

YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM DAERAH RIAU

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

ANALISIS INOVASI PRODUK KACANG PUKUL MEREK HH

BAGAN SIAPI-API KABUPATEN ROKAN HILIR

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu
Bidang Ilmu Sosial Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis
Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Islam Riau



KUSTIATI

NPM : 167210116

JURUSAN ADMINISTRASI

PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS

PEKANBARU

2020

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

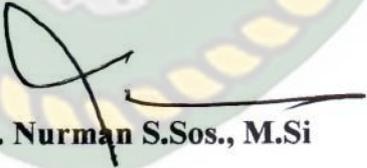
PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Kustiati
NPM : 167210116
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)
Judul Skripsi : Analisis Inovasi Produk Kacang Pukul Merek HH Bagan
Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir

Format sistematika dan pembahasan materi masing-masing bab dan sub-bab dalam skripsi ini, telah di pelajari dan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan normatif dan kriteria metode penelitian ilmiah, oleh karena itu dinilai layak serta dapat disetujui untuk diuji dalam sidang ujian konferhensif.

Pekanbaru, 21 April 2020

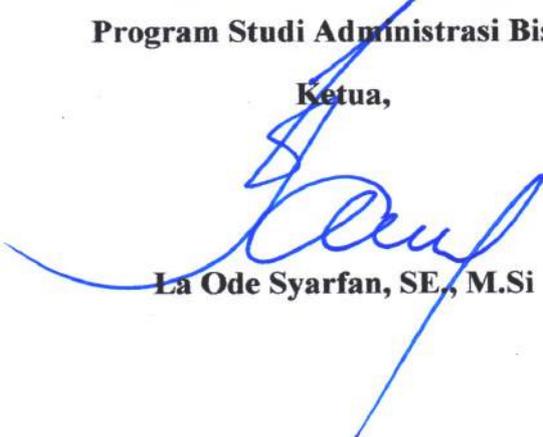
Pembimbing


Dr. Nurman S.Sos., M.Si

Turut menyetujui

Program Studi Administrasi Bisnis

Ketua,


La Ode Syarfan, SE., M.Si

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Nama : Kustiati
NPM : 167210116
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)
Judul Skripsi : Analisis Inovasi Produk Kacang Pukul Merek HH Bagan
Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir

Naskah skripsi ini secara keseluruhan dinilai, relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan metode penulisan karya ilmiah, oleh karena itu Tim Penguji Ujian Konferehensif Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dapat menyetujui dan menerimanya untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana.

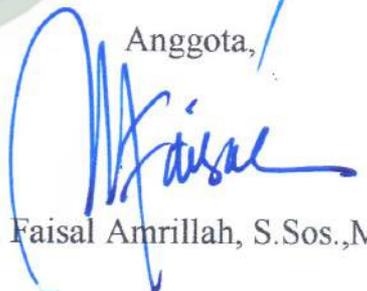
Ketua,


Dr. Nurman S.Sos., M.Si

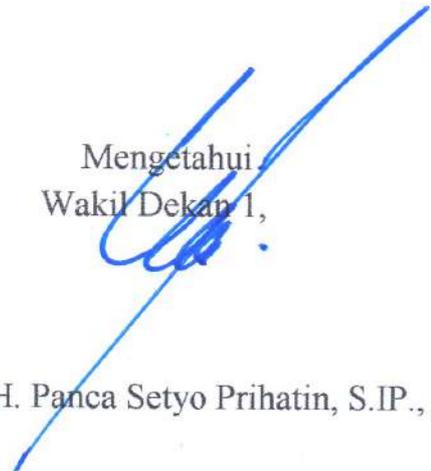
Pekanbaru, 21 April 2020
Sekretaris,


La Ode Syarfana, S.E., M.Si

Anggota,


M. Faisal Amrillah, S.Sos., M.Si

Mengetahui
Wakil Dekan 1,


Dr. H. Panca Setyo Prihatin, S.IP., M.Si

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

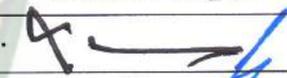
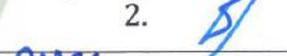
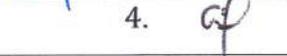
=====

BERITA ACARA UJIAN KONPREHENSIF SKRIPSI

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau Nomor: 153 /UIR-Fs/Kpts/2020 tanggal 15 April 2020 maka dihadapan Tim Penguji pada hari ini, Kamis tanggal, 16 April 2020 jam 08.00 – 09.00 Wib, bertempat di ruang sidang Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau Pekanbaru telah dilaksanakan ujian konprehensif skripsi atas mahasiswa:

Nama : Kustiati
N P M : 167210116
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)
Judul Skripsi : **Analisis Inovasi Produk Kacang Pukul Merek HH bagan Siapi – Api Kabupaten Rokan Hilir.**

Nilai Ujian : Angka : " 83,4 " ; Huruf : " 4 "
Keputusan Hasil Ujian : Lulus / Tidak Lulus / Ditunda
Tim Penguji :

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr. H. Nurman, S.Sos., M.Si.	Ketua	1. 
2.	La Ode Syarfah, SE., M.Si.	Sekretaris	2. 
3.	M. Faisal Amrillah, S.Sos., M.Si.	Anggota	3. 
4.	Afrizal, SE., M.Si.	Notulen	4. 

Pekanbaru, 16 April 2020

An. Dekan,



Dr. H. Panca Setyo Prihatin, S.IP., M.Si.
Wakil Dekan / Bid. Akademik

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FISIPOL UNIVERSITAS ISLAM RIAU
NOMOR :153/UIR-FS/KPTS/2020
TENTANG TIM PENGUJI UJIAN KOMPREHENSIF SKRIPSI MAHASISWA

DEKAN FISIPOL UNIVERSITAS ISLAM RIAU

- Menimbang** : 1. Bahwa untuk mengevaluasi tingkat kebenaran penerapan kaidah dan metode penelitian ilmiah dalam naskah Skripsi Mahasiswa maka dipandang perlu untuk diuji dalam forum ujian komprehensif.
2. Bahwa Tim Penguji dimaksud perlu ditetapkan dengan Surat Keputusan Dekan.

- Mengingat** : 1. UU Nomor: 20 Tahun 2003 Tentang Pendidikan Nasional
2. PP Nomor: 60 Tahun 1999 Tentang Sistem Pendidikan Tinggi
3. SK. Mendiknas RI Nomor 045/U/2002 tentang Kurikulum Inti Pendidikan Tinggi.
4. SK Rektor UIR Nomor: 141/UIR/KPTS/2009 tentang Kurikulum Baru Fisipol UIR
5. SK Rektor UIR Nomor: 081/UIR/KPTS/2017, tentang Pemberhentian dan Pengangkatan Dekan Fakultas dan Direktur Pascasarjana UIR masa bakti 2012-2016.

- Memperhatikan** : Rekomendasi Ka Prodi dan Wakil Dekan I Bidang Akademik (WD.I) tentang Usulan Tim Penguji Ujian Komprehensif Skripsi Mahasiswa.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** : 1. Dosen Tim Penguji Ujian Komprehensif Skripsi Mahasiswa atas nama yang tersebut dibawah ini :

Nama : **Kustiati**
N P M : 167210116
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)
Judul Skripsi : Analisis Inovasi Produk Kacang Pukul Merek HH Bagan Siapi Api Kabupaten Rokan Hilir..

1. Dr. H. Nurman.,S.Sos.,M.Si Sebagai Ketua merangkap Penguji
 2. La Ode Syarfan.,SE.,M.Si Sebagai Sekretaris merangkap Penguji
 3. M. Faisal Amrillah.,S.Sos.,M.Si Sebagai Anggota merangkap Penguji
 4. Afrizal.,SE.,M.Si Sebagai Notulen
2. Tim Penguji melaksanakan tugas dan mengisi serta menandatangani berkas ujian sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan Fakultas.
3. Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan dengan ketentuan apabila terdapat kekeliruan segera ditinjau kembali.

Ditetapkan di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 15 April 2020
An.Dekan

Dr . H. Panca Setyo Prihatin.,S.IP.,M.Si
Wakil Dekan I Bid. Akademik

Tembusan Disampaikan Kepada :

1. Yth. Bapak Rektor UIR
2. Yth. Sdr. Ka. Biro Keuangan UIR
3. Yth. Ketua Jurusan ADM Bisnis.....
4. A r s i p -----sk.penguji

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PENGESAHAN SKRIPSI

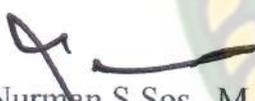
Nama : Kustiati
NPM : 167210116
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)
Judul Skripsi : Analisis Inovasi Produk Kacang Pukul Merek HH Bagan
Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir

Naskah skripsi ini benar telah dilakukan perbaikan dan penyempurnaan oleh mahasiswa bersangkutan sesuai dengan koreksi dan masukan Tim Penguji dan dinilai telah memenuhi persyaratan administratif dan akademis, oleh karena itu dapat disahkan sebagai sebuah karya ilmiah.

Pekanbaru, 20 April 2020

An. Tim Penguji
Sekretaris,

Ketua,


Dr. Nurman S.Sos., M.Si

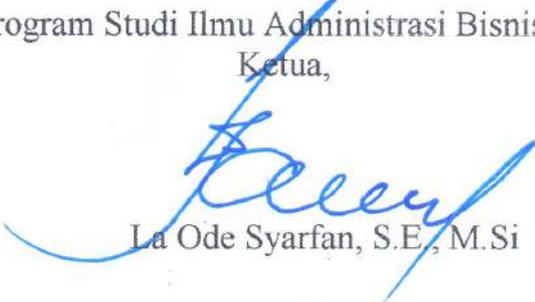

La Ode Syarfan, S.E., M.Si

Turut Menyetujui,

Wakil Dekan I,


Dr. H. Panca Setyo Prihatin, S.IP., M.Si

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis
Ketua,


La Ode Syarfan, S.E., M.Si

PERSEMBAHAN

Saya sangat bersyukur kepada ALLAH SWT. yang telah memberi rahmat dan kelancaran dalam penulisan karya ilmiah ini. Tak lupa pula saya persembahkan sebagai tanda bakti dan ucapan terimakasih saya kepada segenap hamba ALLAH SWT. yang saya sebut namanya berikut ini karena telah banyak berjasa dalam perjalanan kehidupan saya sampai saat ini.

Khusus untuk ayahanda **DARKUP** dan ibunda **KASTINI** tercinta. Terimakasih atas segala kasih sayang yang tidak terbatas yang beliau curahkan kepada saya. Kemudian kepada kakanda tersayang **SUMANAHA dan SITI FATIMAH** yang senantiasa membantu menambahkan materil maupun moril serta memotivasi saya dalam menyelesaikan studi. Semoga ALLAH SWT. mencatat kebaikan semua sebagai amal baik beliau dan membalasnya dengan karunia yang setimpal, aamiin ya rabbalalamin.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim...

Tiada kata dan ucapan yang bisa penulis ucapkan selain puji syukur kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar. Semoga ilmu yang penulis dapatkan selama masa perkuliahan dapat bermanfaat terutama bagi diri penulis, masyarakat, maupun negara dan semoga di ridhoi oleh Allah SWT. Sholawat beriringan salam tak lupa penulis ucapkan kepada nabi besar kita yakni Nabi Muhammad S.A.W dengan ucapan Allahumma Sholli'ala Sayyidana Muhammad Waala Ali Sayyidina Muhammad, mudah-mudahan kita mendapatkan syafaatnya diyaumil mashar nanti. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S-1) pada Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Islam Riau, dengan judul **“Analisis Inovasi Produk Kacang Pukul Merek HH Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir”**

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih banyak terdapat kekurangan. Baik dari segi bahasa, penulisan, dan lain sebagainya. Oleh sebab itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran perbaikan dari berbagai pihak demi kesempurnaanya skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dorongan dari berbagai pihak yang memungkinkan usulan penelitian ini dapat terselesaikan. Untuk itu, penulis sampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi, SH., MCI, selaku Rektor Universitas Islam Riau yang menyediakan fasilitas dan memberikan kesempatan kepada penulis dapat menimba ilmu dalam lembaga pendidikan yang beliau pimpin.
2. Bapak Dr. H. Moris Adidi Yogia, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau, yang telah memberikan fasilitas dukungan serta kesempatan kepada penulis menimba ilmu di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang beliau pimpin.
3. Bapak La Ode Syarfan, SE., M.Si selaku ketua program studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
4. Bapak Dr. Nurman, S.Sos., M.Si selaku pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau yang dalam hal ini tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama masa perkuliahan dengan mendidik dan memberikan dorongan serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh staf karyawan/ tata usaha Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau dan serta perpustakaan Universitas Islam Riau yang telah membantu penulis menyelesaikan administrasi mengenai surat menyurat dan keperluan penulis yang berhubungan dengan penyelesaian skripsi ini.

7. Ayahanda terkasih, Ibunda tersayang dan kakak-kakak tersayang terimakasih atas untaian do'a dan motivasi yang selalu diberikan tiada henti-hentinya yang tak ternilai harganya bagi penulis. semoga Allah SWT selalu memberikan kalian kesehatan dan umur yang panjang.
8. Teman – teman seperjuangan angkatan 2016. Andi, Nufus, Futuhul, Sari, Celine, Nurayu, Dela karmila, prapti. Terima kasih atas semuanya, kalian adalah kenangan terindah dimasa muda penulis yang tidak akan pernah penulis lupakan.

Semoga segala bantuan, bimbingan, saran, arahan dan petunjuk serta dorongan yang diberikan menjadi sumbangan yang tak terlupakan semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pekanbaru, 20 Maret 2020

Penulis

Kustiati

167210116

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PERSETUJUAN PENGUJI	iii
BERITA ACARA UJIAN KOMPREHENSIF SKRIPSI.....	iv
SURAT KEPUTUSAN DEKAN FISIPOL	v
PENGESAHAN SKRIPSI	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH.....	xvii
ABSTRAK.....	xviii
ABSTRACK.....	xix
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar belakang	1
B. Rumusan masalah	15
C. Tujuan dan kegunaan	15
BAB II : STUDI KEPUSTAKAAN dan KERANGKA PIKIR.....	17
A. Studi kepustakaan	17
1. Konsep Administrasi	17
2. Konsep Organisasi	18
3. Konsep Manajemen.....	20
4. Konsep Manajemen Pemasaran	22
5. Konsep Pemasaran	23
6. Konsep Manajemen Inovasi	27
7. Konsep Inovasi Produk	29
8. Kacang Pukul.....	33
9. Penelitian Terdahulu	34
B. Kerangka pikir	36
C. Hipotesis.....	37
D. Konsep operasional.....	37
E. Operasionalisasi variabel	40
F. Teknik pengukuran	41

BAB III : METODE PENELITIAN.....	43
A. Tipe penelitian	43
B. Lokasi penelitian	43
C. Populasi dan sampel	44
D. Teknik penarikan sampel	45
E. Jenis dan sumber data	46
F. Teknik pengumpulan data	46
G. Teknik analisis data	48
H. Jadwal kegiatan penelitian	49
BAB IV : DISKRIPSI LOKASI PENELITIAN	50
A. Sejarah Ringkas Toko Kue HH.....	50
B. Visi dan Misi Usaha Kacang Pukul Merek HH Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir	51
C. Struktur Organisasi	52
D. Fungsi Dan Tugas Organisasi	53
E. Sumber Daya Organisasi.....	56
F. Bahan dan Proses Pembuatan Kacang Pukul Merek HH Bagan Siapi-api	57
BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	60
A. Identitas responden	60
B. Analisis Inovasi Produk Kacang Pukul Merek HH	63
C. Faktor Pendukung Inovasi Produk Kacang Pukul Merek HH Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir	109
D. Faktor Penghambat Inovasi Produk Kacang Pukul Merek HH Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir	111
BAB VI : PENUTUP.....	112
A. Kesimpulan	112
B. Saran	113
DAFTAR KEPUSTAKAAN.....	115

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
I.1 : Ciri-ciri Usaha Kecil Dan Usaha Menengah	4
I.2 : Jenis Produk Kacang Pukul Merek HH Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir Dari Tahun 1958 Hingga 2019	7
I.3 : Perubahan Yang dilakukan Pada Produk Kacang Pukul Merek HH Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir Kabupaten Rokan Hilir	10
I.4 : Jumlah Produksi Produk Kacang Pukul Merek HH Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir Tahun 2016-2018	11
I.5 : Perubahan Biaya Bahan Baku Kacang Pukul Sebelum Dan Sesudah Inovasi Produk Kacang Pukul Merek HH	12
I.6 : Omset Pendapatan Kacang Pukul Merek HH Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir	13
I.7 : Data Nama-Nama Merek Usaha Kacang Pukul Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir	14
II.1 : Penelitian Terdahulu	34
II.2 : Operasional Variabel Analisis Inovasi Produk Kacang Pukul Merek HH Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir	40
II.3 : Interval Rata-Rata Variabel Berdasarkan Kategori	42
III.1 : Populasi Dan Sampel Penelitian	45
III.2 : Perincian Jadwal Kegiatan Penelitian Tentang Analisis Inovasi Produk Kacang Pukul Merek HH Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir	49
V.1 : Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Pada Konsumen Kacang Pukul Merek HH	60
V.2 : Identitas Responden Berdasarkan Umur/usia Pada Konsumen Kacang Pukul Merek HH	61
V.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Konsumen Kacang Pukul Merek HH	62
V.4 : Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Konsumen Kacang Pukul Merek HH	63
V.5 : Tanggapan Responden Mengenai Daya Tahan Keawetan Produk Pada Kacang Pukul Merek HH	65
V.6 : Tanggapan Responden Mengenai Daya Tahan Terhadap Timbulnya Jamur pada Produk Kacang Pukul Merek HH	67
V.7 : Tanggapan Responden Mengenai Daya Tahan Aroma Bau	

Pada Produk Kacang Pukul Merek HH	69
V.8 : Tanggapan Responden Mengenai Kelayakan Untuk Dikonsumsi Pada Produk Kacang Pukul Merek HH	71
V.9 : Tanggapan Responden Mengenai Kelayakan Alat Produksi pada Produk Kacang Pukul Merek HH	73
V.10 : Tanggapan Responden Mengenai Kelayakan Harga pada Produk Kacang Pukul Merek HH	76
V.11 : Tanggapan Responden Mengenai Ketelitian Dalam Pengisian Jumlah/Isi Produk Kacang Pukul Merek HH	79
V.12 : Tanggapan Responden Mengenai Ketelitian dalam Penyesuaian Rasa pada Produk Kacang Pukul Merek HH	81
V.13 : Tanggapan Responden Mengenai Ketelitian Kemasan pada Produk Kacang Pukul Merek HH	83
V.14 : Tanggapan Responden Mengenai Keunikan Produk pada Kacang Pukul Merek HH.....	86
V.15 : Tanggapan Responden Mengenai Keistimewaan Produk pada Kacang Pukul Merek HH	88
V.16 : Tanggapan Responden Mengenai Label Halal Produk pada Kacang Pukul Merek HH	90
V.17 : Tanggapan Responden Mengenai Masa Kadaluwarsa Produk pada Kacang Pukul Merek HH	92
V.18 : Tanggapan Responden Mengenai Warna Produk pada Kacang Pukul Merek HH.....	95
V.19 : Tanggapan Responden Mengenai Merek Produk pada Kacang Pukul Merek HH	97
V.20 :Tanggapan Responden Mengenai Ukuran Produk pada Kacang Pukul Merek HH.....	99
V.21 : Tanggapan Responden Mengenai Rasa Produk pada Kacang Pukul Merek HH.....	101
V.22 : Tanggapan Responden Mengenai Kemasan Produk pada Kacang Pukul Merek HH	104
V.23 : Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Inovasi Produk Kacang Pukul Merek HH.....	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
I.1 : Sertifikat Halal dan LP POM MUI RIAU.....	10
II.1 : Kerangka Pikir	37
IV.1 : Struktur Organisasi Usaha Kacang Pukul Merek HH Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir.....	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Wawancara Penelitian Usaha Kacang Pukul Merek HH	118
2. Kuesioner Penelitian	120
3. Tabel Identitas Responden	126
4. Tabel Telly.....	127
5. Data hasil SPSS Identitas Responden	129
6. Data Hasil SPSS Tanggapan Responden	131
7. Dokumentasi Penelitian.....	136
8. Surat Rekomendasi No 431/E-UIR/27-FS/2020 Dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.....	139
9. Surat Keterangan Lulus Plagiasi Skripsi No 845/A_UIR/5-FS/2020 Dari Fakultas FISIPOL	140

SURAT PERNYATAAN

Saya mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau peserta ujian konferhensif skripsi yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kustiati
NPM : 167210116
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S1)
Judul Skripsi : Analisis Inovasi Produk Kacang Pukul Merek HH
Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir

Atas naskah yang didaftarkan pada ujian konferhensif ini beserta seluruh dokumen persyaratan yang melekat padanya dengan ini saya nyatakan:

1. Bahwa naskah skripsi ini adalah benar asli saya sendiri (tidak plagiat) yang saya tulis sesuai dan mengacu kepada kaidah-kaidah metode penelitian ilmiah dan penulis karya ilmiah.
2. Bahwa keseluruhan persyaratan administratif, akademik dan keuangan yang melekat padanya benar telah saya penuhi sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh fakultas dan universitas.
3. Bahwa apabila kemudian hari di temukan dan terbukti secara sah bahwa saya ternyata melanggar dan atau belum memenuhi sebagian atau keseluruhan atas persyaratanbutir 1 dan 2 tersebut di atas, maka saya menyatakan bersedia menerima sanksi pembatalan hasil ujian konferensif yang telah saya ikuti serta sanksi lainnya sesuai dengan ketentuan Faklutas dan Universitas serta Hukum Negara Republik Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa tekanan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 20 April 2020

Pembuat pernyataan,

Kustiati

ANALISIS INOVASI PRODUK KACANG PUKUL MEREK HH BAGAN SIAPI-API KABUPATEN ROKAN HILIR

ABSTRAK

KUSTIATI

Kata kunci : Inovasi, Produk, Kacang Pukul, Merek HH

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana inovasi produk kacang pukul merek HH Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir. Indikator inovasi yang digunakan antara lain yaitu mengenai kualitas, fitur, gaya, dan desain produk. Tipe penelitian yang berlokasi di jl.perdagangan no 45B usaha kacang pukul merek HH bagan Siapi-api kabupaten Rokan Hilir adalah deskriptif dengan metode penelitian kuantitatif. Teknik penarikan sampel yang digunakan yaitu *insidental sampling* dengan responden berjumlah 30 orang konsumen. Konsumen dalam hal ini adalah mereka yang berada dilokasi penelitian dan telah membeli produk kacang pukul merek HH. Jenis dan teknik pengumpulan data yang digunakan terdiri dari, data primer dikumpulkan dengan menggunakan teknik daftar kuesioner dan wawancara serta data sekunder yang dikumpulkan menggunakan teknik dokumentasi dan observasi. Sementara teknik analisis data yang digunakan yaitu metode deskriptif. Berdasarkan teknik analisis data ini hasil berada pada interval penilaian “**baik**”. Maka di harapkan dapat mempertahankan dan terus berinovasi secara rutin dengan mengikuti terobosan baru yang menjadi tren di kalangan masyarakat. Dan rekomendasi untuk mengembangkan inovasinya dengan membuka cabang dari usaha kacang pukul merek HH tersebut.

ANALYSIS OF PRODUCT INNOVATION OF KACANG PUKUL HH BRAND BAGAN SIAPI-API, ROKAN HILIR DISTRICT

ABSTRACT

KUSTIATI

Keywords: Innovation, Products, Kacang Pukul, HH Brand

This study aims to find out how the innovation of product the Kacang Pukul HH Brand Bagan Siapi-api brand, Rokan Hilir Regency. Indicators of innovation used include quality, features, style and product design. The type of research located at Jl. Perdagangan no 45B at the HH bean brand at the Siapi-api chart of Rokan Hilir district is descriptive with quantitative research methods. The sampling technique used was incidental sampling with respondents totaling 30 consumers. Consumers in this case are those who are in the research location and have purchased the HH brand peanut products. Types and data collection techniques used consist of, primary data collected using questionnaire and interview list techniques and secondary data collected using documentation and observation techniques. While the data analysis technique used is descriptive method. Based on this data analysis technique the results are at "good" assessment intervals. Therefore, it can be maintained and continue to innovate regularly by following new breakthroughs that have become a trend in society. And give comments to develop innovation by opening a branch of the Kacang Pukul business for the HH brand.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman dalam dunia bisnis semakin meningkat dan pesat sehingga mengharuskan perusahaan untuk dapat lebih mengembangkan dan memiliki suatu hal yang dapat mempertahankan tingkat keunggulan suatu produk dari perusahaan.

Selain itu, untuk mempertahankan posisi keunggulan suatu produk diperlukan adanya sesuatu yang lebih berbeda dibandingkan dengan yang lainnya terutama yang sejenis. Karena pada umumnya bahwa konsumen memiliki perubahan selera setiap saatnya dan lebih memilih suatu produk yang menurutnya lebih menarik dan berbeda dengan yang lain .

Terutama untuk persaingan bisnis dalam mengelola produk zaman sekarang para pelaku usaha berlomba dalam memberikan produk yang terbaik kepada konsumen. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistika (BPS), jumlah pengusaha di Indonesia meningkat dari 1,56% pada tahun 2014 menjadi 3,1% pada tahun 2016. Ini membuktikan bahwa ada banyak mina masyarakat dalam bidang usaha kecil menengah ataupun usaha mikro kecil menengah (Putra, 2019;1, <https://salamandian.com>).

