan kuah dawet berasal menggunakan santan. Selanjutnya penulis membuat ide inovasi yaitu inovasi dawet dari segi isi dan rasa. Selain melakukan pengamatan, penulis juga membagikan kuesioner kepada 30 konsumen minuman es Dawet Kampung Kali Semarang untuk mendapatkan ide- ide yang berpotensi untuk dikembangkan pada inovasi dawet dari segi isi dan rasa. Setelah mendapat beberapa ide rasa dan ide kuah yang telah didapatkan dari responden, maka peneliti mengambil dua ide rasa dan ide kuah yang tertinggi yaitu ide rasa teh hijau dan mocha sedangkan ide kuah yaitu krim dan susu kedelai.

2. *Opportunity Recognition*

Opportunity recognition adalah tahap untuk mengenali peluang dari ide inovasi. Pada proses mengenali peluang, dilakukan dengan cara melakukan penilaian eksternal yaitu menganalisis jawaban responden atas kuesioner yang telah dibagikan, serta melihat penilaian kapabilitas internal dari bahan dasar dan teknis pembuatan. Selanjutnya diperoleh hasil yaitu, ide rasa dawet teh hijau dan mocha yang mendapatkan respon terbaik dan ide isi kuah krim dan susu kedelai.

3. *Ide Evaluation*

Ide evaluation adalah tahap untuk mengevaluasi peluang dari dua ide inovasi dari segi isi dan rasa yang sudah didapatkan. Ide yang telah didapatkan pada tahap sebelumnya diselaraskan dengan kapabilitas internal yaitu bahan dasar, teknis dalam membuat inovasi dawet dari segi isi kuah dan rasa, dan peluang ide yang lolos yaitu dawet rasa teh hijau dengan kuah krim.

4. *Development*

Development adalah tahap pembuatan produk inovasi dengan membuat produk awal dari hasil ide tunggal dan kriteria yang telah didapatkan sebelumnya. Produk inovasi awal yang telah dibuat kemudian dilakukan uji reaksi pasar kepada responden untuk mengetahui respon dari responden akan produk awal inovasi tersebut. Setelah dilakukan uji reaksi pasar kepada responden, dapat diketahui hasil respon responden cukup baik, maka dari itu tidak perlu dilakukan perbaikan produk. Pada tahap

development selain melakukan pembuatan produk, juga dilakukan perhitungan HPP atas produk inovasi ini yang bertujuan untuk menentukan harga jual produk inovasi.

5. *Commercialization*

Comercialization adalah tahap untuk menemukan cara dalam memasarkan atau mengenalkan dawet teh hijau dengan kuah krimer ke pasar maupun konsumen. Pemasaran produk inovasi dapat dilakukan dengan berjualan di area sekitar sekolah maupun kampus. Hal ini dikarenakan teh hijau sendiri sedang trend dan penggemar rasa teh hijau kebanyakan berasal dari golongan anak muda. Sehingga dengan berjualan di area sekolah atau kampus dapat menjadi daya tarik bagi konsumen. Untuk media pemasaran dalam mempromosikan produk inovasi ini dapat digunakan media sosial, karena media sosial merupakan alat promosi yang efektif dan efisien.

5.2 **Saran**

Adapun beberapa saran dalam penelitian ini pertama yaitu diberikan tambahan pada komposisi sirup gula pada minuman dawet agar rasanya lebih manis, kedua untuk minuman dawet teh hijau dengan kuah krimer dapat diberikan tambahan pelengkap seperti nangka, tape ataupun buah durian, agar minuman dawet teh hijau dapat menjadi lebih menarik dan nikmat. Ketiga yaitu jika produk inovasi dawet rasa teh hijau dengan kuah krimer nantinya sudah direalisasikan dipasar, sebaiknya minuman dawet teh hijau dengan kuah krimer harus memiliki merk nama yang lebih menarik lagi, agar dapat dikenal dan menjadi daya tarik bagi para konsumen potensial.