Para pelaku usaha harus memiliki berbagai macam produk yang dihasilkan dan memiliki kualitas produk yang baik. Hal ini dikarenakan agar pelaku usaha dapat bersaing di pasar. Walaupun pelaku usaha hanya berstandar Usaha Kecil

Menengah (UKM) tetapi mereka dapat memberikan aspek kualitas dan mutu barang yang dihasilkan sebelum di jual kepasar. Pelaku harus lebih menyadari bahwa konsumen lebih pintar dan lebih teliti serta memiliki selera yang berubah-ubah didalam memutuskan untuk membeli suatu produk.

Adapun definisi UMKM menurut Undang-undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Bab 1 Pasal 1:

1. Usaha Mikro

Adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini.

2. Usaha Kecil

Adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

3. Usaha Menengah

Adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar

dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

4. Usaha Besar

Adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik Negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

Didalam pasal 6 Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 terdapat kriteria tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), yaitu :

1. Kriteria Usaha Mikro
 - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah)
2. Kriteria Usaha Kecil
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

3. Kriteria Usaha Menengah

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah)

Adapun terdapat beberapa ciri-ciri usaha kecil dan menengah yakni :

Tabel I.1 Ciri-Ciri Usaha Kecil dan Menengah

No.	Usaha Kecil	Usaha Menengah
1	2	3
1	Jenis barang/komoditi yang diusahakan umumnya sudah tetap tidak gampang berubah	umumnya telah memiliki manajemen dan organisasi yang lebih baik, lebih teratur bahkan lebih modern, dengan pembagian tugas yang jelas antara lain, bagian keuangan, bagian pemasaran dan bagian produksi
2	Lokasi/tempat usaha umumnya sudah menetap tidak berpindah-pindah	Telah melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan sistem akuntansi dengan teratur, sehingga memudahkan untuk auditing dan penilaian atau pemeriksaan termasuk oleh perbankan
3	umumnya sudah melakukan administrasi keuangan walau masih sederhana, keuangan perusahaan mulai dipisahkan dengan keuangan keluarga, sudah membuat neraca usaha	Telah melakukan aturan atau pengelolaan dan organisasi perburuhan, telah ada Jamsostek, pemeliharaan kesehatan dll
4	Sudah memiliki izin usaha dan persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP	Sudah memiliki segala persyaratan legalitas antara lain izin tetangga, izin usaha, izin tempat, NPWP, upaya pengelolaan lingkungan dll

1	2	3
5	Sumberdaya manusia (pengusaha) memiliki pengalaman dalam berwira usaha	Sudah akses kepada sumber-sumber pendanaan perbankan
6	Sebagian sudah akses ke perbankan dalam hal keperluan modal	umumnya telah memiliki sumber daya manusia yang terlatih dan terdidik
7	Sebagian besar belum dapat membuat manajemen usaha dengan baik seperti business planning	

Sumber : <https://iinfouu.blogspot.com/>

Pada Tabel I.1 terlihat beberapa persamaan dan perbedaan antara usaha kecil menengah (UKM) dan usaha besar. Terdapat beberapa perbedaan antara Usaha Kecil Menengah dengan Usaha Besar, paling dominan adalah modal yang menjadi penghalang usaha kecil menengah (UKM) untuk dapat lebih berkembang luas. Dan juga produk yang dihasilkan juga menjadi salah satu hal yang harus diperhatikan perbedaan antara usaha kecil dan usaha besar.

Dalam dunia usaha tentunya sangat penting untuk mempertahankan keunggulan suatu produk atau jasa pada suatu perusahaan. Pesaing yang begitu ketat membuat suatu perusahaan harus mampu mengembangkan suatu produk atau berinovasi. Jika memiliki kompetitor yang lebih berinovasi maka dampaknya adalah akan kehilangan konsumen yang lebih tertarik dengan Kompetitor lain.

Suatu perusahaan harus mampu menciptakan dan mencari ide untuk dapat dijadikan produk baru, jasa, atau olahan. Menurut McKeown Tujuan dari inovasi produk sendiri bisa bervariasi, seperti mengembangkan produk baru, meningkatkan sifat produk, dan meningkatkan kualitas produk tersebut (dalam Hartono, 2018;1). Maka hal ini membuktikan bahwa keberhasilan dari sebuah

inovasi yaitu bagaimana cara menemukan ide yang tepat dan dapat memberikan nilai lebih dari produk baru ataupun yang telah ada.

Salah satunya dalam dunia usaha yang berkembang yakni dalam usaha makanan atau oleh-oleh. Oleh-oleh menjadi salah satu target konsumen yang sangat diminati dalam suatu daerah, terutama bagi para pendatang dari luar daerah tempat oleh-oleh itu berada. Makanan ini disebut kacang pukul karena proses pembuatannya menggunakan pengepakan/pemukul untuk menghancurkan kacang tersebut. Maka untuk menarik konsumen tersebut perusahaan harus mampu melakukan perkembangan dalam produk yang dihasilkan.

Di Bagan Siapi-api, tepatnya di kabupaten Rokan Hilir Riau dengan mayoritas penduduk tionghoa dan melayu ini memiliki makanan khas oleh-oleh kacang pukul. Kacang pukul ini merupakan makanan khas yang menjadi oleh-oleh para wisatawan yang datang dari luar kota ataupun masyarakat setempat terutama ketika hari libur dan acara event Festival Bakar Tongkang masyarakat tionghoa digelar, maka kacang pukul merupakan menjadi salah satu oleh-oleh incaran para pendatang.

Kacang pukul diolah menggunakan beberapa resep racikan. Mulai dari pemilihan kacang terbaik dari petani setempat kemudian penambahan gula dan selanjutnya di tumbuk. Saat itulah muncul nama kacang pukul. Jika dulu masih tradisional untuk penumbukan namun sekarang sudah menggunakan mesin untuk penumbukannya. Salah satu usaha kacang pukul yang terkenal bertempat di Jl. Perdagangan Bagan Siapi-api kabupaten Rokan Hilir. Kacang pukul bermerek HH

sudah dikenal sejak tahun 1958 dari nenek moyang turun menurun hingga generasi ke 3 sekarang..

Untuk tetap bertahan dalam usaha kacang pukulnya, HH dalam memproduksi kacang pukul dengan varian kemasan dan rasa yang berbeda-beda. Hal ini dilakukan oleh UKM kacang pukul tersebut untuk dapat memberikan sesuatu yang baru dari produk yang sebelumnya mereka produksi dengan bahan dasar utama yang tetap sama yakni kacang pukul yang terbuat dari kacang tanah yang selalu menjadi incaran makanan yang dijadikan sebagai oleh-oleh Bagan Siapi-api kabupaten Rokan Hilir.

Adapun salah satu hal yang dilakukan oleh Usaha kacang pukul merek HH ini dengan menawarkan berbagai jenis produk kacang pukul yang setiap tahun meluncurkan bentuk kemasan dan rasa yang berbeda namun tetap tidak menghilangkan produk yang lama.

Ini merupakan salah satu cara untuk dapat melihat bagaimana konsumen memiliki banyak pilihan dan selera yang berbeda-beda. Adapun jenis produk kacang pukul yang diproduksi adalah sebagai berikut :

Tabel I.2 : Jenis Produk Kacang Pukul Merek HH Bagan Siapi-api, Kabupaten Rokan Hilir Dari Tahun 1958 Hingga 2019

No	Tahun	Kemasan	Rasa	Harga
1	2	3	4	5
1.	1958		Original	Rp.10.000

1	2	3	4	5
2.	2015		a. Strawberry b. Pandan c. Original	Rp.16.000
3.	2016		Original/kemasan kuning Original/kemasan biru	Rp17.000,- Rp15.000
4.	2017		a. Original b. Coklat c. Strawberry d. Kopi e. pandan	Rp.17.000 ,-
			a. Original b. Coklat c. Strawberry d. Kopi e. pandan	Rp.24.000

1	2	3	4	5
5.	2018		Coklat	Rp.25.000
			a. Original b. Coklat c. Pandan d. Kopi	Rp.24.000
	2019		Milo	Rp.40.000

Sumber :Kacang Pukul Merek HH Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir, 2019

Dari tabel I.2 dapat dilihat bahwa produksi kacang pukul merek HH sejak tahun 2015 hingga kini 2019 memiliki beragam kemasan, rasa, dan harga. Selama tahun 1958 hingga sekarang 2019 UKM produk kacang pukul merek HH sudah memiliki 10 bentuk kemasan yang berbeda dan enam varian rasa yang bisa dipilih sesuai selera konsumen tentunya dengan harga yang beragam pula.

Tabel I. 3 Perubahan Yang dilakukan Pada Produk Kacang Pukul Merek HH Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir Kabupaten Rokan Hilir

No.	Uraian	Inovasi	
		Sebelum	Sesudah
1.	Pengemas kacang	Kertas	Plastik
2.	Penumbuk kacang	Menggunakan tenaga manusia	Menggunakan mesin
3.	Kemasan	Plastik	Plastik, Kotak, Toples
4.	Rasa	Original	Strawberry, kopi, pandan, milo, dan coklat
5.	Masa bertahan kacang pukul	3 Bulan	9 Bulan

Sumber: Data Lapangan, 2020

Dapat dilihat pada tabel I.3 terdapat beberapa perubahan yang dilakukan pada produk kacang pukul merek HH dari mulai pengemas kacang, penumbukan kacang, kemasan produk kacang pukul HH, rasa dan masa bertahannya produk memiliki perubahan dari yang sebelumnya menjadi lebih bervariasi dan berkualitas.

Kacang pukul memiliki daya tahan selama 3 hingga 9 bulan dan sudah terdapat label halal pada kemasan, kemudian terdapat keterangan mengenai terdaftarnya di dinas kesehatan, BPOM, dan label halal.



Dengan banyaknya jenis kemasan dan rasa maka tentu akan berpengaruh terhadap berapa banyak jumlah produksi yang dihasilkan sebelum dan sesudah dilakukan inovasi produk tersebut. Berikut merupakan data jumlah produksi UKM kacang pukul merek HH Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir dari tahun 2016 hingga tahun 2019.

Tabel I.4 Jumlah Produksi Produk Kacang Pukul Merek HH Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir Tahun 2016-2019.

No	Tahun	Produksi/kg	Kenaikan Produksi Pertahun	Persentase
1.	2016	7.300 Kg	—	—
2.	2017	9.125 Kg	1.825 Kg	25%
3.	2018	9.325 Kg	200 Kg	2,20%
4.	2019	9.500 Kg	175 Kg	1,9%
	Jumlah	35.250 Kg	2.200 Kg	13,6%

Sumber : Kacang Pukul Merek HH Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir, 2020

Dari tabel I.4 dapat diketahui bahwa jumlah produksi yang dihasilkan oleh UKM kacang pukul merek HH pada tahun 2016 hingga tahun 2019 tiap tahunnya selalu meningkat, dimana dapat dilihat bahwa pada tahun 2016 produksi kacang yakni sebanyak 7.300 Kg kacang. Kemudian pada tahun 2017 meningkat sebesar 25% dengan produksi 9.125 Kg dalam satu tahun. Selanjutnya tahun 2018 kembali mengalami peningkatan yang hanya 2,20% dengan produksi 9.325 dalam satu tahunnya dan tahun 2019 peningkatan hanya 1,9% yakni sebesar 9.500 Kg dalam satu tahun.

Bagi konsumen yang tentunya bertempat tinggal di Bagan Siapi-api biasanya membeli Kacang Pukul dengan ukuran kemasan plastik kecil, sedang maupun dalam bentuk plastik besar jika hanya untuk dikonsumsi sendiri, berbeda dengan apabila konsumen ingin membeli untuk dijadikan oleh-oleh maka

konsumen cenderung memilih Kacang Pukul yang dibungkus dengan kotak ataupun dus besar agar lebih praktis dan menarik.

Dengan bertambahnya kemasan-kemasan baru dan rasa-rasa baru selain mempengaruhi jumlah produksi hal ini juga tentu sangat berpengaruh terhadap biaya produksi yang dikeluarkan dari sebelumnya.

Tabel I.5 Perubahan Biaya Produksi Kacang Pukul Sebelum Dan Sesudah Adanya Produk Baru Kacang Pukul Merek HH Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir

No	Alat/ Bahan	Sebelum	Sesudah	Persentas e
1.	Kemasan	Rp 20.425.000/Tahun	Rp 25.305.000/Tahun	24%
2.	Kacang Tanah	Rp 87.600.000/Tahun	Rp 130.550.000/Tahun	49%
3.	Bahan Perasa Makanan	—	Rp 1.015.000/Tahun	—
4.	Mesin Kemasan	—	Rp 30.000.000/1mesin	—
5.	Mesin tumbuk Kacang	—	Rp 3.500.000/1mesin	—
	Jumlah	Rp 108.025.000,00	Rp 190.370.000,00	76,2%

Sumber : Usaha Kacang Pukul Merek HH Bagan Siapi-Api Kabupaten Rokan Hilir, 2020

Dapat dilihat bahwa pada tabel I.4 perubahan biaya-biaya untuk alat dan bahan memproduksi kacang pukul merek HH yang dikeluarkan lebih tinggi dibandingkan dengan sebelum adanya inovasi produk.

Dengan adanya peningkatan dalam produksi tentunya akan berpengaruh terhadap omset pendapatan yang dihasilkan oleh usaha kacang pukul merek HH tersebut. Dan dapat dilihat pada tabel dibawah ini penjelasan tentang omset

pendapatan yang diperoleh kacang pukul merek HH untuk tahun 2016 hingga tahun 2019.

Tabel I.6 Omset Pendapatan Kacang Pukul Merek HH Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir.

No	Tahun	Pendapatan	Kenaikan Pendapatan Pertahun	Persentase
1.	2016	Rp 900.168.000,00	—	—
2.	2017	Rp 929.928.000,00	Rp 29.760.000,00	24,8%
3.	2018	Rp 1.123.380.000,00	Rp 193.452.000,00	18%
4.	2019	Rp 1.137.380.000,00	Rp 14.000.000,00	1,25%
	Jumlah	Rp 4.090.856.000,00	Rp 237.212.000,00	44,05%

Sumber : Kacang Pukul merek HH Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir 2020

Dari tabel I.5 maka dapat diketahui bahwa pendapatan usaha kacang pukul merek HH Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir selama 4 tahun terakhir yakni tahun 2016 hingga tahun 2019 mengalami kenaikan sebesar 44,05%. Pada tahun 2016 diketahui pendapatan yang diperoleh yakni Rp 900.168.000,00, kemudian pada tahun 2017 mengalami peningkatan sebesar 24,8% dengan pendapatan yakni Rp 929.928.000,00 selanjutnya pada tahun 2018 pendapatan kembali mengalami kenaikan sebesar 18% dengan pendapatan yakni Rp 1.123.380.000,00 dan selanjutnya 2019 sebesar 1,25% dengan pendapatan yaitu sebesar Rp 1.137.380.000,00.

Pendapatan yang semakin tinggi tersebut juga dipengaruhi adanya pemasaran atau produk ini dapat ditemukan di beberapa minimarket di Bagan Siapi-api ataupun di luar kota seperti Pekanbaru. Selain itu juga menggunakan media online seperti di shopee, bukalapak, lazada dan media online lainnya sehingga dapat menjangkau lebih luas konsumennya.

Dalam menjalankan suatu usaha bisnis maka tentu akan ada pesaing yang menjadi salah satu hal yang perlu di perhatikan demi menjaga kelangsungan suatu usaha tersebut agar memiliki keunggulan dalam bersaing. Kacang pukul merek HH ini memiliki beberapa pesaing sejenis yang tentunya dapat memberikan dampak terhadap perkembangan produk kacang pukul merek HH jika tidak dapat memiliki nilai unggul dalam bersaing yaitu dengan terus-menerus melakukan inovasi produk.

Tabel I.7 Data Nama-Nama MerekUsaha Kacang Pukul Di Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir

No.	Nama Produk Usaha Kacang Pukul	Alamat	Tahun Berdiri
1.	Merek Juwita	Jl. Kelenteng No. 27/B	2004
2.	Merek Bintang 8	Gg. Tiong	1998
3.	Merek Yeny	Bagan kota	2009
4.	Merek MIKI	Gg. Puyuh	1992
5.	Merek Murni	Jl. Pahlawan	2000
6.	Merek HH	Jl. Perdagangan	1958

Sumber : Data Lapangan, 2019

Dari Tabel I.6 di atas dapat diketahui bahwa terdapat lima pesaing sejenis yang dimana bahwa pesaing sejenis tersebut masih relatif baru berdiri dibandingkan kacang pukul merek HH yang sudah berdiri sejak 1958, namun hal ini lantas dapat saja menjadi pengancam usaha kacang pukul merek HH jika membiarkan pesaingnya lebih dalam berinovasi.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan ada beberapa fenomena yang terjadi antara lain :

1. Bertahannya usaha kacang pukul merek HH yang berdiri sejak tahun 1958 hingga saat ini dengan 5 anggota karyawan.

2. Omset pendapatan yang meningkat selama tahun 2016 hingga 2019
3. Disisi lain, terdapat adanya beberapa pesaing sejenis seperti, merek Bintang 8, merek Yeny, merek Miki, dan merek Murni.

Berdasarkan fenomena yang dikemukakan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian, diamana hasil penelitian ini nantinya akan penulis tuangkan dalam penelitian dengan judul **“Analisis Inovasi Produk Kacang Pukul Merek HH Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan diatas maka rumusan masalahnya adalah **“Bagaimana Inovasi Produk Kacang Pukul Merek HH Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir ”**

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Inovasi Produk Pada Kacang Pukul Merek HH Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir.

2. Kegunaan Penelitian

Sejalan dengan masalah kegunaan penelitian yang telah di uraikan sebelumnya, maka kegunaan penelitian ini adalah :

1. Guna teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pemikiran, ilmu pengetahuan dan pemahaman dibidang ilmu administrasi bisnis, khususnya mengenai Inovasi Produk.
2. Guna praktis
 - a. Bagi pemilik usaha, hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pemilik usaha Kacang Pukul merek HH sebagai bahan informasi dan mempertahankan performa usaha yang berkaitan dengan inovasi produk.
 - b. Bagi dinas yang terkait, penelitian ini diharapkan berguna bagi pihak seperti Dinas Koperasi dan UMKM Rohil dengan diketahuinya adanya inovasi produk pada produk kacang pukul merek HH ini dapat meningkatkan potensi daerah dibidang oleh-oleh dan berdampak bagi kesejahteraan masyarakat.
3. Guna akademis, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya dan dapat bermanfaat bagi para akademis jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Islam Riau.

BAB II

STUDI KEPUSTAKAAN

A. Studi Kepustakaan

1. Konsep Administrasi

Menurut Fahmi (2015;1) administrasi adalah sebuah bangunan hubungan yang tertata secara sistematis yang membentuk sebuah jaringan yang saling bekerjasama satu sama lainnya untuk mendukung terwujudnya suatu mekanisme kerja yang tersusun dan mencapai tujuan yang diharapkan.

Selanjutnya menurut Nitisusastro (2009;222) secara sempit pengertian administrasi sama dengan kegiatan catat mencatat, sedangkan secara luas administrasi artinya sama dengan manajemen.

Menurut Siagian (2017;3) telah dikatakan bahwa unsur-unsur (bagian-bagian yang mutlak) dari administrasi ialah :

- (1) Dua orang manusia atau lebih,
- (2) Tujuan,
- (3) Tugas yang hendak dilaksanakan, serta
- (4) Sarana dan prasarana tertentu.

Menurut Siagian (2017;7) administrasi Niaga dapat didefinisikan sebagai: keseluruhan kegiatan organisasi, mulai dari produksi barang dan/atau jasa sampai tibanya barang atau jasa tersebut di tangan konsumen.

Sedangkan administrasi negara secara singkat dan sederhana dapat didefinisikan sebagai keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh seluruh aparatur pemerintah dari suatu Negara dalam usaha mencapai tujuan Negara.

Selanjutnya menurut Fahmi (2015;2) menjelaskan bahwa administrasi bisnis merupakan suatu tata susunan yang mengklasifikasikan dan menjelaskan setiap tahap-tahap pekerjaan dalam bisnis yang disajikan secara jelas dan tegas serta terencana.

Dari penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa administrasi merupakan suatu kegiatan catat mencatat dan suatu bentuk kerja sama antara dua orang atau lebih untuk mencapai suatu tujuan tertentu yang telah terencana sebelumnya dengan baik demi suksesnya pencapaian tujuan tersebut. Dan administrasi dapat dilihat dari administrasi bisnis dan administrasi Negara.

2. Konsep Organisasi

Organisasi menurut Dewi (2011;23) adalah kesatuan kerja yang disusun melalui peralatan sebagai wadah menjajakan kerja sama mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

Kemudian menurut S. Prajudi Atmosudirjo (dalam Wursanto. 2005;53) organisasi itu sebagai struktur tata-pembagian kerja dan struktur tata-hubungan kerja antara sekelompok orang-orang pemegang posisi yang bekerjasama secara tertentu untuk bersama-sama mencapai suatu tujuan yang tertentu.

Adapun Organisasi menurut Manulang (2000;25) adalah suatu proses penetapan dan pembagian pekerjaan yang akan dilakukan, pembatalan, tugas-tugas atau tanggung jawab serta wewenang dan penetapan hubungan-hubungan atau antar unsur-unsur organisasi sehingga orang-orang dapat bekerja dengan efektif dan mencapai tujuan.

Selanjutnya menurut Sutarto (2006: 22) organisasi adalah suatu kelompok orang yang berkerja sama untuk mencapai tujuan bersama. Tujuan dari sebuah organisasi sangat mempengaruhi kinerja dari organisasi itu sendiri maupun untuk mencari massa atau anggota baru dalam perkembangan sebuah organisasi dan untuk menjaga kaderisasi anggota. Kaderisasi bertujuan untuk menjaga sebuah organisasi tetap bisa bertahan dan eksis dalam jangka waktu yang panjang.

Faktor-faktor yang memengaruhi struktur organisasi menurut Sule dan Kurniawan Saefullah (2005;159-161) yaitu :

1. Strategi Organisasi
Strategi organisasi dibuat sebagai upaya pencapaian tujuan organisasi, oleh karena itu struktur organisasi dibentuk sebagai jalan untuk pencapaian tujuan, maka struktur organisasi pun selayaknya sejalan dengan strategi organisasi.
2. Skala Organisasi
Organisasi dapat dibedakan skalanya menurut berbagai faktor, di antaranya adalah dari jumlah jualan, pangsa pasar, hingga jumlah tenaga kerja.
3. Teknologi
Faktor teknologi yang dimaksudkan disini adalah terkait dengan cara bagaimana sebuah produk dari sebuah organisasi bisnis dihasilkan atau juga dengan cara bagaimana pekerjaan dilakukan.
4. Lingkungan
Lingkungan yang dinamis menuntut organisasi juga untuk menyesuaikan diri secara dinamis. Proses penyesuaian yang dilakukan oleh organisasi juga termasuk dalam penentuan struktur organisasi.

Tujuan organisasi menurut Stoner, et.al (dalam Nitisusastro, 2009;158) diartikan sebagai maksud yang ingin dicapai oleh organisasi. Organisasi seringkali mempunyai lebih dari satu tujuan. Pada saat seseorang ingin memasuki dunia usaha, pada saat itu ia telah mempunyai tujuan.

Dapat disimpulkan bahwa organisasi merupakan suatu tempat atau wadah dan proses serta adanya struktur dengan pemegang posisi masing-masing yang dilakukan untuk kerja sama oleh dua orang atau lebih guna mencapai sebuah tujuan yang telah ditetapkan bersama dan dimana dalam organisasi lebih dapat berjalan efektif dan efisien.

3. Konsep Manajemen

Menurut Boone dan Kurtz (2002;289) manajemen merupakan proses untuk mencapai tujuan organisasi melalui manusia dan sumber daya lainnya yang ada.

Kemudian manajemen menurut Geroge R. Terry adalah proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan: perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia serta sumber-sumber lain (dalam Yusuf, 2014; 21)

Selanjutnya Menurut Hasibuan (2014;2) manajemen adalah ilmu dan seni yang mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan tertentu.

Lalu Warren et.al (2016;903) berpendapat bahwa manajemen menggunakan kedua macam informasi dalam mengatur kegiatan operasional sehari-hari, merencanka kegiatan operasional di masa yang akan dating, dan mengembangkan strategi bisnis.

Selanjutnya menurut Handoko (dalam Wedayanti, 2018;8) manajemen memiliki 5 fungsi yaitu :

1. Perencanaan, rencana rencana yang dibutuhkan untuk memberikan kepada organisasi tujuan tujuannya dan menetapkan prosedur terbaik untuk pencapaian tujuan tujuan itu.
2. Pengorganisasian, adalah 1) penentuan sumber daya-sumber daya dan kegiatan-kegiatan yang dibutuhkan untuk untuk mencapai tujuan organisasi, 2) perencanaan dan pengembangan suatu organisasi atau kelompok kerja yang akan dapat membawa hal-hal tersebut kearah tujuan, 3) penugasan tanggung jawab tertentu dan kemudian, 4) pendelegasian wewenang yang diperlukan kepada individu-individu untuk melaksanakan tugas tugasnya. Fungsi ini menciptakan struktur formal dimana pekerjaan ditetapkan, dibagi dan dikoordinasikan.
3. Penyusunan personalia, adalah penarikan, pelatihan dan pengembangan, serta penempatan dan pemberian orientasi para karyawan dalam lingkungan kerja yang menguntungkan dan produktif.
4. Pengarahan, yang berfungsi sebagai untuk membuat atau mendapatkan para karyawan melakukan apa yang diinginkan dan harus mereka lakukan.
5. Pengawasan, adalah penemuan dan penerapan cara dan peralatan untuk menjamin bahwa rencana sudah dilaksanakan sesuai dengan yang telah ditetapkan.

Menurut Manulang (2001:5) untuk mencapai tujuan, para manager menggunakan istilah ‘Enam M’ dengan kata lain sarana (*tool*). Adapun sarana manajemen itu antara lain:

- 1) *Man*, yaitu tenaga kerja manusia, baik pemimpin atau tenaga kerja oprasional untuk pelaksanaan. Sarana yang paling penting untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan terlebih dahulu manusia. Berbagai macam aktifitas yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan dan aktifitas itu dapat ditinjau dari sudut proses seperti, *planning, organizing, staffing, directing, maupun controlling*.
- 2) *Money*, yaitu uang dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Untuk melakukan berbagai aktivitas diperlukan uang, seperti upah dan gaji orang-orang yang membuat rencana, mengadakan pengawasan, proses produksi, membeli bahan-bahan, peralatan dan lain sebagainya.
- 3) *Material*, yaitu bahan-bahan yang diperlukan untuk mencapaib tujuan. Karena dianggap pula sebagai alat atau sarana manajemen untukmencapai tujuan.
- 4) *Metode*, yaitu cara yang digunakan dalam usaha pencapaian tujuan. Oleh karena itu matode atau cara yang dianggap pula sebagai sarana atau alat manajemen untuk mencapai tujuan.

- 5) *Market*, yaitu pasar untuk menjual barang dan jasa yang dihasilkan. Tanpa adanya pasar bagi produksi, jelas tujuan perusahaan industri tidak akan tercapai.
- 6) *Machines*, yaitu mesin-mesin atau alat-alat yang diperlukan.

Berdasarkan dari uraian diatas menunjukkan proses-proses yang terjadi dalam manajemen merupakan suatu aktifitas yang dilakukan oleh pemimpin yang ditunjukkan untuk mendayagunakan sumber daya yang ada di organisasi demi terlaksananya suatu tujuan dengan baik dan tepat.

4. Konsep Manajemen Pemasaran

Menurut William J. Stanton (dalam Alma. 2011;131) *Marketing management is the marketing concept in action*. Definisi ini mempunyai implikasi:

1. Kegiatan pemasaran pada sebuah perusahaan, harus dikoordinasi, dikelola dengan sebaik-baiknya.
2. Manajer pemasaran, harus memainkan peranan penting dalam perencanaan perusahaan.

Selanjutnya menurut Kotler dan Kevin Lane Keller (dalam Mulyadi. 2016;188) manajemen pemasaran adalah seni menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Terdapat lima konsep alternatif menurut Kotler dan Armstrong (dalam Sindoro, 2004;20-24) yang melandasi aktivitas pemasaran organisasi meliputi:

- a. Konsep Produksi

Filosofi yang menyatakan bahwa pelanggan akan menyukai produk yang tersedia dan harganya terjangkau dan arena itu manajemen harus berusaha keras untuk memperbaiki produksi dan efisiensi distribusi.

b. Konsep Produk

Gagasan bahwa konsumen akan menyukai produk yang mempunyai mutu terbaik, kinerja terbaik, dan sifat paling inovatif sehingga organisasi harus mencurahkan energy untuk terus-menerus melakukan perbaikan produk.

c. Konsep Penjualan

Gagasan yang menyatakan bahwa konsumen tidak akan membeli produk suatu organisasi dalam jumlah cukup kecuali jika organisasi tersebut melakukan usaha penjualan dan promosi berskala besar.

d. Konsep Pemasaran

Filosofi manajemen pemasaran yang menyatakan bahwa pencapaian sasaran organisasi tergantung pada penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dan penyampaian kepuasan yang didambakan itu secara lebih efektif dan efisien dibandingkan pesaing.

e. Konsep Pemasaran Berwawasan Sosial

Gagasan yang menyatakan bahwa organisasi harus menentukan kebutuhan, keinginan, dan minat pasar sasaran dan memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan pesaing melalui cara-cara yang bersifat memelihara dan memperbaiki kesejahteraan konsumen dan masyarakat.

Penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran merupakan bentuk suatu seni dan ilmu dalam merencanakan, mengarahkan, mengawasi seluruh kegiatan pemasaran baik dalam memilih pasar sasaran. Manajemen pemasaran menggunakan seni dalam melakukan kegiatan memilih sasaran yang tepat.

5. Konsep Pemasaran

Menurut Kotler dan Armstrong (dalam Sindoro, 2004:7) pemasaran adalah sebagai proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh

apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk serta nilai dengan pihak lain.

Kemudian menurut Maynard dan Beckman (dalam Alma, 2011-1) *Marketing embraces all business activities involved in the flow of goods and services from physical production to consumption*. Artinya: pemasaran berarti segala usaha yang meliputi penyaluran barang dan jasa dari sektor produksi ke sektor konsumsi.

Kemudian terdapat fungsi pokok pemasaran menurut Assauri (2015;20-36) adalah:

1. *Pembelian (buying)*
Kegiatan ini meliputi penyusunan dan implementasi dari kebijakan-kebijakan dan prosedur-prosedur penentuan kebutuhan dan keinginan konsumen, pemilihan sumber-sumber suplai, pegujian ketepatan ketersediaan barang, negoisasi harga saat pengiriman, dan hal-hal lain yang menyangkut pemindahan hak atau transaksi.
2. *Penjualan*
Kegiatan penjualan seperti halnya kegiatan pembelian, terdiri dari serangkaian kegiatan yang meliputi penciptaan permintaan (demand), menemukan si pembeli, negoisasi harga, dan syarat-syarat pembayaran.
3. *Pengangkutan*
Didalam transaksi pembelian dan penjualan terdapat kegiatan pemindahan barang. Seperti diketahui, dalam transaksi terjadi perpindahan hak milik yang menimbulkan perpindahan lokasi barang, yang merupakan fungsi pengangkutan.
4. *Pergudangan*
Jasa pergudangan dibutuhkan untuk menciptakan daya guna (kegunaan) karena waktu. Kegunaan ini timbul karena waktu dibutuhkannya suatu produk tidak sama dengan waktu diproduksinya, atau jumlah yang dibutuhkan pada suatu saat tidak sama dengan jumlah yang dihasilkan pada saat tersebut.
5. *Penjajahan (Merchandising)*
Usaha untuk menawarkan produk kepada pembeli dilakukan dengan menjajakan atau mendagangkan barang tersebut. Fungsi ini sangat diperlukan, terutama dalam menghadapi keadaan pasar dimana terdapat persaingan yang tajam di antara para pengusaha.
6. *Standardisasi dan Grading*
Kedua kegiatan *standardisasi* dan *grading* ini sangat erat hubungannya. Dengan menentukan batas-batas dasar pemilihan produk untuk kegiatan pengolahan lebih lanjut atau dasar pemenuhan tingkat kebutuhan atau kepuasan konsumen.

7. *Pembelanjaan (Financing)*

Fungsi pembelanjaan mencakup pengelolaan sumber dan pengalokasian dana, termasuk pengaturan syarat-syarat pembayaran atau kredit yang dibutuhkan dalam rangka usaha untuk memungkinkan barang atau produk mencapai konsumen akhir atau pemakai industri (*industrial user*).

8. *Penanggulangan Risiko (risk Taking)*

Dalam pemasaran barang dan jasa selalu terdapat sejumlah risiko yang tidak dapat dihindari. Risiko yang terdapat dalam pemasaran mencakup penurunan mutu (*deterioration*), penuaan (*obsolescence*), kehilangan atau pencurian, kerusakan, tidak berharga lagi, perpanjangan kredit, dan perubahan penawaran atau permintaan, yang semuanya itu mempunyai dampak terhadap harga.

9. *Informasi Pasar*

Peranan informasi pasar perlu diperhatikan karena tidak ada keputusan pemasaran yang baik tanpa didasarkan oleh fakta atau data.

Marketing memiliki peran penting dalam keberhasilan dari bentuk hasil inovasi produk yang telah diciptakan. Tanpa pemasaran yang baik, inovasi produk yang telah diciptakan. Tanpa adanya pemasaran yang baik, maka inovasi produk yang telah dikembangkan akan menjadi usaha yang sia-sia, bahkan bisa merugikan bagi perusahaan untuk biaya yang telah dikeluarkan dalam pengembangan sebuah produk. Meskipun dikatakan biaya pemasaran umumnya jauh lebih lebar dari biaya pengembangan produk itu sendiri, namun keberhasilan yang diraih akan mengembalikan seluruh biaya yang telah dikeluarkan oleh perusahaan jika produk baru tersebut sukses dipasarkan.

a. Strategi Pemasaran

Strategi Pemasaran menurut Assauri (2015;168) pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan.

b. Bauran Pemasaran

Didalam pemasaran terdapat bauran pemasaran. Bauran pemasaran merupakan serangkaian variabel-variabel yang digunakan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dalam menentukan pembelian suatu barang atau jasa memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen (Herlambang dan Bambang Heru Marwoto. 2014;110).

Ada empat unsur bauran pemasaran menurut Kotler (2005;55) Yaitu sebagai berikut:

- a. *Product* (produk)
Segala sesuatu yang dapat ditawarkan dipasar untuk diperhatikan pembeli, permintaan, dan pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.
- b. *Price* (harga)
Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkan.
- c. *Place* (tempat)
Tempat adalah berbagai tempat untuk memperluas daerah pemasaran dan produk cepat tersebar ke konsumen.
- d. *Promotion* (promosi)
Promosi adalah bentuk kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menunjukkan keistimewaan-keistimewaan produk yang diciptakannya dan merayu konsumen agar membelinya.

Penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran merupakan bentuk suatu seni dan ilmu dalam merencanakan, mengarahkan, mengawasi seluruh kegiatan pemasaran baik dalam memilih pasar sasaran. Manajemen pemasaran menggunakan seni dalam melakukan kegiatan memilih sasaran yang tepat.

6. Konsep Manajemen Inovasi

Menurut Dewanto et.al (2014;4) Manajemen inovasi merupakan alat yang digunakan manajer maupun organisasi atau perusahaan untuk mengembangkan produk dan inovasi organisasi atau dengan kata lain manajemen inovasi adalah pengelolaan dan pengorganisasian sebuah proses.

Kemudian menurut Schumpeter merupakan ahli yang pertama kali mengemukakan konsep inovasi. Ia mendefinisikan “inovasi” sebagai kombinasi baru dari faktor-faktor produksi yang dibuat oleh pengusaha dan pemikiran inovasi adalah kekuatan pendorong yang penting (critical driving force) dalam pertumbuhan ekonomi (dalam Dewanto et.al, 2014;3).

Menurut Samson ada tiga tipe inovasi secara spesifik yaitu inovasi produk, inovasi proses, dan inovasi sistem manajerial (dalam Ellitan dan Lina Anatan, 2009;3)

Adapun kunci sukses organisasi untuk melakukan inovasi menurut Saleh dan Wang (dalam Ellitan dan Lina Anatan. 2009-3) yaitu:

1. Entrepreneurial strategis yaitu berani mengambil resiko, melakukan pendekatan bisnis yang proaktif, dan komitmen manajemen.
2. Struktur organisasi yaitu dengan struktur yang lebih fleksibel, adanya disiplin interfunksional, dan orientasi pada tim kerja lintas fungsional.
3. Iklim organisasi yaitu iklim yang promotif dan terbuka, kekuatan dan kekuasaan dalam organisasi disebarkan tidak terpusat pada jenjang atas, dan memberikan sistem imbalan yang efektif.

Ada lima aktivitas yang dibutuhkan dalam menciptakan inovasi sebagai kompensasi inti organisasi menurut Ellitan dan Lena Anatan (2009;19) yaitu :

1. Proses inovasi
Menitikberatkan pada aktivitas-aktivitas prosesbisnis yang bersifat *crossfunctional* antar departemen dalam suatu perusahaan. Tidak hanya satu departemen yang memiliki tanggung jawab terhadap aktivitas manajemen inovasi tetapi pada semua departemen dalam organisasi memiliki tanggung jawab yang sama terhadap tugas ini,

sehingga sangat penting untuk melihat bagaimana departemen-departemen yang ada bekerjasama untuk menciptakan inovasi.

2. Integrasi teknologi
Menitikberatkan pada integrasi antara teknologi dan produk perusahaan dan juga pada pentingnya pencapaian kepuasan konsumen melalui inovasi. Untuk mencapai tujuan dan sasaran perusahaan, administrasi dan produksi teknologi perlu terintegrasi dengan proses pengembangan produk.
3. Perencanaan strategi teknologi
Menitikberatkan pada perencanaan teknologi dan kompetensi proyek dengan tujuan memelihara keseimbangan portofolio teknologi dan kompetensi.
4. Perubahan organisasi
Inovasi sangat erat kaitannya dengan perubahan organisasi yang akan mempengaruhi kebutuhan organisasi akan pengetahuan baru, pasar baru, pekerjaan baru dan sebagainya. Oleh karena itu, sangat sulit bagi perusahaan untuk mengimplementasikan strategi inovasi tanpa pertimbangan perubahan organisasi.
5. Pengembangan bisnis
Inovasi dalam organisasi seharusnya dipandang sebagai suatu alat untuk menciptakan dan memperbaiki bisnis bagi perusahaan. Inovasi dapat menjadi pengendali pengembangan bisnis sebagai elemen manajemen inovasi terpenting.

Kemudian adapun dorongan inovasi dapat datang melalui dua hal yang berbeda menurut Boehme (dalam Dewanto et.al. 2014:75-76):

1. *Market Pull/Demand Pull*
Inovasi yang datang melalui sumber ini dimulai dari ketidakpuasan customer akan suatu produk di pasar, yang kemudian menciptakan pemecahan masalah atas permintaan *customer* ini (sebuah produk untuk kebutuhan tertentu). Dorongan ini datang dari seseorang atau sekelompok orang yang mau mengekspresikan kebutuhan pasar menjadi produk nyata yang dapat digunakan oleh banyak orang yang membutuhkannya.
2. *Technology Push*
Inovasi yang datang dari sumber ini dimulai dengan ketidakpuasan peneliti (internal atau eksternal) akan produk yang sudah ada, kemudian tujuan utama adalah mengkomersialkan produk baru yang belum dimengerti oleh masyarakat. Dorongan ini datang dari kompetensi teknologi yang teraplikasi, dorongan seperti ini tidak melihat pasar apakah penciptaan produk ini dibutuhkan sebelumnya oleh pasar atau tidak.

Manajemen inovasi tidak hanya untuk sekedar pengelolaan inovasi, tetapi harus ditangani secara berbeda dalam berbagai situasi yang berbeda pula. Untuk dapat memahami pertanyaan tersebut, akan dilakukan diskusi pula bagaimana inovasi harus dikelola dalam lingkungan bisnis saat ini yang dikarakterisasikan dengan situasi perubahn yang berlanjutan.

Penciptaan produk inovatif menjadi kunci keberhasilan dan kunci yang mampu menjadikan perusahaan-perusahaan menjadi pemimpin dalam persaingan usaha.

7. Konsep Inovasi produk

Menurut Dewanto et.al (2014;67) inovasi produk merupakan hasil dari pengembangan produk baru oleh suatu perusahaan atau industry, baik yang sudah ada maupun belum.

Menurut Sukarmen inovasi produk merupakan sesuatu yang dapat dilihat sebagai kemajuan fungsional produk yang dapat membawa produk selangkah lebih maju dibandingkan dengan produk pesaingnya (dalam Pattipeilohy, 2018;68)

Adapun menurut Peter Drucker (dalam Dewanto et.al. 2014;68) sebuah perusahaan yang kompetitif memiliki dua tujuan penting:

- (1) menciptakan nilai pelanggan "*customer value*" (atau pemasaran), dan
- (2) Inovasi. Inovasi produk dapat berasal dari keinginan konsumen akan suatu produk yang memenuhi kebutuhannya (*market pull*) atau bisa juga melalui suatu teknologi yang menciptakan atau mengembangkan produk baru yang kemudian diperkenalkan ke pasar (*technology push*).

Produk baru yang sukses sangat penting bagi bannyak perusahaan karena produk inovasi penting dalam membantu perusahaan untuk beradaptasi dengan perusahaan di pasar, teknologi, dan persaingan.

Inovasi dalam produk banyak dipandang oleh perusahaan sebagai salah satu hal yang penting. Inovasi produk dianggap sebagai bentuk faktor penentu dari peningkatan pertumbuhan ekonomi perusahaan. Inovasi produk dijadikan sebagai bentuk strategi yang dilakukan oleh banyak perusahaan.

Cara-cara memperoleh produk baru menurut Kotler dan Armstrong (dalam Hartono, 2018;2-3) dengan mengembangkan produk milik sendiri dengan langkah-langkah berikut :

1. Tahap Pemunculan Ide. Perusahaan mencari ide-ide baru yang bisa digunakan sebagai dasar penciptaan produk baru.
2. Penyaringan Ide. Melakukan penyeleksian ide yang dilakukan oleh *research manager, brand manager, dan CEO*. Ide yang dipilih memang ide yang memadai untuk dijadikan produk nasional.
3. Pengembangan dan pengujian konsep. Tahap ini tahapan penyempurnaan ide yang sudah ada, biasanya dilakukan oleh market Research pada setiap wilayah yang telah ditentukan dengan metode survey dan pencarian insight oleh tim promosi.
4. Pengembangan strategi pemasaran. Tahap ini dilakukan ketika konsep produk yang ada bisa menjawab kebutuhan konsumen sesuai target market.
5. Analisis bisnis. Tahap ini dimana semua berperan secara bersama-sama untuk memperhitungkan segala sesuatu yang diperlukan sesuai dengan tanggung jawab divisinya untuk keberhasilan produk.
6. Pengembangan produk. Tahap ini akan dilakukan pengembangan dari ide hingga menjadi produk nyata.
7. Uji pasar. Tahap ini didominasi oleh tim penjualan dan promosi yaitu dengan menyebarkan contoh produk kepada distributor.
8. Komersialisasi. Untuk memperkenalkan produknya maka biasanya kan melakukan promosi sebesar-besarnya dengan potongan harga dan pemberian hadiah.

Untuk memenangkan persaingan perusahaan harus memiliki inovasi untuk produksi-produksi yang dihasilkan perusahaan. Inovasi dilakukan untuk menambah nilai dari suatu produk yang dihasilkan dan lebih memberikan solusi

yang lebih baik bagi pemecahan masalah yang dihadapi konsumen. Inovasi harus mampu menciptakan produk yang berbeda dari produk pesaing lainnya di mata konsumen.

Pengembangan produk menurut Kotler dan Armstrong dalam Sindoro, (2004;347-348) memerlukan pendefinisian manfaat-manfaat yang akan ditawarkan. Manfaat-manfaat disampaikan melalui:

1. Kualitas Produk

Yang dimaksud dengan kualitas dari sebuah produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya; kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan dioperasikan, dan diperbaiki, dan atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan.

Daya tahan yang dimaksud mencerminkan umur ekonomis dari produk tersebut, sedangkan kehandalan merupakan konsistensi dari kinerja yang dihasilkan suatu produk dari satu pembelian ke pembelian berikutnya. Kualitas berarti kualitas kesesuaian, yaitu bebas dari kecacatan dan kekonsistenan dalam memberikan kualitas yang tinggi.

2. Fitur Produk

Yang dimaksud dengan fitur dari sebuah produk merupakan alat persaingan untuk mendiferensiasikan produk perusahaan terhadap produk sejenis yang menjadi pesaingnya. Menjadi produsen awal yang mengenalkan fitur baru yang dibutuhkan dan dianggap bernilai menjadi salah satu cara yang efektif untuk bersaing. Fitur produk identic dengan sifat dan sesuatu yang unik, khas dan keistimewaan yang tidak dimiliki oleh produk lainnya.

3. Gaya Produk

Gaya semata-mata menjelaskan penampilan produk tertentu. Gaya mengedepankan penampilan luar dan membuat orang bosan. Gaya yang sensasional mungkin akan mendapatkan perhatian dan mempunyai nilai seni, tetapi tidak selalu membuat produk tertentu berkinerja lebih baik.

4. Desain Produk

Desain bukan sekedar tampilan setipis ari—desain masuk ke jantung produk. Desain yang baik dapat memberikan kontribusi dalam hal kegunaan produk dan juga penampilannya.

Berdasarkan keterangan inovasi produk diatas maka dapat disimpulkan melakukan suatu inovasi produk atau pengembangan produk dan perbaikan produk merupakan kunci pertumbuhan dan kelangsungan hidup perusahaan jika dilakukan secara terus-menerus, namun melakukan inovasi perlu melalui tahapan-tahapan yang memadai agar organisasi atau pelaku usaha dapat memberikan hasil produk sesuai harapan yang dapat diterima pasar dengan harus memperhatikan kualitas, fitur, gaya dan desain produk tersebut.

Inovasi Produk Pada Usaha Kecil Menengah

Dalam meningkatkan daya saing dalam bisnisnya, seorang pengusaha UKM harus mengetahui bagaimana cara produk diterima oleh pasar.

Cara meningkatkan daya saing produk menurut Interaktive crew (2019;3, <http://interactive.co.id/>)

- a. Para pelaku UKM harus lebih kreatif dan inovatif dalam memproduksi barang.
- b. Agar produksi dapat dilirik maka harus berbeda dengan yang lain.
- c. Kemudian mengikuti pelatihan
- d. Pelaku UKM juga harus aktif dalam menganalisa produk kompetitor.
- e. Menganalisa harga, tren bisnis, serta mencari ide inovatif yang bisa diterapkan dalam produk.

Usaha kecil menengah harus memahami selera konsumen untuk dapat menciptakan produk yang lebih inovatif.

Adapun selera yakni menurut Rusdarti dan Kusmuriyanto (2012;68) merupakan faktor yang dapat mempengaruhi permintaan konsumen terhadap suatu barang. Berapapun barang harga barang diturunkan jika konsumen tidak

memiliki selera untuk menggunakan barang tersebut, tidak terjadi permintaan terhadap barang tersebut, begitu juga sebaliknya.

8. Kacang Pukul

Kacang pukul merupakan oleh-oleh khas Bagan Siapi-api, Rokan Hilir, Riau. Kacang pukul dianggap sebagai oleh-oleh wajib jika berkunjung ke Bagan Siapi-api.

Kacang pukul merupakan makanan yang berasal dari olahan kacang tanah. Kacang tanah adalah tanaman polong-polongan atau legume anggota suku fabaceae yang dibudidayakan, serta menjadi kacang-kacangan kedua terpenting setelah kedelai di Indonesia.

Tanaman yang berasal dari benua Amerika ini tumbuh secara perdu setinggi 30 hingga 50 cm dengan daun-daun kecil tersusun majemuk. Kacang tanah juga dikatakan mengandung bahan yang dapat membina ketahanan tubuh dalam mencegah beberapa penyakit.

Kajian-kajian menunjukkan kacang tanah dapat sebagai penurun tekanan darah tinggi dan juga kandungan kolesterol dalam darah, berkesan untuk melegakan penyakit hemophilia atau kecenderungan mudah berdarah, penyakit keputihan dan insomnia. Namun kacang tanah sangat dicegah pada mereka yang menghadapi penyakit jenis kanker payudara dan yang mempunyai masalah jerawat.

(sumber: <http://id.m.wikipedia.org/wiki/.tahun> 2019)

9. Kajian Penelitian Terdahulu

Tabel II.1 : Penelitian Terdahulu

NO	NAMA	JUDUL	METODE PENELITIAN	LOKASI	KESIMPULAN
1	2	3	4	5	6
1.	Roberto Julianto Cahyo & Dhyah Harjanti Jurnal AGOR A Vol 1, No. 3, 2013	“Analisis inovasi produk pada sektor formal dan informal di Jawa Timur”	Statistik deskriptif. Purposive sampling dengan judgemental sampel. Kuesioner. Uji independent T-test.	Jawa Timur	Hasil penelitian tidak ada perbedaan pada indikator fungsi desain produk, penambahan varian, fitur varian produk, kontrol kualitas dan standar kualitas, pada indikator packaging desain dan pengembangan kualitas menunjukkan perbedaan.
2.	Yosua Ersan Hartono Agora Vol.6, No.1, (2018)	“Analisis Inovasi Produk X Di Pt NutriFood Indonesia”	Kualitatif dengan pengumpulan data wawancara dan dokumenter.	Jakarta Timur	Penelitian menunjukkan perusahaan melakukan inovasi produk sesuai tahapan pengembangan dengan baik..
3.	Ivan Steffanus Budimartono -Dhyah Harjanti	“Analisis Proses Inovasi Produk Pada Pt. Indoplast Makmur”	-Kualitatif Deskriptif. -wawancara semi terstruktur. -uji data triangulasi sumber.	Surabaya	Hasil penelitian bahwa perusahaan telah mengimplementasikan kesepuluh tahapan proses inovasi produk.

1	2	3	4	5	6
4.	-Vivin Oblivia Yunal -Ratih Indriyani AGOR A Vol. 1, No. 1, (2013)	“Analisa Pengaruh Motivasi Berwirausaha dan Inovasi produk terhadap Pertumbuhan Usaha Kerajinan Gerabah Di Lombok Barat”	Kuantitatif deskriptif, Menggunakan kuesioner,	Lombok Barat	Motivasi berwirausaha berpengaruh langsung terhadap pertumbuhan usaha. Namun tidak berpengaruh langsung antara motivasi berwirausaha terhadap pertumbuhan usaha melalui inovasi produk.
5.	Danny Suriatna dan R.R. Retno Ardianti AGOR A Vol 1, No. 3, 2013	“Analisa modal sosial dan inovasi produk pada pengusaha mikro dan kecil di Jawa Timur”	deskriptif kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan <i>judgmental sampling</i>	Jawa Timur	penelitian menunjukkan terdapat adanya dukungan modal, melakukan inovasi produk. Dan ternyata modal sosial pengusaha mikro dan kecil dengan inovasi produk pengusaha saling memiliki keterkaitan satu sama lain,

Sumber : Hasil Penelitian Terdahulu, 2019

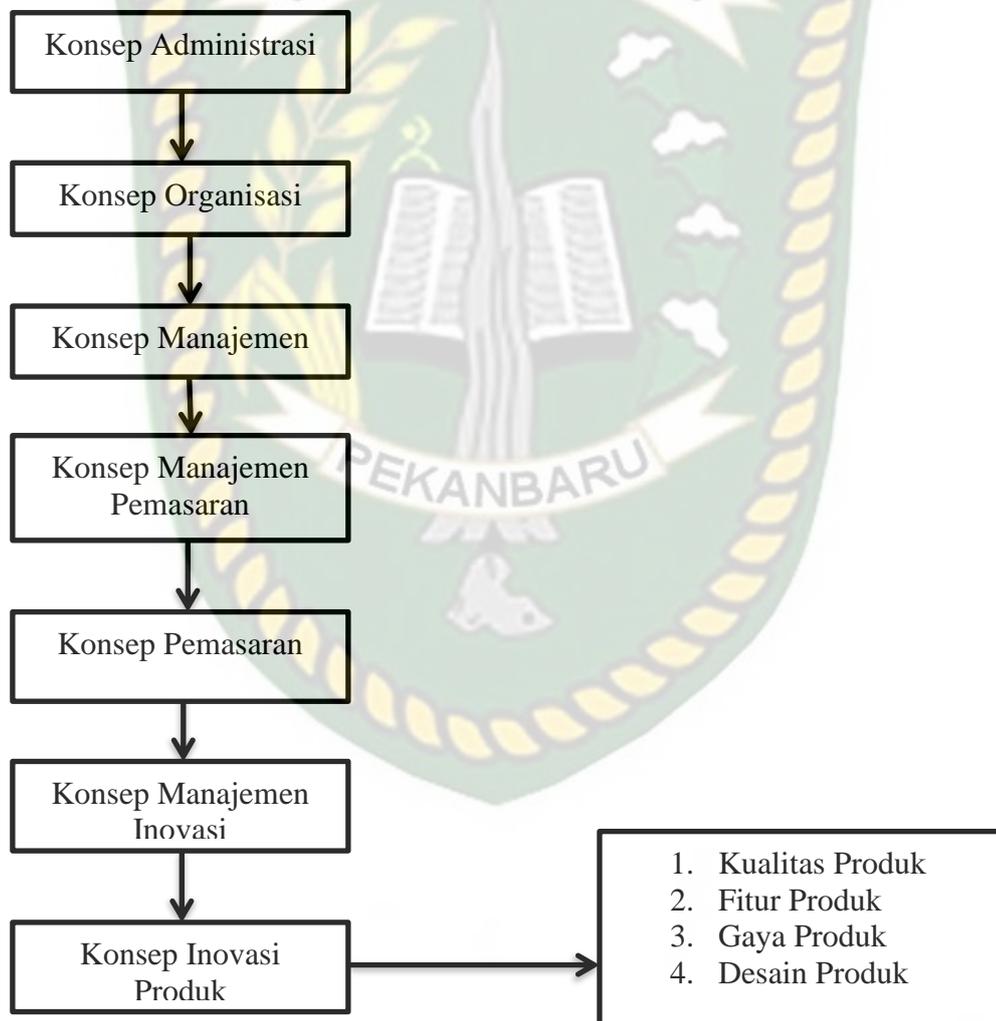
Berdasarkan penelitian terdahulu dapat diambil perbedaan dengan penelitian ini diantaranya :

1. Subyek yang digunakan dalam penelitian terdahulu berbeda dengan subyek penelitian yang akan dilakukan.
2. Penelitian terdahulu berbeda tahun dengan penelitian yang akan dilakukan
3. Objek yang digunakan dalam penelitian terdahulu berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan.

4. Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran merupakan penjabaran hasil secara lisan maupun tulisan runtutan logika seseorang terkaitkan atau hubungan atau pengaruh salah satu kondisi fenomena tertentu yang sedang dijadikan pengamatan sehubungan dengan inovasi produk.

Gambar II.1 :Kerangka Pemikiran



Sumber : Hasil Modifikasi Peneliti, 2019

B. Hipotesis

Hipotesis penelitian ini ialah diduga bahwa inovasi produk pada kacang pukul merek HH yang dilakukan meliputi 1) kualitas produk, 2) fitur produk, 3) gaya produk, dan 4) desain produk.

C. Konsep Operasional

Untuk mengetahui kesalahpahaman dan salah interpretasi tentang konsep-konsep yang digunakan dalam penelitian ini, maka penulis perlu mengemukakan sebagai berikut :

1. Konsep Administrasi

Administrasi merupakan suatu proses kerja sama yang memiliki tujuan serta anggota terdiri atas dua orang atau lebih dan melaksanakan serta menyelesaikan segala sesuatu aktivitas yang sudah diatur secara sistematis yang dilakukan Kacang Pukul Merek HH.

2. Konsep Organisasi

Organisasi merupakan wadah atau tempat yang digunakan oleh Kacang Pukul Merek HH untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

3. Konsep Manajemen

Manajemen diartikan sebagai tindakan-tindakan atau kegiatan yang dilakukan untuk mengatur segala sumber daya Kacang Pukul Merek HH demi tercapainya tujuan yang telah ditetapkan.

4. Konsep Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan melakukan program-program yang dilakukan pada Kacang Pukul Merek HH yang bertujuan menimbulkan pertukaran dengan pasar dengan penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan.

5. Konsep Pemasaran

Pemasaran merupakan bentuk keseluruhan dari kegiatan bisnis yang dilakukan oleh Kacang Pukul Merek HH untuk dapat memuaskan kebutuhan konsumen.

6. Konsep Manajemen Inovasi

Manajemen Inovasi merupakan suatu alat yang digunakan oleh Kacang Pukul Merek HH untuk sebagai alat pengembangan suatu produk dan inovasi.

7. Konsep Inovasi Produk

Inovasi produk diartikan sebagai hasil dari suatu pengembangan produk dari Kacang Pukul Merek HH dan Inovasi produk merupakan cara UKM Kacang Pukul Merek HH untuk menghilangkan suatu kejenuhan konsumen terhadap produknya yang sudah lama atau biasa dan dalam inovasi produk terdapat indikator yakni kualitas produk, fitur produk, dan gaya dan desain produk.

8. Kualitas Produk

Kualitas produk diartikan sebagai sebuah tingkatan dalam daya tahan produk, keandalan produk, dan ketelitian produk untuk memaksimalkan fungsi-fungsinya pada produk kacang pukul merek HH

9. Fitur Produk

Fitur produk diartikan sebagai sebuah produk Kacang Pukul yang di hasilkan Pada Kacang Pukul Merek HH dengan nilai tambah dengan terdapatnya .Keunikan produk, Keistimewaan produk, Kekhasan produk, Label produk dan kadaluwarsa produk pada kacang pukul merek HH.

10. Gaya Produk

Gaya produk diartikan sebagai tampilan luar dan sesuatu yang dapat menarik perhatian dan punyai nilai seni pada Kacang Pukul merek HH dengan terlihatnya penampilan produk, ukuran produk dan model produk kacang pukul merek HH.

11. Desain Produk

Desain produk dapat diartikan sebagai sesuatu yang dapat memberikan kontribusi dalam hal kegunaan produk pada Kacang Pukul merek HH dengan memperhatikan warna produk, rasa produk, merek produk dan kemasan produk.

12. Kacang Pukul

Kacang puku merupakan makanan yang berasal dari olahan kacang tanah yang diproduksi oleh salah satu kacang pukul merek HH kota Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir.

D. Operasional Variabel

Operasional variabel dalam penelitian ini disajikan dalam bentuk tabel, uraian konsep, variabel, indikator, item penilaian, dan skala yang direncanakan untuk mendapatkan hasil penelitian yang baik dan akurat. Tujuan operasional variabel ini menjelaskan konsep-konsep utama, yang dapat dilihat dibawah ini:

Tabel II.2 : Operasional Variabel Analisis Inovasi Produk Kacang Pukul Merek HH Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir

Konsep	Variabel	Indikator	Dimensi (SubIndikator)	Item Pertanyaan	Skala Ukuran
1	2	3	4	5	6
Pemasaran menurut Kotler dan Armstrong adalah sebagai proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk serta nilai dengan pihak lain.(dalam Sindoro, 2004;7)	Inovasi Produk	1.Kualitas Produk	A.Daya Tahan produk	a. Keawetan b. Tidak berjamur c. tidak berbau	Interval
			B.Kelayakan Produk	a.Dikonsumsi b. Alat produksi c. Harga	
			C.Ketelitian Produk	a. Jumlah isi b. Rasa c. Kemasan	
		2.Fitur Produk	A.Keunikan Produk B.Keistimewaan Produk C.Label Halal Produk dan masa kadaluwarsa produk		Interval
		4. Desain Produk	A.Ukuran Produk B.Rasa Produk C.Kemasan Produk		Interval

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2019

E. Teknik Pengukuran

Secara umum teknik dalam pemberian skor yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini adalah teknik *Skala Likert*. Penggunaan skala likert menurut Sugiyono (2012;132) adalah “ skala likert digunakan untuk mengukur sikap pendapat persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena social”. Sehingga dalam menganalisa Analisis Inovasi Produk Kacang Pukul Merek HH Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan Hiir maka penulis menggunakan teknik pengukuran *skala likert* yang digunakan unuk mengukur sikap, pendapa, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tenang fenomena sosia.

Pengukuran terhadap indikator variabel diklasifikasikan menjadi 3 bagian kategori penelitian, yaitu baik, cukup baik, dan kurang baik. Untuk setiap item pertanyaan yang diajukan per sub indikator variabel. Masing-masing alternatif jawabannya terdiri dari 3 kategori dengan nilai skor sebagai berikut :

- a. Skor 3 untuk jawaban Baik
- b. Skor 2 untuk jawaban Cukup Baik
- c. Skor 1 untuk jawaban Kurang Baik

Selanjutnya menuru Putro Widoyoko (2012;110) untuk menentukan jarak interval maka digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Jarak Interval (i)} = \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{Jumlah kelas interval}}$$

Dengan demikian nilai rata-rata terbesar adalah 3 (tiga) dan yang terkecil 1 (satu). Sehingga interval rata-rata kategori adalah sebagai berikut:

$$\text{Interval Skala} = \frac{3 - 1}{3} = 0,7$$

Sehingga hasil perhitungan berdasarkan rumus diatas maka diperoleh interval rata-rata sebagai berikut:

Tabel II.3 : Interval Rata-Rata Variabel Berdasarkan Kategori

Kategori	Interval Rata-rata
Baik/Awet/Layak/Teliti/Unik/Istimewa/Ada/Sesuai/Menarik/Enak	2.41 - 300
Cukup Baik/Cukup Awet/Cukup Layak/Cukup Teliti/Cukup Unik/Cukup Istimewa/Kurang Tahu/Cukup Sesuai/Cukup Menarik/Cukup Enak	1.71 - 2.40
Kurang Baik/Kurang Awe/Kurang Layak/Kurang Teliti/Kurang Unik/Kurang Istimewa/Tidak Ada/Kurang Sesuai/Kurang Menarik/Kurang Enak	1.00 - 1.70

Sumber: Modifikasi Peneliti, 2020

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan metode penelitian kuantitatif karena penelitian ini mengumpulkan data dengan menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data dengan cara melakukan pengamatan di tempat penelitian.

Penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang benar dan secara sistematis tentang informasi ilmiah yang berasal dari subjek atau objek penelitian, penelitian deskriptif berfokus pada penjelasan sistematis tentang fakta yang diperoleh saat penelitian dilakukan (Sanusi, 2011;13).

Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono. 2017;23).

Alasan peneliti menggunakan tipe penelitian ini untuk mengetahui secara jelas dan konkrit tentang analisis inovasi produk kacang pukul merek HH Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Usaha kacang pukul merek HH yang beralamat di Jl. Perdagangan No 45B, Bagan Siapi-api, Kabupaten Rokan Hilir. Alasan penulis melakukan penelitian analisis inovasi produk kacang pukul Merek

HH Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir ini karena kacang pukul merek HH merupakan salah satu dari beberapa kacang pukul Bagan Siapi-api yang menunjukkan adanya indikasi yang relatif berjalan dengan baik dan belum ada yang meneliti analisis inovasi produk kacang pukul Merek HH Bagan Siapi-api kabupaten Rokan Hilir dan sehingga memudahkan penulis untuk memahami fenomena-fenomena yang ada pada analisis inovasi produk kacang pukul merek HH Bagan Siapi-api.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas, obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012;115).

Jadi populasi dapat disimpulkan objek/subyek apa saja yang memiliki kuantitas dan karakteristik yang dapat diukur, yang merupakan unit yang akan diteliti. Maka populasi dari penelitian ini yaitu seluruh konsumen kacang pukul merek HH.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017;137). Sampel diartikan sebagai sebahagian dari populasi yang digunakan sebagai objek penelitian yang memiliki karakteristik yang sama dan bersifat representative (mewakili).

Tabel III.1 Populasi dan Sampel Penelitian

No.	Jenis Populasi	Populasi (Orang)	Sampel (Orang)	Persentase (%)
1.	Pemilik Usaha Kacang Pukul merek HH di Bagan Siapi-api	1	1	100%
2.	Konsumen	~	30	
	Jumlah		31	

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2019

Penetapan sampel berdasarkan pendapat Roscoe dalam buku *Research Methods For Business* (dalam Sugiyono, 2017;129) yang menyarankan ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai 500 orang. Maka yang menjadi sampel dalam penelitian ini ialah 30 orang konsumen kacang pukul merek HH dan yang menjadi sampel, Sedangkan pemilik kacang pukul merek HH dijadikan sebagai informan dalam penelitian ini.

D. Teknik Penarikan Sampel

Adapun teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan teknik *sampling insidental*. yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, jika konsumen tersebut cocok sebagai sumber data (Sugiyono. 2017;144), seperti konsumen yang sudah pernah membeli kacang pukul merek HH.

Cara penulis menemukan dan memberikan kuisisioner kepada para konsumen Kacang Pukul Merek HH yaitu dengan mendatangi tempat usaha kacang pukul merek HH tersebut dan menunggu konsumen yang sesuai untuk dapat diberikan kuisisioner yaitu konsumen yang tentunya telah melakukan

pembelian produk Kacang Pukul merek HH. Penulis melakukan kegiatan ini selama 3 minggu kerja, yang dimulai pukul 09.00 WIB hingga pukul 16.00 WIB.

E. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan untuk penelitian ini terdiri dari sebagai berikut :

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumber data di lapangan seperti hasil wawancara dan pengisian angket. Adapun data primer dalam penelitian ini adalah hasil dari data wawancara dan data hasil pembagian angket yang penulis bagikan kepada responden terkait dengan inovasi produk kacang pukul merek HH.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari berbagai sumber yang telah ada seperti internet, buku, jurnal, surat kabar, katalog, dokumentasi dan lain-lain. Adapun data sekunder dalam penelitian ini adalah berupa catatan, arsip maupun keterangan lainnya meliputi : sejarah perkembangan kacang pukul merek HH Bagan Siapi-api, kabupaten Rokan Hilir.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data ini adalah melalui studi lapangan, yaitu dengan melakukan penelitian langsung, yang dilakukan dengan cara :

a. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

Dalam teknik ini penulis melakukan wawancara langsung dan mengajukan pertanyaan kepada pemilik usaha kacang pukul merek HH untuk memperoleh informasi terkait Inovasi produk kacang pukul merek HH Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir.

b. Kuesioner

Kuesioner menurut Sugiyono (2012:199) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam teknik ini peneliti memberi seperangkat atau beberapa pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden. Selain itu apabila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah luas kuesioner ini sangat cocok. Pertanyaan kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau melalui pos, atau internet.

c. Dokumentasi

Yaitu pengumpulan data dengan cara mengambil data-data dari catatan tempat penelitian, dokumentasi sesuai dengan masalah yang diteliti atau mengambil gambar atau foto tempat penelitian.

d. Teknik Observasi

Yaitu teknik pengumpulan data dengan pengamatan mengenai analisis inovasi produk kacang pukul merek HH Bagan Siapi-api kabupaten Rokan Hilir secara langsung oleh penulis terhadap konsumen dimana objek penelitian dilapangan tempat penelitian dilaksanakan, sehingga data yang dikumpulkan lebih lengkap.

G. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data, penulisan menggunakan metode deskriptif, dimana metode deskriptif ini adalah analisa data dengan pengelompokan data dan kemudian dihubungkan dengan teori-teori yang digunakan dalam penelitian yang berkaitan dengan permasalahan yang ada pada suatu perusahaan, yang mana penelitian ini berkenaan dengan inovasi produk kacang pukul merek HH di Bagan Siapi-api kabupaten Rokan Hilir.

A. Jadwal Kegiatan Penelitian

Tabel III.2 : Perincian Jadwal Kegiatan Penelitian Tentang “Analisis Inovasi Produk Kacang Pukul Merek HH Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir”

No	Jenis Kegiatan	Bulan, Minggu dan Tahun 2019-2020																							
		Maret 2019				Juli 2019				Agustus 2019				November 2019				Januari 2019				Maret 2020			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan Proposal																								
2	Ujian Proposal																								
3	Revisi Proposal																								
4	Kuisisioner																								
5	Rekomendasi Survei																								
6	Survei Lapangan																								
7	Analisis data																								
8	Penyusunan Laporan Hasil Penelitian																								
9	Konsultasi Revisi Skripsi																								
10	Ujian Konferensi Skripsi																								
11	Revisi Skripsi																								
12	Pengandaan Skripsi																								

Sumber data : Modifikasi Penelitian, 2020

BAB IV

DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Singkat Usaha Kacang Pukul Merek HH di Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir

Kacang pukul merek HH merupakan salah satu makanan khas yang berasal dari Bagan Siapi-api kabupaten Rokan Hilir. Kacang pukul merek HH merupakan kacang pukul yang sudah berdiri sejak 1958 oleh seorang warga keturunan Tionghoa bernama bapak Cua Kim Cui. Kacang pukul merek HH kini dipegang oleh generasi ketiga yaitu ibu Licuan. Kacang pukul merek HH hingga kini tidak memiliki cabang selain berlokasi di jalan Perdagangan no 45B, Bagan Siapi-api yaitu tepatnya di Toko HH.

Penyebutan kacang pukul ini berasal karena cara mengelolanya atau memprosesnya dengan yaitu di pukul atau juga dapat disebut ditumbuk. Selanjutnya saat awal berdiri, kacang pukul ini bernama HOHO kemudian disingkat menjadi HH. Makanan ringan ini sering dijadikan oleh-oleh wajib jika berkunjung ke Bagan Siapi-api terutama saat acara warga Tionghoa dalam merayakan bakar tongkang dan hari besar lainnya.

Awal usaha Kacang Pukul HH berdiri proses pembuatan masih dengan cara manual semua. Namun kini pembuatan kacang pukul merek HH untuk pengepakan dan pengemasannya menggunakan bantuan mesin. Bahan kacang yang digunakan untuk pembuatan Kacang Pukul menggunakan kacang yang

berasal dari petani setempat. Proses pembuatannya dimulai dengan pengupasan kulit kacang kemudian dihaluskan atau ditumbuk menggunakan mesin, kemudian ditambahkan gula dan ditumbuk secara bersamaan lalu selanjutnya proses pemotongan menjadi bagian-bagian yang kecil secara manual oleh karyawan. Setelah pemotongan kacang yang telah ditumbuk selanjutnya menunggu kacang tersebut kering dan siap dikemas.

B. Visi dan Misi Usaha Kacang Pukul Merek HH Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir

1. Visi Usaha Kacang Pukul Merek HH Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir

Membuat produk kacang pukul merek HH berbeda dan mengikuti zaman agar tetap menjadi produk yang unggul dibanding kompetitor sejenis lainnya.

2. Misi Usaha Kacang Pukul Merek HH Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir

- a. Mengevaluasi produknya dan melihat selera konsumen pada setiap zamannya.
- b. Mencari referensi rasa dan bentuk kemasan yang modern
- c. Mengingatkan konsumen terua-menerus untuk tidak salah pilih merek kacang pukul HH

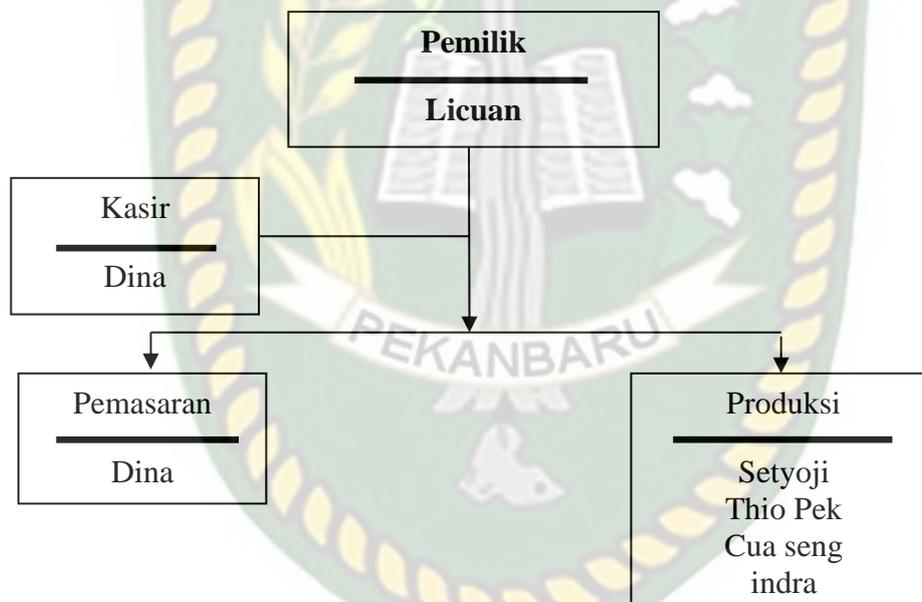
C. Struktur Organisasi Usaha Kacang Pukul Merek HH Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir

Struktur organisasi mempunyai peranan yang sangat penting dalam suatu perusahaan ataupun lembaga dan intuisi, karena tanpa adanya struktur organisasi yang sistematis dan baik, maka akan sulit bagi suatu koperasi dalam menjalankan berbagai aktivitas dan kegiatan secara terarah, tertib dan secara teratur dalam pencapaian tujuan-tujuannya. Jadi salah satu unsur dan manfaat penting yang terkandung dari suatu struktur organisasi yang baik, yakni sebagai alat untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan oleh kacang pukul merek HH sebelumnya. Hal ini berguna untuk mencapai tujuan organisasi dan terciptanya suatu kerja sama antara sesama anggota organisasi yang dalam hal ini adalah pemilik ataupun karyawan. Dalam hal ini suatu organisasi selalu terdapat unsur atau elemen sebagai berikut:

1. Adanya pimpinan dan sekelompok manusia yang akan dipimpin.
2. Terdapat tujuan yang akan dicapai serta adanya kerjasama.
3. Adanya wewenang dan tanggung jawab

Dalam kaitan ini, pemilik sebagai pengambil keputusan dalam organisasi yang dipimpinnya yang mana ia mempunyai tanggung jawab terhadap berlangsungnya kegiatan dalam organisasi tersebut, dan juga harus dapat menciptakan keadaan atau kondisi dimana selalu berusaha untuk memaksimalkan segala potensi yang dimilikinya untuk kemajuan usaha kacang pukul merek HH.

Untuk itu diperlukan suatu organisasi, dimana organisasi adalah bentuk setiap perserikatan manusia dalam mencapai tujuan bersama. Agar fungsi organisasi terbentuk dan bermakna maka perlu adanya pembagian tugas dan wewenang tersebut, selanjutnya dituangkan dalam struktur organisasi yang diartikan sebagai hubungan antara macam-macam fungsi atau aktivitas di dalam organisasi. Dengan adanya struktur tersebut, diharapkan usaha kacang pukul merek HH bisa berjalan baik. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar IV.1 : Struktur Organisasi Usaha Kacang Pukul Merek HH Di Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir

C. Fungsi Dan Tugas Organisasi

Untuk menggerakkan suatu organisasi dibutuhkan personal yang memegang jabatan tertentu dalam organisasi, masing-masing personil diberi tanggung jawab sesuai dengan jabatannya, dengan demikian akan mempermudah

pengarahan serta mengevaluasi pelaksanaan dari suatu pekerjaan. Adapun tugas, wewenang dan tanggung jawab dari tiap-tiap unit dalam struktur organisasi “Kacang Pukul Merek HH” Sebagai berikut :

1. Pemilik (Owner)

Tugas pemimpin atau pemilik pada usaha Kacang Pukul merek HH adalah sebagai berikut :

- a. Bertanggung jawab sepenuhnya atas kebutuhan usaha Kacang Pukul merek HH.
- b. Membuat sebuah kebijakan untuk kemajuan usaha Kacang Pukul merek HH
- c. Membina karyawan agar dapat memikul tanggung jawab masing-masing secara baik
- d. Melakukan pembayaran kepada supplier
- e. Mengontrol aktivitas keuangan atau transaksi keuangan perusahaan

2. Kasir

Tugas dan fungsi kasir pada Toko pada Usaha Kacang Pukul merek HH ialah sebagai berikut :

- a. Menjalankan proses penjualan dan pembayaran
- b. Membantu konsumen dalam memberikan informasi mengenai produknya
- c. Melakukan proses transaksi pelayanan jual beli serta melakukan pembungkusan
- d. Melakukan pengecekan atas stock produk

3. Pemasaran

Tugas untuk pemasaran pada usaha kacang pukul merek HH adalah sebagai berikut:

- a. Bertugas menghasilkan pemasukan bagi usaha kacang pukul merek HH dengan cara menjual produk tersebut di berbagai minimarket dan menjual secara online.
- b. Menjalinkan hubungan baik dengan pelanggan dan masyarakat dengan cara membagikan produk kacang pukul kepada setiap konsumen yang datang dan selalu mengingatkan konsumen untuk tidak salah memilih merek kacang pukul HH.

4. Produksi

Fungsi dan tugas produksi menciptakan barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan masyarakat pada waktu harga dan jumlah yang tepat. Karena itu, agar fungsi produksi dapat berperan dengan baik perencanaan produksi adakah sebagai berikut :

- a. Bertanggung jawab untuk membuat produk menjadi unggul
- b. Bertanggung jawab untuk melakukan proses pembuatan produk kacang pukul HH
- c. Serta melakukan tugas pengemasan untuk produk kacang pukul HH

D. Sumber Daya Usaha Kacang Pukul Merek HH Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir

Usaha Kacang Pukul merek HH memiliki beberapa sumber daya organisasi yang menunjang kegiatan penjualan produk kacang pukul merek HH, sumber daya organisasi tersebut antara lain:

1. Manajemen usaha kacang pukul merek HH didukung oleh tenaga kerja yang berkompeten dibidangnya masing-masing. Jumlah karyawan pada usaha kacang pukul merek HH ialah 5 orang terdiri dari 2 orang pengepak dan pengelola kacang, 2 orang pengemasan, 1 orang kasir dan 1 orang pemilik.
2. Adapun mesin yang terdapat di usaha kacang pukul merek HH yang digunakan untuk memproduksi kacang pukul ialah adanya 1 mesin pengepakan, 1 mesin untuk pengemasan kacang dan 1 mesin penutup kemasan. Selain itu terdapat meja kasir dan kursi kasir, dan rak 4 tingkat untuk produk yang dijual .
3. Bahan utama untuk pembuatan kacang pukul yaitu kacang tanah, gula pasir, garam dan varian rasa seperti kopi, milo, pandan, coklat, dan strawberry
4. Pasar yang dijangkau oleh produk kacang pukul merek HH ini telah menjangkau ke luar kota yang biasanya terdapat beberapa saja di minimarket dan toko oleh-oleh dan juga melalui media online seperti instagram, shopee, lazada, bukapalak, dan aplikasi jual beli lainnya.

F. Bahan dan Cara Pembuatan Kacang Pukul Merek HH Bagan Siapi-api

Bahan :

1. Kacang tanah berkualitas dari petani setempat di Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir
2. Gula pasir dan garam secukupnya
3. Varian rasa strawberry, milo, coklat, pandan, dan kopi

Cara Pembuatannya :

1. Kacang tanah terlebih dahulu dibersihkan dengan menggunakan air bersih



2. Kacang tanah yang sudah bersih kemudian di giling



3. Lalu kacang tanah ditaburi gula dan sedikit garam halus dan di pukul-pukul menggunakan alat khusus sehingga tercampur merata sampai kacang terlihat mekar dan mengembang.



4. Proses selanjutnya yaitu kacang untuk rasa original langsung dilakukan penggulungan, namun untuk kacang yang memiliki varian rasa dapat dilakukan penaburan rasa di atas kacang kemudian digulung.
5. Selanjutnya proses pemotongan kacang sesuai dengan ukurannya



6. Diamkan adonan sampai kering
7. Jika sudah kering, maka dilakukan proses dibungkus dengan kertas minyak (dahulu) secara tradisional ataupun pembungkus plastik (sekarang) menggunakan mesin.



8. Jika sudah dibungkus kacang paku perpcsnya, maka dapat dilakukan proses pengemasan sesuai jenis kemasan berdasarkan rasa, jumlah, dan jenis kemasan.



BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Identitas Responden

Identitas responden merupakan keterangan yang diperoleh responden berupa data kuisisioner yang disebarkan data penulis yang berisikan mengenai jenis kelamin, umur, pekerjaan, dan tingkat pendidikan responden konsumen kacang pukul merek HH Bagan Siapi-api. maka dapat dilihat pada keterangan dibawah ini, sebagai berikut :

1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pengumpulan data melalui kuesioner mengenai karakteristik responden berdasarkan hasil penelitian karakteristik responden menurut jenis kelamin dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel V.1 : Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Pada Konsumen Kacang Pukul Merek HH

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-Laki	9	30.0%
2	Perempuan	21	70.0%
	Jumlah	30	100%

Sumber : Data Olahan Peneliti Menggunakan SPSS 22.0, 2020

Dari tabel V.1 diatas dapat dilihat bahwa jumlah konsumen jika dilihat dari jenis kelamin laki-laki sebanyak 9 orang dengan persentase 30,0% dan jenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 21 orang atau sama dengan persentase 70,0%

dari keseluruhan konsumen yang membeli kacang pukul merek HH berjumlah 30 orang.

2. Responden Berdasarkan Umur

Usia/umur menggambarkan tingkat kedewasaan seseorang dalam bersikap. Maka dari itu kriteria usia merupakan kriteria penting untuk ditanyakan kepada seorang konsumen.

Pengumpulan data melalui kuesioner mengenai karakteristik responden berdasarkan hasil penelitian karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel V.2 : Identitas Responden Berdasarkan Umur/usia Pada Konsumen Kacang Pukul Merek HH

No	Umur	Frekuensi	Persentase (%)
1.	17 s.d 25	10	33.3%
2.	26 s.d 35	11	36.7%
3.	36 s.d 45	8	26.7%
4.	46 s.d 55	1	3.3%
	Jumlah	30	100%

Sumber : Data Olahan Peneliti Menggunakan SPSS 22.0, 2020

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa untuk umur konsumen kacang pukul merek HH Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir berumur 17 sampai 25 adalah sebanyak 10 orang atau sebesar 33,3%, untuk umur antara 26 sampai 35 tahun yaitu sebanyak 11 orang atau sebesar 36,7% untuk umur 36 sampai 45 tahun yaitu sebanyak 8 orang atau sebesar 26,7% dan umur 46 sampai 55 yaitu sebanyak 1 orang sebanyak 3,3%.

3. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pengumpulan data melalui kuesioner mengenai karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel V.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Konsumen Kacang Pukul Merek HH

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Persentasi (%)
1	Mahasiswa	5	16.7%
2	PNS	2	6.7%
3	Pelajar	3	10.0%
4	Wiraswasta	12	40.0%
5	UMUM	8	26.7%
	Jumlah	30	100%

Sumber : Data Olahan Peneliti Menggunakan SPSS 22.0, 2020

Berdasarkan Tabel V.3 dapat dilihat bahwa ditinjau dari segi pekerjaan, terbanyak adalah wiraswasta sebanyak 12 orang atau sebesar 40,0%, yang kedua yaitu dari kategori pekerjaan UMUM sebanyak 8 orang atau sebesar 26,7%, yang ketiga yaitu kategori mahasiswa sebanyak 5 orang yaitu sebesar 16,7%, kemudian Kategori pelajar sebanyak 3 orang yaitu sebesar 10,0% dan terendah bekerja sebagai PNS sebanyak 2 orang yaitu sebesar 6,7%.

4. Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan adalah hal yang sangat penting dalam menjalankan kehidupan, dengan pendidikan orang dapat berfikir dan mempunyai rencana yang lebih luas untuk menentukan masa depannya. Maka berdasarkan pendidikan terakhir, diperoleh hasil seperti pada tabel berikut:

Tabel V.4 : Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Konsumen Kacang Pukul Merek HH

No.	Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
1	SD	0	0%
2	SMP	5	16.7%
3	SMA	10	33.3%
4	DIPLOMA	2	6.7%
5	S1	11	36.7%
6	S2	2	6.7%
Jumlah		30	100%

Sumber : Data Olahan Peneliti Menggunakan SPSS 22.0, 2020

Berdasarkan tabel V.4 diatas dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan responden yang merupakan konsumen yang membeli kacang pukul merek HH untuk tingkat pendidikan terakhir SD yaitu 0 , untuk tingkat pendidikan terakhir SMP sebanyak 4 orang yaitu sebesar 13,3%, untuk tingkat pendidikan terakhir SMA sebanyak 11 orang yaitu sebesar 36,7%, kemudian tingkat pendidikan terakhir DIPLOMA sebanyak 2 orang atau sebesar 6,7% dan untuk pendidikan terakhir S1 sebanyak 11 atau sebesar 36,7% dan terakhir untuk S2 sebanyak 2 orang atau sebesar 6,7%.

B. Analisis Inovasi Produk Kacang Pukul Merek HH

Inovasi produk merupakan keberhasilan sosial dan ekonomi bakat diperkenalkan atau ditemukannya cara-cara baru atau kombinasi baru dari cara-cara lama dalam mentrasformasikan input menjadi output sedemikian rupa sehingga berhasil menciptakan perubahan besar atau perubahan drastis dalam hubungan antara nilai guna atau nilai manfaat dan nilai moneter harga.

Salah satu pokok pertimbangan industri dalam melakukan inovasi produk adalah dengan mempertimbangkan faktor-faktor inovasi produk yang ada seperti fitur produk, kualitas produk, gaya produk dan desain produk. Untuk itu disini akan dikemukakan beberapa pedoman yang dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan didalam penetapan inovasi produk yang tepat.

1. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan sebuah tingkatan dari produk yang mampu melakukan fungsi-fungsinya yang meliputi daya tahan produk, kelayakan produk, dan ketelitian produk yang dihasilkannya. Daya tahan produk mencerminkan umur ekonomis dari produk tersebut, sedangkan kelayakan produk ini diharapkan resiko kegagalan dalam memasarkan produk dapat dihindari yang berikutnya ditunjang dengan ketelitian yang sesuai dengan keinginan.

1) Daya Tahan Produk

Daya tahan yang dimaksud dalam penelitian ini ialah penilaian terhadap berapa lama produk kacang pukul merek HH tetap dapat bertahan untuk dikonsumsi. Untuk mengukur daya tahan produk dapat dilihat pada keawetan, jamur, dan aroma.

a. Keawetan Produk

Berikut tanggapan konsumen dari 30 orang responden yang mengisi kuesioner mengenai keawetan produk Kacang Pukul merek HH Bagan Siapi-api kabupaten Rokan Hilir. Dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel V.5 : Tanggapan Responden Mengenai Daya Tahan Keawetan Produk Pada Kacang Pukul Merek HH

No.	Tanggapan Responden	Skor	Frekuensi	Bobot	Persentase (%)
1	Awet	3	17	51	56.7%
2	Cukup Awet	2	10	20	33.3%
3	Kurang Awet	1	3	3	10.0%
Jumlah			30	74	100%
Rata-Rata Skor					2.5
Interval Skala Kategori					Awet

Sumber : Data Olahan Peneliti Menggunakan SPSS 22.0, 2020

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai daya tahan keawetan produk pada tabel V.5 diatas diketahui untuk responden yang menjawab “awet” sebanyak 17 orang. Adapun dengan alasan diantaranya karena keawetan Kacang Pukul Merek HH memiliki daya tahan yang lama dengan jangka sesuai masa kadaluwarsa yang ditetapkan. Ketahanan ini dapat bertahan hingga 9 bulan untuk kemasan yang baru, dibanding kemasan yang lama yang hanya bertahan 3 bulam. renyah walaupun disimpan di kulkas maupun suhu ruangan biasa.

Identitas responden yang menjawab untuk kategori “awet” yaitu dalam kategori jenis kelamin terdapat 13 perempuan dan 4 laki-laki. Untuk kategori umur sebanyak 6 orang dengan umur 17-25 tahun, 7 orang dengan umur 26-35 tahun, 3 orang dengan umur 36-45 tahun, dan 1 orang dengan umur 46-55 tahun. Untuk kategori pendidikan yaitu sebanyak 2 orang tingkat SMP, 5 orang SMA, 1 orang Diploma, 7 orang S1, dan 2 orang S2. Dan selanjutnya dalam kategori

pekerjaan diketahui sebanyak 7 orang pekerja umum, 5 orang pekerja wiraswasta, 2 orang pelajar, 1 orang PNS, dan 2 orang mahasiswa.

Untuk responden yang menjawab kategori “cukup awet” sebanyak 10 orang yang dimana Adapun alasan yang diberikan diantaranya karena keawetan kacang pukul merek HH cukup awet dan jenis makanan yang cukup tahan lama.

Identitas responden yang menjawab untuk kategori “cukup awet” yaitu untuk berdasarkan jenis kelamin terdapat 6 orang perempuan dan 4 laki-laki. Untuk kategori umur sebanyak 4 orang dengan umur 17-25 tahun, 2 orang dengan umur 26-35 tahun, dan 4 orang dengan umur 36-45 tahun. Untuk kategori pendidikan yaitu sebanyak 2 orang tingkat SMP, 4 orang SMA, 1 orang Diploma, dan 3 orang S1. Selanjutnya untuk kategori pekerjaan terdapat 5 orang pekerja wiraswasta, 3 orang mahasiswa, 1 orang pelajar, dan 1 orang pekerja umum.

Kemudian untuk responden yang menjawab dengan kategori “kurang awet” yaitu sebanyak 3 orang. Adapun alasan yang diberikan diantaranya untuk kemasan yang telah terbuka keawetannya sangat kurang dan juga kemasan yang lama lebih tidak tahan lama dibanding kemasan baru.

Identitas responden yang menjawab untuk kategori “kurang awet” yang dimana diantaranya adalah dalam kategori jenis kelamin terdapat 2 orang perempuan dan 1 laki-laki. Untuk kategori umur sebanyak 2 orang dengan umur 26-35 tahun dan 1 orang dengan umur 36-45 tahun. Untuk kategori pendidikan yaitu sebanyak 1 orang tingkat SMP, 1 orang SMA, dan 1 orang Diploma. Selanjutnya kategori pekerjaan terdapat 2 orang wiraswasta dan 1 orang PNS.

”Berdasarkan hasil wawancara peneliti pada tanggal 5 Maret 2020 dengan pemilik usaha Kacang Pukul Merek HH, ia mengatakan bahwa keawetan

produk kacang pukul merek HH sebelumnya hanya bertahan hingga 3 bulan. Tapi untuk sekarang produk kacang pukul merek HH ini sudah bisa kurang lebih 9 bulan. Karena kemasan yang dipakai juga sudah lebih bagus dan aman, jadi produknya juga lebih bisa tahan lama”

Berdasarkan analisis dari hasil kuesioner dan wawancara dengan responden, maka dapat dikatakan daya tahan untuk keawetan produk sudah berada pada kategori “Awet”. Hal ini karena tidak mudah berubah kualitasnya dan dapat bertahan cukup lama sesuai masa habis kadaluwarsa produknya hingga 9 bulan.

b. Timbulnya Jamur

Berikut tanggapan konsumen dari 30 orang responden yang mengisi kuesioner mengenai timbulnya jamur pada produk Kacang Pukul merek HH Bagan Siapi-api kabupaten Rokan Hilir. Dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel V.6 : Tanggapan Responden Mengenai Daya Tahan Terhadap Timbulnya Jamur pada Produk Kacang Pukul Merek HH

No.	Tanggapan Responden	Skor	Frekuensi	Bobot	Persentase (%)
1	Tidak berjamur	3	17	51	36,7%
2	Kurang Tahu	2	13	26	63,3%
3	Berjamur	1	0	0	0%
Jumlah			30	77	100%
Rata-Rata Skor					2.6
Interval Skala Kategori					Tidak Berjamur

Sumber : Sumber : Data Olahan Peneliti Menggunakan SPSS 22.0, 2020

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai daya tahan terhadap timbulnya jamur pada tabel V.6 diatas diketahui untuk responden yang menjawab “tidak berjamur” sebanyak 17 orang. Adapun alasan diantaranya karena Kacang Pukul merek HH tidak mengalami penjamuran walaupun lama telah disimpan dan dapat dikatakan daya tahannya sesuai dengan masa kadaluwarsa yang tertera.

Identitas responden yang menjawab untuk kategori “tidak berjamur” yang diantaranya dalam kategori jenis kelamin terdapat 10 orang perempuan dan 7 laki-laki. Untuk kategori umur sebanyak 6 orang dengan umur 17-25 tahun, 5 orang dengan umur 26-35 tahun, 5 orang dengan umur 36-45 tahun, dan 1 orang dengan umur 46-55 tahun. Untuk kategori pendidikan yaitu sebanyak 2 orang tingkat SMP, 5 orang SMA, 2 orang Diploma, 7 orang S1, dan 2 orang S2. Dalam pekerjaan diketahui terdapat 6 orang pekerja umum, 4 orang pekerja wiraswasta, 3 orang pelajar, 2 orang PNS, dan 2 orang mahasiswa.

Kemudian untuk responden yang menjawab kategori “kurang tahu” sebanyak 13 orang. Adapun alasan yang diberikan diantaranya karena para responden tersebut sering mengkonsumsi secara langsung atau tidak untuk jangka panjang sehingga banyak konsumen yang belum mengetahui apakah mudah berjamur atau tidak.

Identitas responden yang menjawab untuk kategori “kurang tahu” yang dimana diantaranya adalah dalam kategori jenis kelamin terdapat 10 orang perempuan dan 2 laki-laki. Untuk kategori umur sebanyak 4 orang dengan umur 17-25 tahun, 6 orang dengan umur 26-35 tahun, dan 3 orang dengan umur 36-45 tahun. Untuk kategori pendidikan yaitu sebanyak 3 orang tingkat SMP, 5 orang SMA, dan 3 orang S1. Dengan berdasarkan pekerjaan yaitu 8 orang pekerja wiraswasta, 3 orang mahasiswa, dan 2 orang pekerja umum.

“Berdasarkan hasil wawancara peneliti pada tanggal 5 Maret 2020 dengan pemilik usaha Kacang Pukul Merek HH, ia mengatakan bahwa sejauh ini belum ada konsumen yang mengeluh apapun tentang produk apalagi timbulnya jamur, jadi produk kacang pukul ini tahan lama dari jamur”.

Berdasarkan analisis dari hasil kuesioner dan wawancara dengan responden, maka dapat dikatakan daya tahan untuk timbulnya jamur pada produk kacang pukul merek HH berada pada kategori “**tidak berjamur**”. Hal ini karena Kacang Pukul merek HH tidak mengalami penjamuran walaupun lama telah disimpan.

c. Aroma Produk

Berikut tanggapan konsumen dari 30 orang responden yang mengisi kuesioner mengenai aroma produk Kacang Pukul merek HH Bagan Siapi-api kabupaten Rokan Hilir. Dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel V.7 : Tanggapan Responden Mengenai Daya Tahan Terhadap Timbulnya Aroma Bau Pada Produk Kacang Pukul Merek HH

No.	Tanggapan Responden	Skor	Frekuensi	Bobot	Persentase (%)
1	Tidak Berbau	3	19	57	63,3%
2	Kurang Tahu	2	11	22	36,7%
3	Berbau	1	0	0	0%
Jumlah			30	79	100%
Rata-Rata Skor					2.6
Interval Skala Kategori					Tidak Berbau

Sumber : Data Olahan Peneliti Menggunakan SPSS 22.0, 2020

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai daya tahan terhadap aroma bau pada tabel V.7 diatas diketahui untuk responden yang menjawab “tidak berbau” sebanyak 19 orang . Adapun alasan yang diberikan diantaranya karena responden mengatakan selama mengkonsumsi secara langsung atau disimpan lama dan dibawa sebagai oleh-oleh untuk waktu yang lama tidak menimbulkan aroma yang berbau.

Identitas responden yang menjawab untuk kategori “tidak berbau ” yang diantaranya dalam kategori jenis kelamin terdapat 15 orang perempuan dan 4 laki-laki. Untuk kategori umur sebanyak 7 orang dengan umur 17-25 tahun, 8 orang dengan umur 26-35 tahun, 3 orang dengan umur 36-45 tahun, dan 1 orang dengan umur 46-55 tahun. Untuk kategori pendidikan yaitu sebanyak 2 orang tingkat SMP, 8 orang SMA, 1 orang Diploma, 7 orang S1, dan 1 orang S2. Dalam pekerjaan diketahui terdapat adalah 7 orang pekerja wiraswasta, 4 orang pekerja umum, 4 orang mahasiswa, 2 orang pelajar, dan 1 orang PNS.

Kemudian untuk responden yang menjawab kategori “kurang tahu” sebanyak 11 orang. Adapun alasan yang diberikan diantaranya karena para responden tersebut tidak mengetahui apakah kacang pukul merek HH dapat menimbulkan jamur karena selalu dikonsumsi tidak untuk waktu yang lama dan membeli untuk dijadikan cemilan dirumah untuk masyarakat setempat, tidak untuk oleh-oleh.

Identitas responden yang menjawab untuk kategori “kurang tahu” yang dimana diantaranya adalah dalam kategori jenis kelamin terdapat 7 orang perempuan dan 5 laki-laki. Untuk kategori umur sebanyak 3 orang dengan umur 17-25 tahun, 3 orang dengan umur 26-35 tahun, dan 5 orang dengan umur 36-45 tahun. Untuk kategori pendidikan yaitu sebanyak 3 orang tingkat SMP, 2 orang SMA, 2 orang Diploma, 3 orang S1, dan 1 orang S2. Dalam pekerjaan diketahui terdapat 4 orang pekerja wiraswasta, 1 orang mahasiswa, 4 orang pekerja umum, 1 orang pelajar, dan 1 orang PNS.

“Berdasarkan hasil wawancara peneliti pada tanggal 5 Maret 2020 dengan pemilik usaha Kacang Pukul Merek HH, ia mengatakan bahwa produksi kacang pukul HH tidak mengeluarkan aroma bau atau tidak sedap”.

Berdasarkan analisis dari hasil kuesioner dan wawancara dengan responden, maka dapat dikatakan daya tahan untuk aroma produk sudah berada pada kategori “**tidak berbau**”. Hal ini karena produk Kacang Pukul merek HH walaupun dalam jangka waktu yang lama tidak mengeluarkan aroma yang bau.

1) Kelayakan Produk

Kelayakan yang dimaksud dalam penelitian ini ialah penilaian terhadap layak atau tidaknya produk Kacang Pukul merek HH. Kelayakan dalam inovasi produk ini diukur dengan melihat tingkat layaknya produk tersebut untuk dikonsumsi, tingkat kelayakan alat yang digunakan, dan tingkat kelayakan harga dari produk Kacang Pukul merek HH.

a. Kelayakan Dikonsumsi

Berikut tanggapan konsumen dari 30 orang responden yang mengisi kuesioner mengenai kelayakan dikonsumsi pada produk Kacang Pukul merek HH Bagan Siapi-api kabupaten Rokan Hilir. Dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel V.8 : Tanggapan Responden Mengenai Kelayakan Untuk Dikonsumsi Pada Produk Kacang Pukul Merek HH

No.	Tanggapan Responden	Skor	Frekuensi	Bobot	Persentase (%)
1	Layak	3	15	45	50,0%
2	Cukup Layak	2	15	30	50,0%
3	Kurang Layak	1	0	0	0%
Jumlah			30	75	100%
Rata-Rata Skor					2.5
Interval Skala Kategori					Layak

Sumber : Data Olahan Peneliti Menggunakan SPSS 22.0, 2020

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai kelayakan dikonsumsi pada tabel V.8 di atas diketahui untuk responden yang menjawab “layak” sebanyak 15 orang. Adapun alasan yang diberikan diantaranya karena Kacang Pukul merek HH aman untuk dikonsumsi karena selama konsumen tersebut mengkonsumsi tidak pernah mengalami efek yang berbahaya dari produk Kacang Pukul Merek HH baik untuk orang dewasa maupun anak-anak dan juga karena adanya label halal untuk muslim dan komposisi aman.

Identitas responden yang menjawab untuk kategori “layak” yang diantaranya dalam kategori jenis kelamin terdapat 11 orang perempuan dan 4 laki-laki. Untuk kategori umur sebanyak 5 orang dengan umur 17-25 tahun, 6 orang dengan umur 26-35 tahun, 3 orang dengan umur 36-45 tahun, dan 1 orang dengan umur 46-55 tahun. Untuk kategori pendidikan yaitu sebanyak 1 orang tingkat SMP, 5 orang SMA, 1 orang Diploma, 6 orang S1, dan 2 orang S2. Dalam pekerjaan diketahui terdapat 4 orang pekerja wiraswasta, 5 orang pekerja umum, 3 orang mahasiswa, 2 orang pelajar, dan 1 orang PNS.

Kemudian untuk responden yang menjawab kategori “cukup layak” sebanyak 15 orang. Adapun alasan yang diberikan diantaranya karena kacang pukul merek HH tidak menggunakan komposisi yang berbahaya dan aman untuk anak-anak ataupun orang dewasa.

Identitas responden yang menjawab untuk kategori “cukup layak” yang dimana diantaranya dalam kategori jenis kelamin terdapat 10 orang perempuan dan 5 orang laki-laki. Untuk kategori umur sebanyak 5 orang dengan umur 17-25 tahun, 5 orang dengan umur 26-35 tahun, dan 5 orang dengan umur 36-45 tahun..

Untuk kategori pendidikan yaitu sebanyak 4 orang tingkat SMP, 5 orang SMA, 2 orang Diploma, dan 4 orang S1. Dalam pekerjaan diketahui terdapat 8 orang pekerja wiraswasta, 2 orang mahasiswa, 3 orang pekerja umum, 1 orang pelajar, dan 1 orang PNS.

“Berdasarkan hasil wawancara peneliti pada tanggal 5 Maret 2020 dengan pemilik usaha Kacang Pukul Merek HH, ia mengatakan bahwa Kacang Pukul Merek HH layak dikonsumsi karena sudah memiliki izin produksi pangan serta menggunakan bahan-bahan yang aman dan kacang berkualitas dari petani setempat sehingga aman dan layak dikonsumsi”.

Berdasarkan analisis dari hasil kuesioner dan wawancara dengan responden, maka dapat dikatakan kelayakan untuk dapat dikonsumsi sudah berada pada kategori **“layak”**. Hal ini karena produk Kacang Pukul HH aman dikonsumsi dan tidak memakai bahan yang berbahaya cocok untuk anak-anak dan dewasa.

b. Kelayakan Alat Produksi

Berikut tanggapan konsumen dari 30 orang responden yang mengisi kuesioner mengenai kelayakan alat produksi produk Kacang Pukul merek HH Bagan Siapi-api kabupaten Rokan Hilir. Dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel V.9 : Tanggapan Responden Mengenai Kelayakan Alat Produksi pada Produk Kacang Pukul Merek HH

No.	Tanggapan Responden	Skor	Frekuensi	Bobot	Persentase (%)
1	Layak	3	14	42	46,7%
2	Cukup Layak	2	14	28	46,7%
3	Kurang Layak	1	2	2	6,7%
Jumlah			30	72	100%
Rata-Rata Skor					2.4
Interval Skala Kategori					Cukup Layak

Sumber : Data Olahan Peneliti Menggunakan SPSS 22.0, 2020

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai kelayakan alat produksi pada tabel V.9 di atas diketahui untuk responden yang menjawab “layak” sebanyak 14 orang. Adapun alasan yang diberikan diantaranya karena Kacang Pukul merek HH walaupun masih ada beberapa proses yang masih menggunakan tenaga kerja karyawan atau manual. Namun terdapat beberapa alat yang cukup lebih canggih dengan mesin pengepak kacang dan dan mesin pengemasan.

Identitas responden yang menjawab untuk kategori “layak” yang diantaranya dalam kategori jenis kelamin terdapat 10 orang perempuan dan 4 laki-laki. Untuk kategori umur sebanyak 3 orang dengan umur 17-25 tahun, 5 orang dengan umur 26-35 tahun, 5 orang dengan umur 36-45 tahun, dan 1 orang dengan umur 46-55 tahun.. Untuk kategori pendidikan yaitu sebanyak 4 orang tingkat SMP, 2 orang SMA, 5 orang S1, dan 2 orang S2. Dalam pekerjaan diketahui terdapat 6 orang pekerja wiraswasta, 4 orang pekerja umum, 2 orang mahasiswa, 1 orang pelajar, dan 1 orang PNS.

Selanjutnya untuk responden yang menjawab kategori “cukup layak” sebanyak 14 orang. Adapun alasan yang diberikan diantaranya karena kacang pukul merek HH memiliki alat produksi yang lebih canggih seperti penggunaan mesin dibanding proses produksi yang lama dan merek lain.

Identitas responden yang menjawab untuk kategori “cukup layak” yang dimana diantaranya dalam kategori jenis kelamin terdapat 10 orang perempuan dan 4 laki-laki. Untuk kategori umur sebanyak 6 orang dengan umur 17-25 tahun, 5 orang dengan umur 26-35 tahun, dan 3 orang dengan umur 36-45 tahun. Untuk kategori pendidikan yaitu sebanyak 1 orang tingkat SMP, 7 orang SMA, 2 orang

Diploma, dan 4 orang S1. Dalam pekerjaan diketahui terdapat 6 orang bekerja wiraswasta, 2 orang mahasiswa, 3 orang pekerjaan umum, 2 orang pelajar, dan 1 orang PNS.

Kemudian untuk responden yang menjawab dengan kategori “kurang layak” yaitu sebanyak 2 orang, dimana diantaranya dalam kategori jenis kelamin terdapat 1 orang perempuan dan 1 laki-laki. Untuk kategori umur yaitu 1 orang umur 17-25 tahun dan 1 orang dengan umur 26-35 tahun. Untuk kategori pendidikan yaitu tingkat 1 orang Diploma dan 1 orang S1. Dalam pekerjaan diketahui terdapat 1 orang mahasiswa dan 1 orang pekerjaan umum. Dengan alasan responden mengatakan diantara karena alat produksi ada yang terlihat seperti kurangnya perawatan.

“Berdasarkan hasil wawancara peneliti pada tanggal 5 Maret 2020 dengan pemilik usaha Kacang Pukul Merek HH, ia mengatakan bahwa memiliki mesin pengepakan kacang yang sebelumnya menggunakan tenaga manusia sepenuhnya kini lebih mudah dan cepat dengan bantuan mesin tersebut. Bukan hanya mesin pengepak, namun juga terdapat mesin untuk pembungkus Kacang Pukul Merek HH itu sendiri sehingga produk yang dihasilkan dapat lebih banyak diproduksi dan kemasan aman dengan menggunakan mesin dibandingkan manual menggunakan tangan karyawan”.

Berdasarkan analisis dari hasil kuesioner dan wawancara dengan responden, maka dapat dikatakan kelayakan mengenai alat produksi yang digunakan oleh usaha Kacang Pukul merek HH sudah berada pada kategori “**cukup layak**”. Hal ini karena selain manual juga terdapat alat mesin-mesin yang membantu dalam proses produksi.

c. Kelayakan Harga

Berikut tanggapan konsumen dari 30 orang responden yang mengisi kuesioner mengenai kelayakan harga produk Kacang Pukul merek HH Bagan Siapi-api kabupaten Rokan Hilir. Dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel V.10 : Tanggapan Responden Mengenai Kelayakan Harga pada Produk Kacang Pukul Merek HH

No.	Tanggapan Responden	Skor	Frekuensi	Bobot	Persentase (%)
1	Layak	3	17	51	56,7%
2	Cukup Layak	2	9	18	30,0%
3	Kurang Layak	1	4	4	13,3%
Jumlah			30		100%
Rata-Rata Skor					2.4
Interval Skala Kategori					Cukup Layak

Sumber : Data Olahan Peneliti Menggunakan SPSS 22.0, 2020

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai kelayakan harga pada tabel V.10 diatas diketahui untuk responden yang menjawab “layak” sebanyak 17 orang. Adapun alasan yang diberikan diantaranya karena Kacang Pukul merek HH telah menetapkan harga Rp 10.000 hingga Rp 40.000 sesuai dengan jenis rasa dan kemasan serta kualitas yang ada pada kacang pukul merek HH.

Identitas responden yang menjawab untuk kategori “layak” yang diantaranya dalam kategori jenis kelamin terdapat 13 orang perempuan dan 4 laki-laki. Untuk kategori umur sebanyak 5 orang dengan umur 17-25 tahun, 7 orang dengan umur 26-35 tahun, 4 orang dengan umur 36-45 tahun, dan 1 orang dengan umur 46-55 tahun. Untuk kategori pendidikan yaitu sebanyak 2 orang tingkat SMP, 5 orang SMA, 1 orang Diploma, 7 orang S1, dan 2 orang S2. Dalam pekerjaan diketahui terdapat 5 orang bekerja wiraswasta, 5 orang pekerjaan umum, 3 orang mahasiswa, 2 orang pelajar, dan 2 orang PNS.

Selanjutnya untuk responden yang menjawab kategori “cukup layak” sebanyak 9 orang. Adapun alasan yang diberikan diantaranya karena kacang pukul merek HH masih sesuai harga kantong masyarakat umumnya.

Identitas responden yang menjawab untuk kategori “cukup layak” yang dimana diantaranya dalam kategori jenis kelamin terdapat 3 orang perempuan dan 1 laki-laki. Untuk kategori umur sebanyak 4 orang dengan umur 17-25 tahun, 2 orang dengan umur 26-35 tahun, dan 3 orang dengan umur 36-45 tahun. Untuk kategori pendidikan yaitu sebanyak 2 orang tingkat SMP, 3 orang SMA, 1 orang Diploma, dan 3 orang S1. Dalam pekerjaan diketahui terdapat 5 orang pekerjaan wiraswasta, 2 orang mahasiswa, dan 2 orang pekerjaan umum.

Kemudian untuk responden yang menjawab dengan kategori “kurang layak” yaitu sebanyak 4 orang. Adapun alasan yang diberikan diantaranya karena kacang pukul merek HH untuk jenis rasa yang baru memiliki harga yang semakin naik. Seperti untuk rasa milo masih dianggap lumayan mahal untuk harga Rp 40.000 dengan jumlah isi yang dianggap kurang.

Identitas responden yang menjawab untuk kategori “kurang layak” yang dimana diantaranya dalam kategori jenis kelamin terdapat 3 orang perempuan dan 1 laki-laki. Untuk kategori umur sebanyak 1 orang dengan umur 17-25 tahun, 2 orang dengan umur 26-35 tahun, dan 1 orang dengan umur 36-45 tahun. Untuk kategori pendidikan yaitu sebanyak 1 orang tingkat SMP dan 1 orang Diploma. Dalam pekerjaan diketahui terdapat 2 orang wiraswasta, 1 orang pelajar, dan 1 orang pekerjaan umum.

“Berdasarkan hasil wawancara peneliti pada tanggal 5 Maret 2020 dengan pemilik usaha Kacang Pukul Merek HH, ia mengatakan bahwa terus

berupaya melakukan penetapan harga yang relatif murah dan maksimal mungkin memberikan harga dengan menyesuaikan jumlah isian dan rasa. Hal ini dilakukan untuk konsumen dapat memilih sesuai budget yang mereka miliki”.

Berdasarkan analisis dari hasil kuesioner dan wawancara dengan responden, maka dapat dikatakan kelayakan dalam penetapan harga yang dilakukan oleh pemilik usaha Kacang Pukul merek HH berada pada kategori “**cukup layak**”. Adapun, sebaiknya untuk harga rasa milo lebih disesuaikan dengan jumlah isian, atau lebih diturunkan harganya karena peminat jenis rasa milo juga cukup banyak.

2) Ketelitian Produk

Ketelitian produk yang dimaksud dalam penelitian ini ialah penilaian terhadap tingkat suatu produk bebas dari kecacatan dan kesalahan yang mungkin terjadi selama proses produksi Kacang Pukul merek HH. Untuk mengukur ketelitian produk dapat dilihat pada ketelitian Jumlah/isi, ketelitian rasa, dan ketelitian kemasan.

a. Ketelitian Untuk Jumlah/Isi Kacang Pukul

Berikut tanggapan konsumen dari 30 orang responden yang mengisi kuesioner mengenai ketelitian jumlah/isi produk Kacang Pukul merek HH Bagan Siapi-api kabupaten Rokan Hilir. Dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel V.11 : Tanggapan Responden Mengenai Ketelitian Jumlah/Isi Produk Kacang Pukul Merek HH

No.	Tanggapan Responden	Skor	Frekuensi	Bobot	Persentase (%)
1	Teliti	3	16	48	53,3%
2	Cukup Teliti	2	12	24	40,0%
3	Kurang Teliti	1	2	2	6.7%
Jumlah			30	74	100%
Rata-Rata Skor					2.5
Interval Skala Kategori					Teliti

Sumber : Data Olahan Peneliti Menggunakan SPSS 22.0, 2020

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai ketelitian jumlah/isi kacang pada tabel V.11 di atas diketahui untuk responden yang menjawab “teliti” sebanyak 16 orang. Adapun alasan yang diberikan diantaranya karena Kacang Pukul merek HH telah sesuai dengan informasi jumlah isi kacang yang tertera pada disetiap kemasan dan tidak pernah menemukan jumlah yang kurang..

Identitas responden yang menjawab untuk kategori “teliti” yang diantaranya dalam kategori jenis kelamin terdapat 12 orang perempuan dan 4 laki-laki. Untuk kategori umur sebanyak 8 orang dengan umur 17-25 tahun, 5 orang dengan umur 26-35 tahun, 3 orang dengan umur 36-45 tahun, dan 1 orang dengan umur 46-55 tahun.. Untuk kategori pendidikan yaitu sebanyak 2 orang tingkat SMP, sebanyak 6 orang SMA, 1 orang Diploma, 6 orang S1, dan 1 orang S2. Dalam pekerjaan diketahui terdapat 5 orang pekerjaan wiraswasta, 3 orang pekerjaan umum, 4 orang mahasiswa, 3 orang pelajar, dan 1 orang PNS.

Selanjutnya untuk responden yang menjawab kategori “cukup teliti” sebanyak 12 orang. Adapun alasan yang diberikan diantaranya karena tidak menemukan jumlah yang kurang, dan ada beberapa konsumen yang menemukan jumlah isi yang lebih namun masih menganggap itu cukup teliti.

Identitas responden yang menjawab untuk kategori “cukup teliti” yang dimana diantaranya dalam kategori jenis kelamin terdapat 8 orang perempuan dan 4 laki-laki. Untuk kategori umur sebanyak 2 orang dengan umur 17-25 tahun, 5 orang dengan umur 26-35 tahun, dan 4 orang dengan umur 36-45 tahun. Untuk kategori pendidikan yaitu sebanyak 2 orang tingkat SMP, 4 orang SMA, 1 orang Diploma, 4 orang S1, dan 1 orang S2. Dalam pekerjaan diketahui terdapat 6 orang pekerjaan wiraswasta, 1 orang mahasiswa, 4 orang pekerjaan umum, dan 1 orang PNS.

Kemudian untuk responden yang menjawab dengan kategori “kurang teliti” yaitu sebanyak 2 orang. Adapun alasan yang diberikan diantaranya karena pernah menemukan kemasan kacang pukul dengan jumlah isi yang kurang 1. Namun hal ini terjadi hanya sekali selama sudah melakukan pembelian beberapa kali.

Identitas responden yang menjawab untuk kategori “kurang teliti” yang dimana diantaranya dalam kategori jenis kelamin terdapat 1 orang perempuan dan 1 laki-laki. Untuk kategori umur sebanyak 1 orang 26-35 tahun dan 1 orang dengan umur 36-45 tahun. Untuk kategori pendidikan yaitu sebanyak 1 orang tingkat SMP, dan 1 orang Diploma. Dalam pekerjaan diketahui terdapat 1 orang wiraswasta dan 1 orang pekerjaan umum.

“Berdasarkan hasil wawancara peneliti pada tanggal 5 Maret 2020 dengan pemilik usaha Kacang Pukul Merek HH, ia mengatakan bahwa selalu memperhatikan setiap pengisian kacang pukul untuk disetiap kemasan agar tidak ada terjadinya kesalahan ataupun kekurangan untuk setiap kemasan yang telah ditetapkan jumlahnya”.

Berdasarkan analisis dari hasil kuesioner dan wawancara dengan responden, maka dapat dikatakan ketelitian dalam proses pengisian jumlah/isi Kacang Pukul merek HH disetiap kemasan berada pada kategori “Teliti”. Hal ini karena ketelitian dalam proses pengisian dilakukan dengan baik.

b. Ketelitian Rasa

Berikut tanggapan konsumen dari 30 orang responden yang mengisi kuesioner mengenai ketelitian rasa disetiap produk Kacang Pukul merek HH Bagan Siapi-api kabupaten Rokan Hilir. Dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel V.12 : Tanggapan Responden Mengenai Ketelitian dalam Penyesuaian Rasa pada Produk Kacang Pukul Merek HH

No.	Tanggapan Responden	Skor	Frekuensi	Bobot	Persentase (%)
1	Teliti	3	18	54	60,0%
2	Cukup Teliti	2	9	18	30,0%
3	Kurang Teliti	1	3	3	10,0%
Jumlah			30	75	100%
Rata-Rata Skor					2.5
Interval Skala Kategori					Teliti

Sumber : Data Olahan Peneliti Menggunakan SPSS 22.0, 2020

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai ketelitian dalam penyesuaian rasa kacang pada tabel V.12 diatas diketahui untuk responden yang menjawab “teliti” sebanyak 18 orang. Adapun alasan yang diberikan diantaranya karena Kacang Pukul merek HH telah menyesuaikan rasa disetiap kemasan dengan benar dan sesuai keterangan rasa yang tertera.

Identitas responden yang menjawab untuk kategori “teliti” yang diantaranya diketahui dalam kategori jenis kelamin terdapat 15 orang perempuan dan 4 laki-laki. Untuk kategori umur sebanyak 7 orang dengan umur 17-25 tahun,

7 orang dengan umur 26-35 tahun, dan 3 orang dengan umur 36-45 tahun. Untuk kategori pendidikan yaitu sebanyak 4 orang tingkat SMP, 6 orang SMA, 5 orang S1, dan 2 orang S2. Dalam pekerjaan diketahui terdapat 5 orang pekerjaan wiraswasta, 6 orang pekerjaan umum, 3 orang mahasiswa, 3 orang pelajar, dan 2 orang PNS.

Selanjutnya untuk responden yang menjawab kategori “cukup teliti” sebanyak 9 orang. Adapun alasan yang diberikan diantaranya karena tidak pernah menemukan kesalahan rasa dan beberapa responden mengatakan juga sering membeli rasa yang original dengan kemasan lama sehingga tidak terlalu melihat apakah menemukan rasa yang tidak sesuai.

Identitas responden yang menjawab untuk kategori “cukup teliti” yang diantaranya diketahui dalam kategori jenis kelamin terdapat 5 orang perempuan dan 4 laki-laki. Untuk kategori umur sebanyak 3 orang dengan umur 17-25 tahun, 2 orang dengan umur 26-35 tahun, dan 4 orang dengan umur 36-45 tahun. Untuk kategori pendidikan yaitu 3 orang tingkat SMA, 2 orang Diploma, dan 4 orang S1. Kategori pekerjaan yaitu 5 orang pekerjaan wiraswasta, 2 orang mahasiswa, dan 1 orang pekerjaan umum.

Kemudian untuk responden yang menjawab dengan kategori “kurang teliti” yaitu sebanyak 3 orang. Adapun alasan yang diberikan diantaranya karena terdapat 1 kacang didalam kemasan yang dirasakan berbeda rasa. Dan juga pernah terdapat rasa original dikemasan dengan rasa coklat.

Identitas responden yang menjawab untuk kategori “kurang teliti” yang diantaranya diketahui dalam kategori jenis kelamin terdapat 2 orang perempuan

dan 1 laki-laki. Untuk kategori umur sebanyak 1 orang dengan umur 26-35 tahun, 1 orang dengan umur 36-45 tahun, dan 1 orang dengan umur 46-55 tahun. Untuk kategori pendidikan yaitu 1 orang tingkat SMA, 1 orang Diploma, dan 1 orang S1. Dengan kategori pekerjaan yaitu 2 orang wiraswasta dan 1 orang pekerjaan umum.

“Berdasarkan hasil wawancara peneliti pada tanggal 5 Maret 2020 dengan pemilik usaha Kacang Pukul Merek HH, ia mengatakan bahwa selalu memperhatikan setiap pengisian rasa kacang pukul untuk disetiap kemasan agar sesuai dengan keterangan rasa di setiap kemasan”.

Berdasarkan analisis dari hasil kuesioner dan wawancara dengan responden, maka dapat dikatakan ketelitian dalam proses pengisian rasa Kacang Pukul merek HH disetiap kemasan berada pada kategori “teliti”. Hal ini karena rasa di setiap kemasan telah sesuai dengan keterangan yang tertera.

c. Ketelitian Kemasan

Berikut tanggapan konsumen dari 30 orang responden yang mengisi kuesioner mengenai ketelitian keamanan produk Kacang Pukul merek HH Bagan Siapi-api kabupaten Rokan Hilir. Dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel V.13 : Tanggapan Responden Mengenai Ketelitian Kemasan pada Produk Kacang Pukul Merek HH

No.	Tanggapan Responden	Skor	Frekuensi	Bobot	Persentase (%)
1	Teliti	3	16	48	53,3%
2	Cukup Teliti	2	13	26	43,3%
3	Kurang Teliti	1	1	1	3,3%
Jumlah			30	75	100%
Rata-Rata Skor					2.5
Interval Skala Kategori					Teliti

Sumber : Data Olahan Peneliti Menggunakan SPSS 22.0, 2020

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai Ketelitian kemasan produk pada tabel V.13 diatas diketahui untuk responden yang menjawab “teliti” sebanyak 16 orang. Adapun alasan yang diberikan diantaranya karena kemasan Kacang Pukul merek HH dalam bentuk plastik maupun kotak tidak terdapat kecacatan atau kerusakan pada kemasan.

Identitas responden yang menjawab untuk kategori “teliti” yaitu dalam kategori jenis kelamin terdapat 13 orang perempuan dan 3 laki-laki. Untuk kategori umur sebanyak 3 orang dengan umur 17-25 tahun, 7 orang dengan umur 26-35 tahun, 5 orang dengan umur 36-45 tahun, dan 1 orang dengan umur 46-55 tahun. Untuk kategori pendidikan yaitu sebanyak 4 orang tingkat SMP, 3 orang SMA, 1 orang Diploma, 6 orang S1, dan 2 orang S2. Dan selanjutnya dalam kategori pekerjaan 7 orang dengan pekerjaan wiraswasta, 5 orang dengan pekerjaan umum, 3 orang mahasiswa, dan 1 orang PNS.

Selanjutnya untuk responden yang menjawab kategori “cukup teliti” sebanyak 13 orang. Adapun alasan yang diberikan diantaranya kemasan kacang pukul HH rapi, aman, dan tidak rusak atau koyak.

Identitas responden yang menjawab untuk kategori “cukup teliti” yaitu, kategori jenis kelamin terdapat 7 orang perempuan dan 6 laki-laki. Untuk kategori umur sebanyak 6 orang dengan umur 17-25 tahun, 4 orang dengan umur 26-35 tahun, dan 3 orang dengan umur 36-45 tahun. Untuk kategori pendidikan yaitu sebanyak 1 orang tingkat SMP, 7 orang SMA, 2 orang Diploma, dan 3 orang S1. Dan selanjutnya dalam kategori pekerjaan 4 orang dengan pekerjaan wiraswasta, 3 orang mahasiswa, 5 orang dengan pekerjaan umum, dan 1 orang PNS.

Kemudian untuk responden yang menjawab dengan kategori “kurang teliti” yaitu sebanyak 1 orang antarlain yaitu berjenis kelamin perempuan, dengan usia 17-25 pendidikan S1, seorang mahasiswa dengan alasan pernah mendapat kemasan yang tidak tertera informasi masa kadaluwarsa sehingga tidak dapat mengetahui dengan pasti kapan produk tersebut tidak dapat dikonsumsi lagi.

“Berdasarkan hasil wawancara peneliti pada tanggal 5 Maret 2020 dengan pemilik usaha Kacang Pukul Merek HH, ia mengatakan bahwa selalu memperhatikan kemasan yang akan digunakan untuk produk kacang pukul agar tidak ada terjadinya kerusakan ataupun kekurangan untuk setiap produk yang diproduksi”.

Berdasarkan analisis dari hasil kuesioner dan wawancara dengan responden, maka dapat dikatakan ketelitian dalam kemasan produk Kacang Pukul merek HH berada pada kategori “teliti”. Hal ini karena kemasan yang tetap aman dan tidak ada robek dan kecacatan lainnya.

2) Fitur Produk

Fitur produk yang dimaksud dalam penelitian ini ialah sesuatu yang membedakan dengan produk sejenis. Untuk mengukur fitur produk dapat dilihat pada keunikan produk. Keistimewaan produk, label halal dan masa kadaluwarsa produk.

1) Keunikan Produk

Berikut tanggapan konsumen dari 30 orang responden yang mengisi kuesioner mengenai keunikan produk Kacang Pukul merek HH Bagan Siapi-api kabupaten Rokan Hilir. Dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel V.14 : Tanggapan Responden Mengenai Keunikan Produk pada Kacang Pukul Merek HH

No.	Tanggapan Responden	Skor	Frekuensi	Bobot	Persentase (%)
1	Unik	3	17	51	56,7%
2	Cukup Unik	2	11	22	36,7%
3	Kurang Unik	1	2	2	6,7%
Jumlah			30	75	100%
Rata-Rata Skor					2.5
Interval Skala Kategori					Unik

Sumber : Data Olahan Peneliti Menggunakan SPSS 22.0, 2020

Berdasarkan hasil tanggapam responden mengenai ketelitian kemasan pada tabel V.14 diatas diketahui untuk responden yang menjawab “unik” sebanyak 17 orang. Adapun alasan yang diberikan diantaranya karena Kacang Pukul merek HH memiliki beragam rasa serta bentuk kemasan yang beragam pula, berbeda dengan merek kacang pukul lainnya. Selain untuk dijadikan oleh-oleh sebagai makanan cemilan namun kacang pukul ini bisa diolah lagi sebagai bahan bumbu kacang.

Identitas responden yang menjawab untuk kategori “unik” yaitu dalam kategori jenis kelamin terdapat 13 orang perempuan dan 4 laki-laki. Untuk kategori umur sebanyak 6 orang dengan umur 17-25 tahun, 7 orang dengan umur 26-35 tahun, 3 orang dengan umur 36-45 tahun, dan 1 orang dengan umur 46-55 tahun. Untuk kategori pendidikan yaitu sebanyak 2 tingkat SMP orang, 6 orang SMA, 1 orang Diploma, 6 orang S1, dan 2 orang S2. Dan selanjutnya dalam kategori pekerjaan diketahui 5 orang dengan pekerjaan wiraswasta, 5 orang dengan pekerjaan umum, 3 orang mahasiswa, 2 orang pelajar, dan 2 orang PNS.

Selanjutnya untuk responden yang menjawab kategori “cukup unik” sebanyak 11 orang. Adapun alasan yang diberikan diantaranya karena kacang

pukul ini jarang ditemukan di daerah lain. Perpaduan kacang dengan beragam jenis rasa.

Identitas responden yang menjawab untuk kategori “cukup unik” yaitu kategori jenis kelamin terdapat 7 orang perempuan dan 4 orang laki-laki. Untuk kategori umur sebanyak 4 orang dengan umur 17-25 tahun, 3 orang dengan umur 26-35 tahun, dan 4 orang dengan umur 36-45 tahun. Untuk kategori pendidikan yaitu sebanyak 2 orang tingkat SMP, 3 orang SMA, 2 orang Diploma, dan 3 orang S1. Dan selanjutnya dalam kategori pekerjaan 6 orang dengan pekerjaan wiraswasta, 2 orang mahasiswa, 3 orang dengan pekerjaan umum, dan 1 orang pelajar.

Kemudian untuk responden yang menjawab dengan kategori “kurang unik” yaitu sebanyak 2 orang. Adapun dengan alasan karena mirip seperti kacang tingting walaupun berbeda rasa dan tekstur. Adapun identitas responden tersebut yaitu 2 orang perempuan dengan umur 1 orang dengan umur 26-35 tahun dan 1 orang dengan 36-45 tahun. dengan pendidikan 1 orang pendidikan terakhir SMP dan 1 orang SMA dengan pekerjaan antara lain yaitu 2 orang pekerja wiraswasta.

“Berdasarkan hasil wawancara peneliti pada tanggal 5 Maret 2020 dengan pemilik usaha Kacang Pukul Merek HH, ia mengatakan bahwa Kacang Pukul Merek HH memiliki keunikan sendiri yang berbeda dengan merek lain yang dapat dilihat dari beragam rasa seperti kopi, strawberry, coklat, pandan, milo dan original. Sehingga dibandingkan dengan merek lainnya yang hanya memproduksi original, maka HH lebih memiliki variasi”.

Berdasarkan analisis dari hasil kuesioner dan wawancara dengan responden, maka dapat dikatakan keunikan Kacang Pukul Merek HH berada pada

kategori “Unik”. Hal ini karena jarang ditemukan di daerah lain dan merek HH banyak memiliki varian rasa dan kemasan modern.

2) Keistimewaan Produk

Berikut tanggapan konsumen dari 30 orang responden yang mengisi kuesioner mengenai keistimewaan produk Kacang Pukul merek HH Bagan Siapi-api kabupaten Rokan Hilir. Dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel V.15 : Tanggapan Responden Mengenai Keistimewaan Produk pada Kacang Pukul Merek HH

No.	Tanggapan Responden	Skor	Frekuensi	Bobot	Persentase (%)
1	Istimewa	3	16	48	53,3%
2	Cukup Istimewa	2	11	22	36,7%
3	Kurang Istimewa	1	3	3	10,0%
Jumlah			30	73	100%
Rata-Rata Skor					2.4
Interval Skala Kategori					Cukup Istimewa

Sumber : Data Olahan Peneliti Menggunakan SPSS 22.0, 2020

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai keistimewaan produk pada tabel V.15 diatas diketahui untuk responden yang menjawab “istimewa” sebanyak 16 orang. Adapun alasan yang diberikan diantaranya karena kacang yang tidak keras dan lebih renyah dibanding merek lain serta manis yang sesuai selera selain itu, HH memiliki kemasan dan rasa yang beragam dan tidak memakai pengawet makanan..

Identitas responden yang menjawab untuk kategori “istimewa” yaitu dalam kategori jenis kelamin terdapat 12 orang perempuan dan 4 laki-laki. Untuk kategori umur sebanyak 5 orang dengan umur 17-25 tahun, 7 orang dengan umur 26-35 tahun, 3 orang dengan umur 36-45 tahun, dan 1 orang dengan umur 46-55

tahun. Untuk kategori pendidikan yaitu sebanyak 2 orang tingkat SMP, 5 orang SMA, 1 orang Diploma, 6 orang S1, dan 2 orang S2. Dan selanjutnya dalam kategori pekerjaan 5 orang dengan pekerjaan wiraswasta, 2 orang mahasiswa, 2 orang pelajar, 5 orang dengan pekerjaan umum dan 2 orang PNS.

Selanjutnya untuk responden yang menjawab kategori “cukup istimewa” sebanyak 11 orang. Adapun alasan yang diberikan diantaranya karena karna merek HH memiliki banyak jenis rasa dan kemasan.

Identitas responden yang menjawab untuk kategori “cukup istimewa” yaitu dalam kategori jenis kelamin terdapat 7 orang perempuan dan 4 laki-laki. Untuk kategori umur sebanyak 5 orang dengan umur 17-25 tahun, 2 orang dengan umur 26-35 tahun, dan 4 orang dengan umur 36-45 tahun. Untuk kategori pendidikan yaitu sebanyak 2 orang tingkat SMP, 4 orang SMA, 1 orang Diploma, dan 4 orang S1. Dan untuk kategori pekerjaan terdapat 5 orang dengan pekerjaan wiraswasta, 3 orang mahasiswa, 2 orang dengan pekerjaan umum, dan 1 orang pelajar.

Kemudian untuk responden yang menjawab dengan kategori “kurang istimewa” yaitu sebanyak 3 orang. Adapun alasan yang diberikan karena menganggap Kacang Pukul merek HH biasa saja dan sama saja seperti kacang pukul lainnya.

Identitas responden yang menjawab untuk kategori “kurang istimewa” antara lain 2 jenis kelamin perempuan dan 1 jenis kelamin laki-laki. Dengan usia 2 orang dengan umur 26-35 dan 1 orang dengan umur 36-45 tahun. dan pendidikan 1 orang SMP, 1 orang SMA, dan 1 orang Diploma. Dan berdasarkan

pekerjaan terdapat 2 orang dengan pekerjaan wiraswasta dan 1 orang dengan pekerjaan umum.

“Berdasarkan hasil wawancara peneliti pada tanggal 5 Maret 2020 dengan pemilik usaha Kacang Pukul Merek HH, ia mengatakan bahwa Kacang Pukul Merek HH memiliki tekstur kacang yang lebih gurih atau renyah serta manis yang pas tidak menimbulkan eneg, bukan hanya itu saja, tetapi kacang puku merek HH memiliki beragam rasa pilihan dan kemasan sehingga monsumen tidak bosan”.

Berdasarkan analisis dari hasil kuesioner dan wawancara dengan responden, maka dapat dikatakan keistimewaan Kacang Pukul Merek HH berada pada kategori **“cukup istimewa”**. Hal ini karena adanya penyediaan beragam pilihan rasa dan kemasan yang bervariasi serta tidak adanya bahan pengawet.

3) Label Halal Dan Masa Kadaluwarsa

a. Label Halal Produk

Berikut tanggapan konsumen dari 30 orang responden mengenai adanya label halal produk Kacang Pukul merek HH. Dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel V.16 : Tanggapan Responden Mengenai Label Halal Produk pada Kacang Pukul Merek HH

No.	Tanggapan Responden	Skor	Frekuensi	Bobot	Persentase (%)
1	Ada	3	16	48	53,3%
2	Kurang Tahu	2	13	26	43,3%
3	Tidak Ada	1	1	1	3,3%
Jumlah			30	75	100%
Rata-Rata Skor					2.5
Interval Skala Kategori					Ada

Sumber : Data Olahan Peneliti Menggunakan SPSS 22.0, 2020

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai label halal produk pada tabel V.16 diatas diketahui untuk responden yang menjawab “Ada” sebanyak 16

orang. Adapun alasan yang diberikan diantaranya Kacang Pukul merek HH memiliki label halal yang tertera pada kemasan maupun meja kasir.

Identitas responden yang menjawab untuk kategori “Ada” yaitu dalam kategori jenis kelamin terdapat 12 orang perempuan dan 4 laki-laki. Untuk kategori umur sebanyak 5 orang dengan umur 17-25 tahun, 6 orang dengan umur 26-35 tahun, 3 orang dengan umur 36-45 tahun, dan 1 orang dengan umur 46-55 tahun. Untuk kategori pendidikan yaitu sebanyak 2 orang tingkat SMP, 5 orang SMA, 1 orang Diploma, 6 orang S1, dan 2 orang S2. Dan selanjutnya dalam kategori pekerjaan 5 orang wiraswasta, 5 orang umum, 2 orang mahasiswa, 2 orang pelajar, dan 2 orang PNS.

Selanjutnya untuk responden yang menjawab kategori “kurang tahu” sebanyak 13 orang. Adapun alasan yang diberikan diantaranya karena tidak memperhatikan label halal dan tidak mempermasaahkannya (nonmuslim).

Identitas responden yang menjawab untuk kategori “Ada” yaitu dalam kategori jenis kelamin terdapat 8 orang perempuan dan 5 laki-laki. Untuk kategori umur sebanyak 5 orang dengan umur 17-25 tahun, 5 orang dengan umur 26-35 tahun, dan 4 orang dengan umur 36-45 tahun. Untuk kategori pendidikan yaitu sebanyak 3 orang tingkat SMP, 4 orang SMA, 2 orang Diploma, dan 4 orang S1. Dan selanjutnya dalam kategori pekerjaan adalah 5 orang wiraswasta, 3 orang mahasiswa, 3 orang umum, dan 1 orang pelajar.

Kemudian untuk responden yang menjawab dengan kategori “tidak ada” hanya terdapat 1 orang. Adapun alasan yang diberikan karena tidak menemukan

adanya label halal. Adapun jenis kelamin responden perempuan, yaitu umur 36-45 tahun dengan pendidikan terakhir SMA dan pekerjaan wiraswasta .

“Berdasarkan hasil wawancara peneliti pada tanggal 5 Maret 2020 dengan pemilik usaha Kacang Pukul Merek HH, ia mengatakan bahwa Kacang Pukul Merek HH telah memiliki label halal disetiap kemasan, sehingga hal ini tidak perlu diragukan lagi terutama untuk konsumen muslim”.

Berdasarkan analisis dari hasil kuesioner dan wawancara dengan responden, maka dapat dikatakan label halal Kacang Pukul Merek HH berada pada kategori **“Ada”**. Hal ini karena Label halal ada disetiap kemasan sehingga memudahkan konsumen untuk dapat mengetahuinya.

b. Masa Kadaluwarsa Produk

Berikut tanggapan konsumen dari 30 orang responden yang mengisi kuesioner mengenai masa kadaluwarsa produk Kacang Pukul merek HH Bagan Siapi-api kabupaten Rokan Hilir. Dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel V.17 : Tanggapan Responden Mengenai Masa Kadaluwarsa Produk pada Kacang Pukul Merek HH

No.	Tanggapan Responden	Skor	Frekuensi	Bobot	Persentase (%)
1	Ada	3	18	54	60,0%
2	Kurang Tahu	2	11	22	36,7%
3	Tidak Ada	1	1	1	3,3%
Jumlah			30	77	100%
Rata-Rata Skor					2.6
Interval Skala Kategori					Ada

Sumber : Data Olahan Peneliti Menggunakan SPSS 22.0, 2020

Berdasarkan hasil tanggapam responden mengenai masa kadaluwarsa produk pada tabel V.17 diatas diketahui untuk responden yang menjawab **“Ada”**

sebanyak 18 orang. Adapun alasan yang diberikan diantaranya karena melihatnya di setiap kemasan produk.

Identitas responden yang menjawab untuk kategori “Ada” yaitu dalam kategori jenis kelamin terdapat 14 orang perempuan dan 4 laki-laki. Untuk kategori umur sebanyak 6 orang dengan umur 17-25 tahun, 7 orang dengan umur 26-35 tahun, 4 orang dengan umur 36-45 tahun, dan 1 orang dengan umur 46-55 tahun. Untuk kategori pendidikan yaitu sebanyak 3 tingkat SMP orang, 5 orang SMA, 1 orang Diploma, 7 orang S1, dan 2 orang S2. Dan selanjutnya dalam kategori pekerjaan diantaranya diketahui 7 orang wiraswasta, 5 orang umum, 3 orang mahasiswa, 1 orang pelajar, dan 2 orang PNS.

Selanjutnya untuk responden yang menjawab kategori “kurang tahu” sebanyak 11 orang. Adapun alasan yang diberikan diantaranya karena hampir jarang bahkan tidak pernah memperhatikan masa kadaluwarsa karena konsumen yang menjawab kurang tahu dikarenakan mengkonsumsi secara langsung.

Identitas responden yang menjawab untuk kategori “Ada” yaitu dalam kategori jenis kelamin terdapat 7 perempuan dan 4 laki-laki. Untuk kategori umur sebanyak 4 orang dengan umur 17-25 tahun, 3 orang dengan umur 26-35 tahun, dan 4 orang dengan umur 36-45 tahun. Untuk kategori pendidikan yaitu sebanyak 2 orang tingkat SMP, 5 orang SMA, 1 orang Diploma, 3 orang S1, dan 3 orang S2. Dan selanjutnya dalam kategori pekerjaan diantaranya diketahui 5 orang wiraswasta, 1 orang mahasiswa, dan 2 orang pelajar.

Kemudian untuk responden yang menjawab dengan kategori “tidak ada” hanya terdapat 1 orang. Adapun alasan yang diberikan karena tidak menemukan

adanya label halal Berdasarkan pendapat beberapa responden bahwa Kacang Pukul merek HH memiliki info masa kadaluwarsa di kemasan kacang pukul HH. Namun untuk yang kurang mengetahui atau tidak tahu, konsumen cenderung tidak memperhatikan. Dan untuk konsumen yang menyatakan tidak ada mengatakan pernah melihat kemasan tanpa masa kadaluwarsa. Dengan jenis kelamin responden laki-laki berumur 26-35 tahun dengan pendidikan terakhir Diploma dan profesi wiraswasta

“Berdasarkan hasil wawancara peneliti pada tanggal 5 Maret 2020 dengan pemilik usaha Kacang Pukul Merek HH, ia mengatakan bahwa Kacang Pukul Merek HH sudah terdapat informasi untuk para konsumen batas masa kadaluwarsa disetiap kemasan”.

Berdasarkan analisis dari hasil kuesioner dan wawancara dengan responden, informasi masa kadaluwarsa pada produk Kacang Pukul Merek HH berada pada kategori “Ada”. Hal ini karena responden dapat melihat disetiap kemasan kacang pukul merek HH.

3) Gaya Produk

Gaya produk yang dimaksud dalam penelitian ini ialah menilai bagaimana penampilan luar dari suatu produk Kacang Pukul merek HH. Gaya produk diukur dengan melihat adanya warna produk, bentuk merek produk, dan ukuran produk.

1) Warna Produk

Berikut tanggapan konsumen dari 30 orang responden mengenai warna produk Kacang Pukul merek HH. Dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel V.18 : Tanggapan Responden Mengenai Warna Produk pada Kacang Pukul Merek HH

No.	Tanggapan Responden	Skor	Frekuensi	Bobot	Persentase (%)
1	Sesuai	3	14	42	46,7%
2	Cukup Sesuai	2	14	28	46,7%
3	Kurang Sesuai	1	2	2	6,7%
Jumlah			30	72	100%
Rata-Rata Skor					2.4
Interval Skala Kategori					Cukup Sesuai

Sumber : Data Olahan Peneliti Menggunakan SPSS 22.0, 2020

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai warna produk pada tabel V.18 di atas diketahui untuk responden yang menjawab “sesuai” sebanyak 14 orang. Adapun alasan-alasan yang diberikan antara lain karena warna pada kacang pukul HH tidak ada masalah seperti layaknya kacang pukul lainnya dan sudah sesuai dengan setiap warna untuk beragam jenis rasa kacang pukul merek HH.

Identitas responden yang menjawab untuk kategori “sesuai” yaitu dalam kategori jenis kelamin terdapat 11 perempuan dan 4 laki-laki. Untuk kategori umur sebanyak 5 orang dengan umur 17-25 tahun, 5 orang dengan umur 26-35 tahun, 5 orang dengan umur 36-45 tahun, dan 1 orang dengan umur 46-55 tahun. Untuk kategori pendidikan yaitu sebanyak 3 orang tingkat SMP, 4 orang SMA, 5 orang S1, dan 2 orang S2. Dan selanjutnya dalam kategori pekerjaan diantaranya diketahui 6 orang berprofesi wiraswasta, 3 orang mahasiswa, 2 orang pelajar, 2 orang berprofesi umum dan 1 orang PNS.

Selanjutnya untuk responden yang menjawab kategori “cukup sesuai” sebanyak 14 orang. Adapun alasan-alasan yang diberikan diantaranya karena warna kacang pukul merek HH sudah cukup sesuai untuk disetiap rasa.

Identitas responden yang menjawab untuk kategori “cukup sesuai” yaitu dalam kategori jenis kelamin terdapat 9 perempuan dan 4 laki-laki. Untuk kategori umur sebanyak 4 orang dengan umur 17-25 tahun, 5 orang dengan umur 26-35 tahun, dan 3 orang dengan umur 36-45 tahun. Untuk kategori pendidikan yaitu sebanyak 1 orang tingkat SMP, 6 orang SMA, 2 orang Diploma, dan 4 orang S1. Dan selanjutnya dalam kategori pekerjaan diantaranya diketahui adalah 5 orang wiraswasta, 1 orang mahasiswa, 4 orang umum, 1 orang pns dan 1 orang pelajar.

Kemudian untuk responden yang menjawab dengan kategori “kurang sesuai” yaitu sebanyak 2 orang. Adapun alasan yang diberikan karena menganggap warna Kacang Pukul merek HH untuk rasa strawberry masih terlalu kurang sesuai dengan jenis rasanya. Adapun identitas responden antara lain yaitu 1 perempuan dan 1 laki-laki, umur 17-25 tahun dan 26-35 tahun dengan pendidikan Diploma dan S1. Untuk pekerjaan yaitu 1 orang yang mahasiswa dan 1 orang pekerja umum.

“Berdasarkan hasil wawancara peneliti pada tanggal 5 Maret 2020 dengan pemilik usaha Kacang Pukul Merek HH, ia mengatakan bahwa Kacang Pukul Merek HH diproduksi sudah menyesuaikan warna dengan setiap rasa yang disediakan karna bahan yang digunakan untuk setiap rasa pun aman dengan menyesuaikan harga produk”.

Berdasarkan analisis dari hasil kuesioner dan wawancara dengan responden, maka dapat dikatakan warna Kacang Pukul Merek HH berada pada kategori “**cukup sesuai**”, hal ini karena warna masih terlihat pucat namun masih cukup sesuai.

2) Merek Produk

Berikut tanggapan konsumen dari 30 orang responden yang mengisi kuesioner mengenai merek produk Kacang Pukul merek HH Bagan Siapi-api kabupaten Rokan Hilir. Dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel V.19 : Tanggapan Responden Mengenai Bentuk Merek Produk pada Kacang Pukul Merek HH

No.	Tanggapan Responden	Skor	Frekuensi	Bobot	Persentase (%)
1	Menarik	3	18	54	60,0%
2	Cukup Menarik	2	8	16	26,7%
3	Kurang Menarik	1	4	4	13,3%
Jumlah			30	74	100%
Rata-Rata Skor					2.5
Interval Skala Kategori					Menarik

Sumber : Data Olahan Peneliti Menggunakan SPSS 22.0, 2020

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai merek produk pada tabel V.19 diatas diketahui untuk responden yang menjawab “menarik” sebanyak 18 orang. Adapun alasan-alasan yang diberikan antara lain karena Kacang Pukul merek HH memiliki bentuk merek yang mudah diingat karna singkat, padat dan jelas. Selain itu merek HH ada disetiap kemasan terlihat dengan jelas.

Identitas responden yang menjawab untuk kategori “menarik” yaitu dalam kategori jenis kelamin terdapat 13 perempuan dan 5 laki-laki. Untuk kategori umur sebanyak 6 orang dengan umur 17-25 tahun, 8 orang dengan umur 26-35 tahun, 3 orang dengan umur 36-45 tahun, dan 1 orang 46-55 tahun. Untuk kategori pendidikan yaitu sebanyak 2 orang tingkat SMP, 8 orang SMA, 1 orang Diploma, 5 orang S1, 2 orang S1. Dan selanjutnya dalam kategori pekerjaan diantaranya diketahui 5 orang wiraswasta, 4 orang mahasiswa, 2 orang pelajar, 5 orang umum dan 2 orang PNS.

Selanjutnya untuk responden yang menjawab kategori “cukup menarik” sebanyak 8 orang. Adapun alasan-alasan yang diberikan diantaranya karena merek HH terlihat dengan jelas disetiap kemasan dan tidak terkesan berlebihan dalam membentuk merek.

Identitas responden yang menjawab untuk kategori “cukup menarik” yaitu dalam kategori jenis kelamin terdapat 5 perempuan dan 3 laki-laki. Untuk kategori umur sebanyak 2 orang dengan umur 17-25 tahun, 3 orang dengan umur 26-35 tahun, dan 4 orang dengan umur 36-45 tahun. Untuk kategori pendidikan yaitu sebanyak 2 orang tingkat SMP, 2 orang SMA, 2 orang Diploma, 2 orang S1. Dan selanjutnya dalam kategori pekerjaan diantaranya diketahui 4 orang wiraswasta, 1 orang mahasiswa, 2 orang umum, dan 1 orang pelajar.

Kemudian untuk responden yang menjawab dengan kategori “kurang menarik” yaitu sebanyak 4 orang. Adapun alasan-alasan yang diberikan karena bentuk merek HH selalu tidak berubah, hanya berubah warna dan peletakannya.

Identitas responden yang menjawab untuk kategori “kurang menarik” yaitu dalam kategori jenis kelamin terdapat 3 perempuan dan 1 laki-laki. Untuk kategori umur sebanyak 2 orang dengan umur 17-25 tahun dan 1 orang dengan umur 36-45 tahun. Untuk kategori pendidikan yaitu sebanyak 1 orang tingkat SMP, 1 orang SMA, dan 2 orang S1. Dan selanjutnya dalam kategori pekerjaan diantaranya diketahui 3 orang pekerja wiraswasta dan 1 orang umum.

“Berdasarkan hasil wawancara peneliti pada tanggal 5 Maret 2020 dengan pemilik usaha Kacang Pukul Merek HH, ia mengatakan bahwa Kacang Pukul Merek HH memiliki bentuk merek yang sudah lebih baik dan sudah didesain yang bagus untuk dapat menarik konsumen selalu ingat”.

Berdasarkan analisis dari hasil kuesioner dan wawancara dengan responden, maka dapat dikatakan merek Kacang Pukul HH berada pada kategori “**menarik**”. Hal ini karena merek Hh mudah diingat. tetapi, konsumen merasa tidak banyak melakukan perubahan bentuk untuk merek HH walaupun sudah banyak kemasan baru.

3) Ukuran Produk

Berikut tanggapan konsumen dari 30 orang responden yang mengisi kuesioner mengenai ukuran produk Kacang Pukul merek HH Bagan Siapi-api kabupaten Rokan Hilir. Dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel V.20 : Tanggapan Responden Mengenai Ukuran Produk pada Kacang Pukul Merek HH

No.	Tanggapan Responden	Skor	Frekuensi	Bobot	Persentase (%)
1	Sesuai	3	15	45	50,0%
2	Cukup Sesuai	2	14	28	46,7%
3	Kurang Sesuai	1	1	1	3,3%
Jumlah			30	74	100%
Rata-Rata Skor					2.5
Interval Skala Kategori					Sesuai

Sumber : Data Olahan Peneliti Menggunakan SPSS 22.0, 2020

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai merek produk pada tabel V.20 diatas diketahui untuk responden yang menjawab “sesuai” sebanyak 15 orang. Adapun alasan-alasan yang diberikan antara lain karena Kacang Pukul merek HH memiliki ukuran yang sesuai untuk orang dewasa ataupun anak-anak.

Identitas responden yang menjawab untuk kategori “sesuai” yaitu dalam kategori jenis kelamin terdapat 11 perempuan dan 4 laki-laki. Untuk kategori

umur sebanyak 5 orang dengan umur 17-25 tahun, 6 orang dengan umur 26-35 tahun, 3 orang dengan umur 36-45 tahun, dan 1 orang 46-55 tahun. Untuk kategori pendidikan yaitu sebanyak 3 orang tingkat SMP, 4 orang SMA, 1 orang Diploma, S1 5 orang, 2 orang S1. Dan selanjutnya dalam kategori pekerjaan diantaranya diketahui 5 orang wiraswasta, 2 orang mahasiswa, 2 orang pelajar, 4 orang umum dan 2 orang PNS.

Selanjutnya untuk responden yang menjawab kategori “cukup sesuai” sebanyak 14 orang. Adapun alasan-alasan yang diberikan diantaranya karena ukuran telah sesuai dan sesuai untuk ukuran cemilan rumah maupun untuk oleh-oleh.

Identitas responden yang menjawab untuk kategori “cukup sesuai” yaitu dalam kategori jenis kelamin terdapat 9 perempuan dan 5 laki-laki. Untuk kategori umur sebanyak 5 orang dengan umur 17-25 tahun, 5 orang dengan umur 26-35 tahun, dan 4 orang dengan umur 36-45 tahun. Untuk kategori pendidikan yaitu sebanyak 2 orang tingkat SMP, 6 orang SMA, 2 orang Diploma, dan 4 orang S1. Dan selanjutnya dalam kategori pekerjaan diantaranya diketahui 5 orang pekerja wiraswasta, 3 orang mahasiswa, 4 orang pekerja umum, dan 1 orang pelajar.

Kemudian untuk responden yang menjawab dengan kategori “kurang sesuai” yaitu sebanyak 1 orang. Adapun alasan-alasan yang diberikan karena ukurannya terlalu kecil. Identitas responden antara lain yaitu seorang perempuan, berumur 36-45 tahun dengan pendidikan S1 dan sebagai pekerja wiraswasta.

“Berdasarkan hasil wawancara peneliti pada tanggal 5 Maret 2020 dengan pemilik usaha Kacang Pukul Merek HH, ia mengatakan bahwa Kacang Pukul Merek HH telah menyesuaikan ukuran kacang pukul dengan harga dan rasa, ukuran untuk kacang pukul memiliki 2 ukuran kecil dan sedikit besar. Tentu hal ini juga berpengaruh terhadap penyesuaian harga sesuai ukuran kacang”.

Berdasarkan analisis dari hasil kuesioner dan wawancara dengan responden, maka dapat dikatakan ukuran produk Kacang Pukul Merek HH berada pada kategori “sesuai”. Hal ini karena sesuai untuk anak-anak maupun dewasa.

4. Desain Produk

Desain produk yang dimaksud dalam penelitian ini ialah melihat penampilan luar dan dalam yang memiliki fungsi dan memiliki kualitas hingga ke produknya. Desain produk ini diukur dengan melihat rasa produk dan kemasan produk

1) Rasa Produk

Berikut tanggapan konsumen dari 30 orang responden yang mengisi kuesioner mengenai rasa produk Kacang Pukul merek HH Bagan Siapi-api kabupaten Rokan Hilir. Dapat dilihat dari tabel dibawah ini :

Tabel V.21 : Tanggapan Responden Mengenai Rasa Produk pada Kacang Pukul Merek HH

No.	Tanggapan Responden	Skor	Frekuensi	Bobot	Persentase (%)
1	Enak	3	16	48	53,3%
2	Cukup Enak	2	12	24	40,0%
3	Kurang Enak	1	2	2	6,7%
Jumlah			30	74	100%
Rata-Rata Skor					2.5%
Interval Skala Kategori					Enak

Sumber : Data Olahan Peneliti Menggunakan SPSS 22.0, 2020

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai rasa produk pada tabel V.21 di atas diketahui untuk responden yang menjawab “enak” sebanyak 16 orang. Adapun alasan-alasan yang diberikan antara lain karena Kacang Pukul merek HH memiliki rasa yang lebih gurih, manis dan renyah dibanding merek kacang pukul lainnya, selain itu dengan adanya varian rasa yang banyak bisa menyesuaikan selera masing-masing konsumen.

Identitas responden yang menjawab untuk kategori “enak” yaitu dalam kategori jenis kelamin terdapat 12 perempuan dan 4 laki-laki. Untuk kategori umur sebanyak 5 orang dengan umur 17-25 tahun, 7 orang dengan umur 26-35 tahun, 3 orang dengan umur 36-45 tahun, dan 1 orang 46-55 tahun. Untuk kategori pendidikan yaitu sebanyak 2 orang tingkat SMP, 5 orang SMA, 1 orang Diploma, 6 orang S1, dan 2 orang S2. Dalam pekerjaan diketahui terdapat 5 orang wiraswasta, 2 orang mahasiswa, 2 orang pelajar, 5 orang umum dan 2 orang PNS.

Selanjutnya untuk responden yang menjawab kategori “cukup enak” sebanyak 12 orang. Adapun alasan-alasan yang diberikan diantaranya karena kacang pukul merek HH lebih gurih dibandingkan merek lain dan dapat bertahan lama renyahnya.

Identitas responden yang menjawab untuk kategori “cukup enak” yaitu dalam kategori jenis kelamin terdapat 7 perempuan dan 5 laki-laki. Untuk kategori umur sebanyak 5 orang dengan umur 17-25 tahun, 3 orang dengan umur 26-35 tahun, dan 4 orang dengan umur 36-45 tahun. Untuk kategori pendidikan yaitu sebanyak 2 orang tingkat SMP, 4 orang SMA, 2 orang Diploma, dan 4 orang S1.

Dalam pekerjaan diketahui terdapat 3 orang pekerjaan umum, 5 orang pekerja wiraswasta, 3 orang mahasiswa, dan 1 orang pelajar.

Kemudian untuk responden yang menjawab dengan kategori “kurang enak” yaitu sebanyak 2 orang. Adapun alasan-alasan yang diberikan karena yang menyukai kacang pukul hanya keluarganya dan konsumen tersebut mengatakan untuk rasa original enak tetapi varian yang baru masih kurang enak dibanding rasa original yang lama.

Identitas responden yang menjawab untuk kategori “kurang enak” yaitu dalam kategori jenis kelamin terdapat 2 perempuan. Untuk kategori umur 26-35 tahun dan umur 36-45 tahun. Untuk kategori pendidikan yaitu tingkat SMP sebanyak 1 orang dan SMA 1 orang. Dalam pekerjaan diketahui terdapat 2 orang pekerja wiraswasta.

“Berdasarkan hasil wawancara peneliti pada tanggal 5 Maret 2020 dengan pemilik usaha Kacang Pukul Merek HH, ia mengatakan bahwa Kacang Pukul Merek HH memiliki varian rasa dengan kualitas terbaik serta kualitas kacang yang terbaik sehingga tidak keras dan tidak mudah busuk. Walaupun telah lama diletakkan kulkas rasanya akan tetap gurih selama belum habis masa kadaluwarsanya. Beragam rasa seperti kopi, strawberry, coklat, pandan, milo dan original.”

Berdasarkan analisis dari hasil kuesioner dan wawancara dengan responden, maka dapat dikatakan rasa produk Kacang Pukul Merek HH berada pada kategori “**enak**”. Hal ini karena kacang pukul HH memiliki banyak rasa dan lebih gurih tidak keras.

2) Kemasan Produk.

Berikut tanggapan konsumen dari 30 orang responden yang mengisi kuesioner mengenai kemasan produk. Dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel V.22 : Tanggapan Responden Mengenai Kemasan Produk pada Kacang Pukul Merek HH

No.	Tanggapan Responden	Skor	Frekuensi	Bobot	Persentase (%)
1	Menarik	3	15	45	50,0%
2	Cukup Menarik	2	14	28	46,7%
3	Kurang Menarik	1	1	1	3,3%
Jumlah			30	74	100%
Rata-Rata Skor					2.5
Interval Skala Kategori					Menarik

Sumber : Data Olahan Peneliti Menggunakan SPSS 22.0, 2020

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai kemasan produk pada tabel V.22 diatas diketahui untuk responden yang menjawab “menarik” sebanyak 15 orang, dapun alasan-alasan yang diberikan antara lain karena Kacang Pukul merek HH beberapa tahun terakhir memberikan beberapa kemasan yang lebih modern dibanding merek lainnya. Hal ini memudahkan konsumen menyesuaikan selera dan tidak bosan. Biasanya untuk oleh-oleh konsumen membeli dalam bentuk kemasan kotak atau plastik dengan model desain yang terbaru.

Identitas responden yang menjawab untuk kategori “menarik” yaitu berdasarkan jenis kelamin terdapat 11 orang perempuan dan 4 laki-laki. Untuk kategori umur sebanyak 4 orang dengan umur 17-25 tahun, 7 orang dengan umur 26-35 tahun, 3 orang dengan umur 36-45 tahun, dan 1 orang 46-55 tahun. Untuk kategori pendidikan yaitu sebanyak 2 orang tingkat SMP, 6 orang, 1 orang SMA, , 4 orang S1, dan 2 orang S2. Dalam pekerjaan diketahui terdapat 5 orang wiraswasta, 2 orang mahasiswa, 1 orang pelajar, 5 orang umum dan 2 orang PNS.

Selanjutnya untuk responden yang menjawab kategori “cukup menarik” sebanyak 14 orang, Adapun alasan-alasan yang diberikan diantaranya karena Kacang Pukul merek HH memiliki kemasan yang beragam seperti kemasan plastik, kotak, dan toples.

Identitas responden yang menjawab untuk kategori ”cukup menarik” yaitu berdasarkan jenis kelamin terdapat 9 orang perempuan dan 5 laki-laki. Untuk kategori umur terdapat 6 orang dengan umur 17-25 tahun, 4 orang dengan umur 26-35 tahun, dan 4 orang dengan umur 36-45 tahun. Untuk kategori pendidikan yaitu sebanyak 3 orang tingkat SMP, 4 orang SMA, 2 orang Diploma, dan 5 orang S1. Dalam pekerjaan diketahui terdapat 3 orang pekerja umum, 6 orang wiraswasta, 3 orang mahasiswa, , dan 2 orang pelajar.

Kemudian untuk responden yang menjawab dengan kategori “kurang menarik” yaitu sebanyak 1 orang, Adapun alasan-alasan yang diberikan karena desainnya masih terlihat biasa saja tidak terlalu menarik. Adapun identitas responden kategori ini antara lain yaitu berjenis kelamin perempuan, dengan umur 36-45 tahun dengan pendidikan terakhir S1 dengan pekerja wiraswasta

“Berdasarkan hasil wawancara peneliti pada tanggal 5 Maret 2020 dengan pemilik usaha Kacang Pukul Merek HH, ia mengatakan bahwa Kacang Pukul Merek HH memberikan kemasan yang berbeda-beda agar konsumen tidak bosan dengan produk HH, sebab untuk merek lain masih banyak yang tidak mengeluarkan kemasan untuk kacang pukul dengan memakai kotak ataupun toples. Maka pemilik usaha kacang pukul merek HH memberikan konsumen dengan desain kemasan yang beragam berbeda dengan yang lain”.

Berdasarkan analisis dari hasil kuesioner dan wawancara dengan responden, maka dapat dikatakan kemasan produk Kacang Pukul Merek HH

berada pada kategori “**menarik**”. Karena kemasan yang ada di kacang pukul merek HH beragam desain dan bentuk untuk menarik konsumen agar tidak bosan.

Dari seluruh indikator di atas maka penulis dapat membuat rekapitulasi dari keseluruhan jabatan tersebut untuk lebih jelas dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel V.23 : Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Inovasi Produk Kacang Pukul Merek HH

Pertanyaan	Frekuensi			Jumlah	Bobot	Kriteria
	3	2	1			
1	2	3	4	5	6	7
Bagaimanakah penilaian Bapak/Ibu terhadap Daya Tahan produk (Keawetan) kacang pukul merek HH?	17	10	3	30	2,5	Awet
Bagaimanakah penilaian Bapak/Ibu terhadap Daya Tahan produk (Timbulnya Jamur) yang dihasilkan produk kacang pukul merek HH?	17	13	0	30	2,6	Tidak Berjamur
Bagaimanakah penilaian Bapak/Ibu terhadap Daya Tahan produk (Aroma) yang dihasilkan produk kacang pukul merek HH Bagan Siapi-api?	19	11	0	30	2,6	Tidak Berbau
Bagaimanakah penilaian Bapak/Ibu terhadap kelayakan produk (Dikonsumsi) kacang pukul merek HH Bagan Siapi-api ?	15	15	0	30	2,5	Layak
Bagaimanakah penilaian Bapak/Ibu terhadap kelayakan (Alat Produksi) kacang pukul merek HH Bagan Siapi-api ?	14	14	2	30	2,4	Cukup Layak

1	2	3	4	5	6	7
Bagaimanakah penilaian Bapak/Ibu terhadap kelayakan (Harga) pada produk kacang pukul merek HH Bagan Siapi-api?	17	9	4	30	2,4	Cukup Layak
Bagaimanakah penilaian Bapak/Ibu mengenai ketelitian produk (Jumlah/Isi) kacang pukul merek HH Bagan Siapi-api?	16	12	2	30	2,5	Teliti
Bagaimanakah penilaian Bapak/Ibu mengenai ketelitian produk (Rasa) kacang pukul merek HH Bagan Siapi-api?	18	9	3	30	2,5	Teliti
Bagaimanakah penilaian Bapak/Ibu mengenai ketelitian produk (Kemasan) kacang pukul merek HH Bagan Siapi-api?	16	13	1	30	2,5	Teliti
Bagaimanakah penilaian Bapak/Ibu terhadap Keunikan produk kacang pukul merek HH Bagan Siapi-api?	17	11	2	30	2,5	Unik
Bagaimanakah penilaian Bapak/Ibu terhadap Keistimewaan produk kacang pukul merek HH Bagan Siapi-api ?	16	11	3	30	2,4	Cukup Istimewa
Apakah Bapak/Ibu melihat Label Halal tertera pada produk kacang pukul merek HH Bagan Siapi-api?	16	13	1	30	2,5	Ada

Dokumen ini adalah Arsip Miilik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

1	2	3	4	5	6	7
Apakah Bapak/Ibu melihat Masa Kadaluwarsa tertera pada produk kacang pukul merek HH ?	18	11	1	30	2,6	Ada
Apakah menurut Bapak/Ibu warna produk kacang pukul merek HH telah sesuai dengan varian rasa ?	15	13	2	30	2,4	Cukup Sesuai
Bagaimakah penilaian Bapak/Ibu terhadap bentuk merek produk yang tertera pada produk kacang pukul merek HH ?	18	8	4	30	2,5	Menarik
Apakah ukuran produk kacang pukul merek HH telah sesuai dengan keinginan Bapak/Ibu?	15	14	1	30	2,5	Sesuai
Bagaimanakah penilaian Bapak/Ibu terhadap varian rasa produk kacang pukul merek HH?	16	12	2	30	2,5	Enak
Bagaimanakah penilaian Bapak/Ibu terhadap desain kemasan produk kacang pukul merek HH Bagan Siapi-api?	15	14	1	30	2,5	Menarik
Jumlah	295	213	32	540	44,9	
Rata-rata	16,4	11,8	1,8	30	2.49	Baik
Persentase (%)	54,6	39,4	6	100		

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2020

Berdasarkan tabel rekapitulasi di atas nilai rata-rata tanggapan 30 responden dengan 18 item pertanyaan mengenai inovasi produk kacang pukul merek HH berada pada interval penilaian baik dengan skor sebesar 2,49 artinya inovasi produk pada kacang pukul merek HH telah dilakukan dengan baik.

C. Faktor Pendukung Inovasi Produk Kacang Pukul Merek HH Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir

1. Kualitas Produk

Kacang pukul merek HH memiliki kualitas yang lebih baik dengan daya tahan yang awet, tidak berjamur, dan tidak berbau. Kemudian kacang pukul merek HH memiliki kelayakan yang baik dilihat dari bahan-bahan yang digunakan aman sehingga layak dikonsumsi, alat yang digunakan lebih canggih dibanding alat kacang pukul merek lain. Ketelitian dalam jumlah/isi dan rasa disetiap kemasan sesuai dengan keterangan yang tertera.

2. Fitur Produk

Kacang Pukul merek HH memiliki keunikan tersendiri selain produknya memiliki beragam rasa, keunikan yang ada pada merek ini adalah namanya yang mudah diingat HH. Kemudian label halal yang tertera pada setiap kemasan, sehingga meyakinkan konsumen untuk mengkonsumsi terutama untuk muslim.

3. Gaya Produk

Kacang pukul merek HH ini memiliki bentuk merek yang sederhana dan mudah diingat oleh konsumen, hal ini karena merek pada setiap kemasan terlihat jelas. Selain itu ukuran pada produk kacang pukul merek HH memiliki ukuran yang dapat menyesuaikan dengan untuk dikonsumsi orang dewasa maupun anak-anak.

4. Desain Produk

Kacang pukul merek HH beberapa tahun terakhir selalu memberikan rasa dengan varian pada kacang pukul merek HH sehingga menghilangkan rasa bosan konsumen dan rasa pada kacang pukul merek HH lebih gurih, manis yang pas dan tidak keras. Kemasan yang lebih modern pada produk kacang pukul merek HH juga dilakukan oleh produksi kacang pukul menyesuaikan rasa sehingga menghilangkan kejenuhan konsumen dan lebih menarik dibanding kemasan merek lain.

D. Faktor Penghambat Inovasi Produk Pada Kacang Pukul Merek HH Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir

1. Kualitas Produk

Usaha kacang pukul dalam ketelitian kemasan masih belum sepenuhnya teliti karena belum meratanya informasi kadaluwarsa untuk kemasan lama yang masih diproduksi. Selain itu informasi rasa pada kemasan baru ataupun lama masih kurang merata. Masih ada yang tidak terdapat keterangan mengenai jenis rasa.

2. Fitur Produk

Kacang pukul merek HH masih cenderung kurang memiliki keistimewaan yang lebih dengan kacang pukul merek lainnya dan informasi kadaluwarsa yang masih belum merata di setiap kemasan di kemasan lama ataupun kemasan baru.

3. Gaya Produk

Kacang pukul merek HH kurang dalam melakukan perubahan bentuk merek HH dari awal berdiri hingga sekarang tidak terlalu signifikan dalam perubahan tulisan yang tertera pada setiap kemasan. Kemudian dalam memproduksi varian rasa pada kacang pukul kurang memiliki warna yang lebih menarik, lebih cenderung pucat untuk warna disetiap varian yang memiliki jenis-jenis rasa seperti untuk rasa strawberry dan pandan.

4. Desain Produk

Desain pada kemasan sering terdapat tidak sama. Maksudnya adalah seperti kurangnya informasi yang lengkap mengenai produk tentang tidak adanya tertera jenis rasa pada beberapa kemasan.

“Berdasarkan hasil wawancara peneliti pada tanggal 5 Maret 2020 dengan pemilik kacang pukul merek HH, ia mengatakan bahwa faktor kurangnya inovasi produk yang maksimal karena kurangnya modal lebih yang dimiliki untuk lebih mengembangkan dan kurangnya pengetahuan dalam melakukan penyesuaian selera konsumen yang terus berubah dalam rasa dan bentuk kemasan”.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa inovasi produk kacang pukul merek HH Bagan Siapi-api kabupaten Rokan Hilir berada pada kategori “**Baik**”. Hal ini disebabkan oleh:

1. Dari indikator kualitas produk, kacang pukul merek HH memiliki daya tahan yang awet, tidak berjamur, dan tidak berbau. Hal ini karena tidak mudah berubah kualitasnya dan dapat bertahan cukup lama sesuai masa habis kadaluwarsa produknya hingga 9 bulan. Selain itu kualitas produk untuk kelayakan produk untuk dapat dikonsumsi memiliki penilaian yang layak karena tidak memakai bahan yang berbahaya cocok untuk anak-anak dan dewasa. dan kualitas produk kacang pukul merek HH memiliki ketelitian dalam pengisian jumlah/isi, pengisian rasa, dan ketelitian kemasan. Karena hampir tidak pernah menemukan kesalahan jumlah isi, rasa, dan tidak ada kerusakan pada kemasan namun untuk kemasan masih banyak yang tidak tertera info masa kadaluwarsa.
2. Dari indikator fitur produk, kacang pukul merek HH memiliki keunikan karena jarang ditemukan di daerah lain dan merek HH banyak memiliki varian rasa dan kemasan modern. Selain itu terdapat label halal dan informasi

masa kadaluwarsa Kacang Pukul Merek HH disetiap kemasan sehingga memudahkan konsumen untuk dapat mengetahuinya.

3. Dari indikator gaya produk, kacang pukul merek HH memiliki merek yang menarik karena mudah diingat namun tidak banyak adanya perubahan bentuk sejak dalam kemasan yang lama hingga adanya kemasan baru. Selain itu ukuran produk Kacang Pukul Merek HH sudah sesuai karena ukurannya sesuai untuk anak-anak maupun dewasa.
4. Dari indikator desain produk, kacang pukul merek HH memiliki rasa yang enak karena kacang pukul HH memiliki banyak rasa dan lebih gurih dibanding merek lain. Dan desain produk untuk kemasan produk Kacang Pukul Merek HH menarik karena memiliki beragam desain dan bentuk untuk menarik konsumen agar tidak bosan.

B. Saran

Dari kesimpulan yang diperoleh dari kesimpulan diatas, maka dapat disarankan :

1. Secara umum, diharapkan dapat mempertahankan inovasi produk kacang pukul merek HH Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan hilir yang sudah berada pada kategori baik. Dan pemilik usaha perlu memperbaiki faktor penghambat inovasi produk kacang pukul merek HH agar dapat terus unggul dan meningkat.

2. Kepada pemilik usaha kacang pukul HH diharapkan agar dapat mengembangkan inovasinya dengan membuka cabang dari usaha kacang pukul tersebut, sehingga lapangan pekerjaan semakin bertambah dan pengangguran pun berkurang.
3. Kepada pemerintah Kabupaten Rokan Hilir agar dapat memberikan perhatian lebih pada usaha kacang pukul dengan mengadakan pelatihan dan pembinaan mengenai pengembangan usaha kacang pukul, karena usaha kacang pukul ini mempunyai potensi untuk lebih berkembang.
4. Untuk peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian yang sama pada objek yang berbeda agar menambahkan variabel lainnya yang tidak dibahas dalam penelitian ini seperti dalam penelitian ini menggunakan 4 indikator yaitu kualitas produk, fitur produk, gaya produk dan desain produk untuk menilai inovasi produk, maka disarankan kepada peneliti selanjutnya menambahkan lebih banyak lagi sehingga memperoleh hasil penelitian yang lebih maksimal lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, 2011. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi, Bandung, Alfabeta.
- Alma, Buchari, 2018. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Cetakan Ke-13, Bandung, Alfabeta.
- Assauri, Sofjan, 2015. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Ke-15. Jakarta, PT Rajagrafindo Persada.
- Dewi, Irra Christyanti. 2011. *Pengantar Ilmu Administrasi*. Jakarta, Prestasi Putrakarya
- Ellitan, Lena dan Lina Anatan, 2009. *Manajemen Inovasi Transformasi Menuju Organisasi Kelas Dunia*. Bandung, Alfabeta
- Fahmi, Irham, 2015. *Pengantar Ilmu Administrasi Bisnis*. Bandung, CV. Alfabeta
- Hasibuan, Malayu, 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Herlambang, Susatyo dan Marwoto, Bambang Heru, 2014. *Manajemen Kesekretariatan*. Yogyakarta, Gosyen Publishing
- Sindoro, Alexander, 2004. *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1*, Edisi Ke-9. Jakarta, PT indeks.
- Manullang, M., 2000. *Manajemen Personalialia*. Jakarta, Ghalia Indonesia
- Marihot, Manulang, 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE.
- Nitisusastro, Mulyadi H, 2009. *Kewirausahaan & manajemen UsahaKecil*. Bandung, Alfabeta
- Rusdarti, Kusmuriyanto. 2012. *Ekonomi Fenomena Di Sekitar Kita*. Semarang, PT Tiga Serangkai Pustaka Mandiri
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta, Salemba Empat
- Siagian, Sondang P, 2017. *Filsafat Administrasi*. Jakarta, PT. Bumi Aksara
- Sule, Ernie Tisnawati dan Kurniawan Saefullah, 2015. *Pengantar Manajemen*. Jakarta, Prenadamedia Group.
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung, CV. Alfabeta
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung, Alfabeta

Sutarto, 2006. *Dasar-dasar Organisasi*, Yogyakarta: Gajah Mada University Press.

The Liang Gie, 2007. *Administrasi Perkantoran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

Tjiptono, Fandy, 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta, Andi

Wardiah, Lasmi M, 2016. *Teori Perilaku dan Budaya Organisasi*. Bandung: Pustaka Setia.

Werren, et.al.2016. *Pengantar Akuntansi Adaptasi Indonesia*. Jakarta, Salemba Empat.

Widoyoko, Eko Putro.2012. *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta, Pustaka Pelajar

Wursanto, Ig, 2005. *Dasar-Dasar Ilmu Organisasi*. Yogyakarta, CV. Andi Offset

Zulkifli, et.al, 2013. *Buku Pedoman Penulisan Usulan Penelitian, Skripsi Dan Kertas Kerja Mahasiswa*. Pekanbaru, Badan Penerbit FISIPOL UIR.

JURNAL

Budimartono, Ivan Steffanus dan Dhyah Harjanti.2016. *Analisis Proses Inovasi Produk Pada PT. Indoplast Makmur*. Agora, Volume 4 Nomor 2

Hartono, Yosua Ersan. 2018. *Analisis Inovasi Produk X Di PT Nutrifood Indonesia*. Agora, Volume 6 Nomor 1

Pattipeilohy, Victor Ringhard. 2018. *Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing: Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Usaha Nasi Kuning Di Kelurahan Batu Meja Kota Ambon)*, Maneksi, Volume 7 Nomor 1

INTERNET

https://encryptedtbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQDUX5Yo98PP6L_9TJHMtl0TX8yDdOfzQKwjUqNbBsJGLWDEw-Dpw/, diakses, minggu, 25 agustus 2019, jam 13.34

<http://interactive.co.id/blog/10-permasalahan-ukm-dan-cara-mudah-untuk-mengatasinya-127.html>, diakses, minggu, 29 september 2019, jam 23.35 WIB

<http://dosenekonomi.com/bisnis/pejuang-bisnis/ciri-ciri-usaha-besar/amp#aoh=15698193579372&referrer=https%3A%2F%2Fwww.goo>

[gle.com&_tf=Dari%20%251%24s](#), diakses, senin, 30 september 2019, jam 12.00 WIB

<http://interactive.co.id/blog/10-permasalahan-ukm-dan-cara-mudah-untuk-mengatasinya-127.html>, diakses, senin, 30 september 2019, jam 12.4 WIB

<https://salamadian.com/umkm-ukm-indonesia/> diakses rabu 18 maret 2020, jam 20.21 WIB

<https://images.app.goo.gl/XDKVqz3PKTuSuvKJA/> diakses 18 April 2020, jam 20.32 WIB



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau