

BAB IV

HASIL PENGEMBANGAN

4.1 Penyajian Data Uji Coba

Kreasi produk kerupuk dengan penambahan pare dilakukan dengan empat perlakuan dan tiga kali pengulangan. Hal ini dilakukan agar peneliti dapat mengetahui pengaruh kesukaan panelis terhadap warna, aroma, rasa, dan tekstur kreasi produk kerupuk pare. Uji coba perlakuan pertama dilakukan dengan membuat kerupuk tanpa menambahkan pare yang digunakan sebagai variabel kontrol atau pembanding kerupuk pare. Uji coba perlakuan kedua, ketiga, dan keempat dilakukan dengan menambahkan 20%, 30%, dan 40% pare pada adonan kerupuk. Hasil penelitian digunakan untuk menjawab rumusan masalah yaitu untuk mengetahui minat panelis terhadap kreasi produk berdasarkan warna, aroma, rasa, dan tekstur dengan hasil analisis deskripsi sebagai berikut:

Tabel 4.1 Hasil Analisis Deskriptif Profil Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	46	51,1%
Perempuan	44	48,9%
Total	90	100%

Sumber: Data Diolah (2020)

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada Tabel 4.1 diketahui bahwa jumlah panelis yang berpartisipasi dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 51,1% dan perempuan sebanyak 48,9%. Hal ini menunjukkan bahwa responden lebih banyak berjenis kelamin laki-laki.

4.2 Analisis Data

4.2.1 Analisis Data Hasil Penelitian

Dalam penelitian kreasi produk dengan penambahan pare, peneliti melakukan uji coba empat sampel kerupuk dengan persentase penambahan pare berbeda-beda yaitu 0%, 20%, 30%, dan 40%. Keempat sampel dibagikan kepada 30 panelis sebanyak tiga kali pengulangan sehingga berjumlah 90 orang. Berikut adalah uraian hasil uji coba kerupuk dengan penambahan pare:

Tabel 4.2 Perbandingan Resep Uji Coba Pembuatan Kerupuk dengan Penambahan Pare

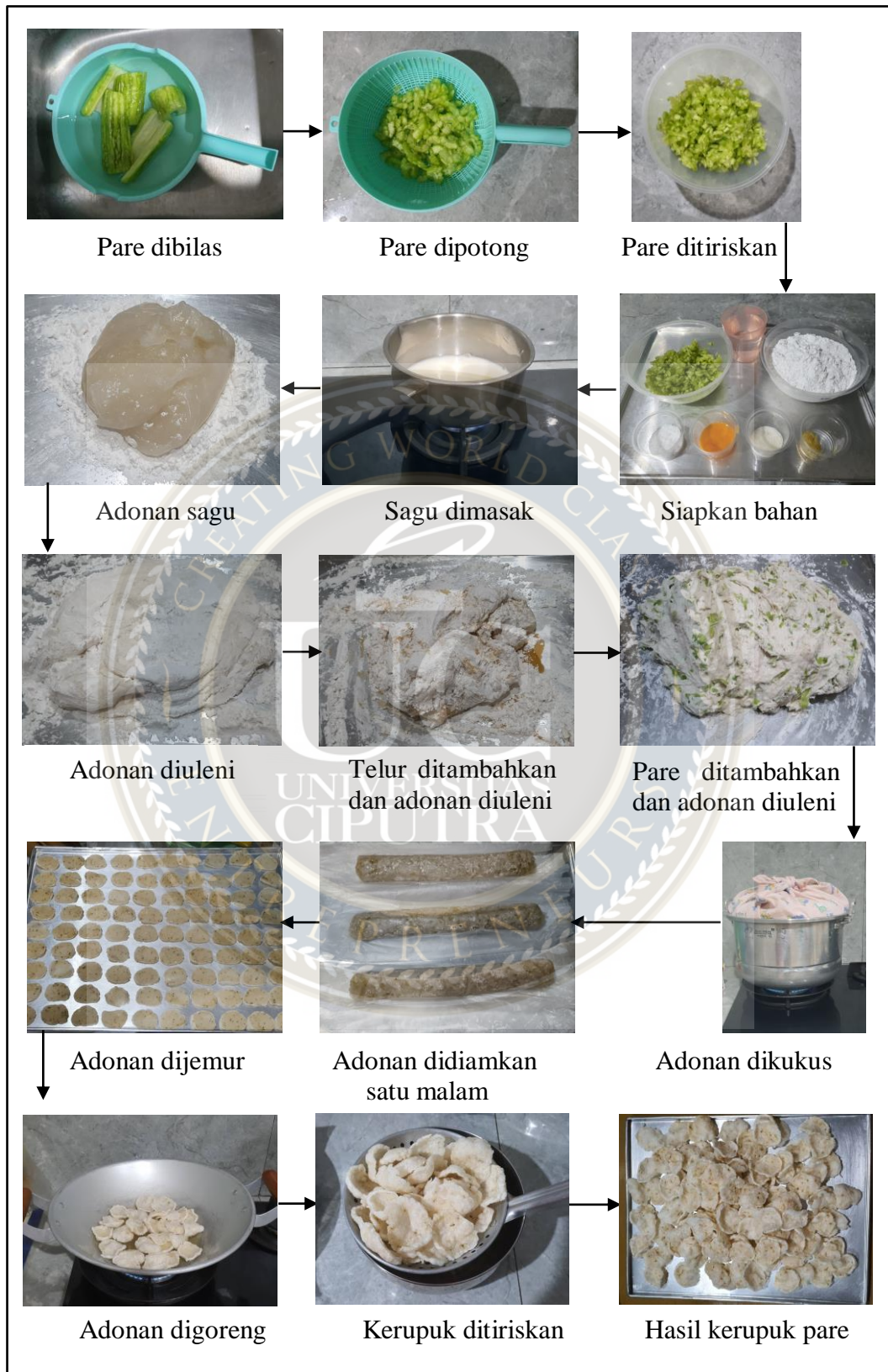
No	Nama Bahan	Uji Coba I (0%)	Uji Coba II (20%)	Uji Coba III (30%)	Uji Coba IV (40%)	Satuan
1	Pare	-	100	150	200	Gram
2	Tepung tapioka	500	500	500	500	Gram
3	Telur bebek	30	30	30	30	Gram
4	Garam	20	20	20	20	Gram
5	Gula	10	10	10	10	Gram
6	Bawang putih	16	16	16	16	Gram
7	Air	250	250	250	250	Mililiter

Sumber: Data Diolah (2020)

Tabel 4.3 Kesimpulan Resep Uji Coba Pembuatan Kerupuk dengan Penambahan Pare

No	Aspek	Uji Coba I (0%)	Uji Coba II (20%)	Uji Coba III (30%)	Uji Coba IV (40%)
1	Rasa	Lebih asin dibanding kerupuk pare lainnya	Sedikit asin	Memiliki sedikit rasa pahit	Lebih pahit dibanding kerupuk pare lain
2	Tekstur	Agak keras	Renyah	Renyah	Renyah namun agak kopong
3	Warna	Putih kekuningan	Putih kekuningan dengan sedikit bintik kuning	Putih kekuningan dengan bintik kuning	Putih kekuningan dengan bintik kuning
4	Aroma	Netral	Netral	Aroma pare tercium samar	Aroma pare tercium

Sumber: Data Diolah (2020)



Gambar 4.1 Proses Pembuatan Kerupuk dengan Penambahan Pare
 Sumber: Data Diolah (2020)

Berdasarkan Gambar 4.1, berikut adalah uraian setiap uji coba kerupuk

pare:

1. Uji coba I (0%)



Gambar 4.2 Hasil Uji Coba Perlakuan Pertama
Sumber: Data Diolah (2020)

Uji coba pertama yaitu membuat kerupuk dengan menambahkan 0% pare dari jumlah tepung tapioka yang digunakan. Setelah digoreng, penambahan 0% pare dari jumlah tepung memberikan hasil kerupuk dengan rasa yang cukup asin dengan tekstur agak keras. Kerupuk berwarna putih kekuningan dan tidak memiliki aroma.

2. Uji Coba II (20%)



Gambar 4.3 Hasil Uji Coba Perlakuan Kedua
Sumber: Data Diolah (2020)

Uji coba kedua yaitu membuat kerupuk dengan menambahkan 20% pare dari jumlah tepung tapioka yang digunakan. Setelah penggorengan, penambahan 20% pare dari jumlah tepung memberikan hasil kerupuk dengan rasa sedikit asin dan tekstur renyah. Kerupuk berwarna putih kekuningan dengan sedikit bintik kuning yang berasal dari potongan pare namun tidak memiliki aroma pare.

3. Uji Coba III (30%)



Gambar 4.4 Hasil Uji Coba Perlakuan Ketiga
Sumber: Data Diolah (2020)

Uji coba ketiga yaitu membuat kerupuk dengan menambahkan 30% pare dari jumlah tepung tapioka yang digunakan. Setelah digoreng, penambahan 30% pare dari jumlah tepung memberikan hasil kerupuk dengan rasa sedikit pahit pare dengan tekstur renyah. Kerupuk berwarna putih kekuningan dengan bintik kuning lebih banyak dibandingkan kerupuk dengan tambahan 20% pare. Bintik kuning berasal dari potongan pare dan memiliki aroma pare namun tidak menyengat.

4. Uji Coba IV (40%)



Gambar 4.5 Hasil Uji Coba Perlakuan Keempat
Sumber: Data Diolah (2020)

Uji coba keempat yaitu membuat kerupuk dengan menambahkan 40% pare dari jumlah tepung tapioka yang digunakan. Setelah penggorengan, penambahan 40% pare dari jumlah tepung memberikan hasil kerupuk dengan rasa yang cukup pahit dan tekstur renyah namun sedikit kopong. Kerupuk berwarna putih kekuningan dengan bintik kuning cukup banyak yang berasal dari potongan pare dan memiliki aroma pare.

4.2.2 Rasa

Berdasarkan hasil uji organoleptik kreasi produk yang telah dilakukan, berikut adalah penjelasan data-datanya:

Tabel 4.4 Rekapitulasi Hasil Uji Organoleptik Kerupuk dengan Penambahan Pare (Rasa)

Pengulangan	0%	20%	30%	40%
1	2,93	2,87	3,10	2,53
2	3,43	3,27	3,27	3,20
3	3,13	3,17	3,17	2,80
Rata-rata	3,17	3,10	3,18	2,84

Sumber: Data Diolah (2020)

Berdasarkan Tabel 4.4, dapat dilihat bahwa rata-rata tertinggi kesukaan panelis terhadap kreasi produk kerupuk pare dari aspek rasa diperoleh pada kerupuk dengan persentase penambahan pare sebanyak 30%. Kemudian diikuti oleh 0%, 20%, dan 40%. Menurut peneliti, kerupuk dengan penambahan pare sebanyak 30% memiliki rata-rata tertinggi karena rasanya yang tidak terlalu pahit namun pare tetap terasa.

Tabel 4.5 Data Hasil Uji Organoleptik Rasa Menggunakan ANOVA

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: Kesukaan

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
<i>Corrected Model</i>	20,122 ^a	11	1,829	3,151	0,000
<i>Intercept</i>	3397,878	1	3397,878	5853,770	0,000
Pengulangan	11,272	2	5,636	9,710	0,000
Konsentrasi	6,544	3	2,181	3,758	0,011
Pengulangan * Konsentrasi	2,306	6	0,384	0,662	0,680
<i>Error</i>	202,000	348	0,580		
<i>Total</i>	3620,000	360			
<i>Corrected Total</i>	222,122	359			

a. *R Squared* = 0,091 (*Adjusted R Squared* = 0,062)

Sumber: Data Diolah (2020)

Tabel 4.5 menunjukkan data yang telah diolah dengan ANOVA. Berdasarkan tabel tersebut, nilai signifikansi konsentrasi mendapat nilai (*Sig*) 0,011 ($p < 0,05$) dimana hal tersebut menunjukkan bahwa konsentrasi berpengaruh signifikan terhadap nilai kesukaan rasa dari panelis.

4.2.3 Tekstur

Berdasarkan hasil uji organoleptik kreasi produk yang telah dilakukan, berikut adalah penjelasan data-datanya:

Tabel 4.6 Rekapitulasi Hasil Uji Organoleptik Kerupuk dengan Penambahan Pare (Tekstur)

Pengulangan	0%	20%	30%	40%
1	3,00	2,93	3,23	2,93
2	3,13	3,23	3,47	3,13
3	3,10	3,17	3,00	3,13
Rata-rata	3,08	3,11	3,23	3,07

Sumber: Data Diolah (2020)

Berdasarkan Tabel 4.6, dapat dilihat bahwa rata-rata tertinggi kesukaan panelis terhadap kreasi produk kerupuk pare dari aspek tekstur diperoleh pada kerupuk dengan persentase penambahan pare sebanyak 30%. Kemudian diikuti oleh 20%, 0%, dan 40%.

Tabel 4.7 Data Hasil Uji Organoleptik Tekstur Menggunakan ANOVA

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: Kesukaan

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
<i>Corrected Model</i>	7,422 ^a	11	0,675	1,215	0,275
<i>Intercept</i>	3509,378	1	3509,378	6321,239	0,000
Pengulangan	2,906	2	1,453	2,617	0,074
Konsentrasi	1,578	3	0,526	0,947	0,418
Pengulangan * Konsentrasi	2,939	6	0,490	0,882	0,508
<i>Error</i>	193,200	348	0,555		
Total	3710,000	360			
<i>Corrected Total</i>	200,622	359			

a. *R Squared* = 0,037 (*Adjusted R Squared* = 0,007)

Sumber: Data Diolah (2020)

Tabel 4.7 menunjukkan data yang telah diolah dengan ANOVA. Berdasarkan tabel tersebut, nilai signifikansi konsentrasi mendapat nilai (*Sig*) 0,418 ($p > 0,05$) dimana hal tersebut menunjukkan bahwa konsentrasi tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai kesukaan tekstur dari panelis.

4.2.4 Warna

Berdasarkan hasil uji organoleptik kreasi produk yang telah dilakukan, berikut adalah penjelasan data-datanya:

Tabel 4.8 Rekapitulasi Hasil Uji Organoleptik Kerupuk dengan Penambahan Pare (Warna)

Pengulangan	0%	20%	30%	40%
1	2,97	3,00	3,07	2,83
2	3,23	3,30	3,43	3,43
3	3,23	3,30	3,33	3,13
Rata-rata	3,14	3,20	3,28	3,13

Sumber: Data Diolah (2020)

Berdasarkan Tabel 4.8, dapat dilihat bahwa rata-rata tertinggi kesukaan panelis terhadap kreasi produk kerupuk pare dari aspek warna diperoleh pada kerupuk dengan persentase penambahan pare sebanyak 30%. Kemudian diikuti oleh 20%, 0%, dan 40%. Warna bintik kuning kerupuk diperoleh dari penambahan pare. Menurut peneliti kerupuk dengan penambahan pare 30% memiliki warna bintik pare yang terlihat namun warna kerupuk tidak terlihat terlalu gelap.

Tabel 4.9 Data Hasil Uji Organoleptik Warna Menggunakan ANOVA

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: Kesukaan

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	11,956 ^a	11	1,087	2,717	0,002
Intercept	3660,844	1	3660,844	9152,111	0,000
Pengulangan	9,489	2	4,744	11,861	0,000
Konsentrasi	1,178	3	0,393	0,981	0,402
Pengulangan * Konsentrasi	1,289	6	0,215	0,537	0,780
Error	139,200	348	0,400		
Total	3812,000	360			
Corrected Total	151,156	359			

a. R Squared = 0,079 (Adjusted R Squared = 0,050)
 Sumber: Data Diolah (2020)

Tabel 4.9 menunjukkan data yang telah diolah dengan ANOVA. Berdasarkan tabel tersebut, nilai signifikansi konsentrasi mendapat nilai (*Sig*) 0,402 ($p > 0,05$) dimana hal tersebut menunjukkan bahwa konsentrasi tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai kesukaan warna dari panelis.

4.2.5 Aroma

Berdasarkan hasil uji organoleptik kreasi produk yang telah dilakukan, berikut adalah penjelasan data-datanya:

Tabel 4.10 Rekapitulasi Hasil Uji Organoleptik Kerupuk dengan Penambahan Pare (Aroma)

Pengulangan	0%	20%	30%	40%
1	2,80	2,93	2,97	2,93
2	3,47	3,33	3,33	3,33
3	3,10	3,03	3,07	3,07
Rata-rata	3,12	3,10	3,12	3,11

Sumber: Data Diolah (2020)

Berdasarkan Tabel 4.10, dapat dilihat bahwa rata-rata tertinggi kesukaan panelis terhadap kreasi produk kerupuk pare dari aspek aroma diperoleh pada kerupuk dengan persentase penambahan pare sebanyak 0% dan 30%. Kemudian diikuti oleh 40% dan 20%. Menurut peneliti kerupuk dengan penambahan pare 30% memiliki aroma pare yang tercium namun tidak menyengat.

Tabel 4.11 Data Hasil Uji Organoleptik Aroma Menggunakan ANOVA

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: Kesukaan

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
<i>Corrected Model</i>	13,964 ^a	11	1,269	3,610	0,000
<i>Intercept</i>	3490,669	1	3490,669	9927,156	0,000
Pengulangan	13,006	2	6,503	18,493	0,000
Konsentrasi	0,031	3	0,010	0,029	0,993
Pengulangan * Konsentrasi	0,928	6	0,155	0,440	0,852
<i>Error</i>	122,367	348	0,352		
Total	3627,000	360			
<i>Corrected Total</i>	136,331	359			

a. *R Squared* = 0,102 (*Adjusted R Squared* = 0,074)

Sumber: Data Diolah (2020)

Tabel 4.11 menunjukkan data yang telah diolah dengan ANOVA.

Berdasarkan tabel tersebut, nilai signifikansi konsentrasi mendapat nilai (*Sig*) 0,993

($p > 0,05$) dimana hal tersebut menunjukkan bahwa konsentrasi tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai kesukaan aroma dari panelis.

4.2.6 Hasil Uji Organoleptik

Uji organoleptik dilakukan sebanyak tiga kali pengulangan kepada 30 orang panelis setiap pengulangan. Uji organoleptik dilakukan di Universitas Ciputra dan para panelis diminta untuk mencoba empat sampel kreasi produk kerupuk pare yang memiliki konsentrasi pare berbeda-beda. Kemudian panelis mengisi kuesioner berdasarkan tingkat kesukaan panelis terhadap kreasi produk dari aspek warna, aroma, rasa, dan tekstur. Kerupuk dengan penambahan pare 30% memiliki rata-rata tertinggi dibanding dengan persentase lain dalam aspek warna, aroma, rasa, dan tekstur.

4.2.7 Hasil Uji Laboratorium

Berdasarkan hasil pengujian kerupuk yang dilakukan Lestari (2012:35), diketahui jumlah serat pada 1,5 gram kerupuk yaitu sebesar 1,15% sehingga jumlah serat pada 100 gram kerupuk mengandung 1,15 gram serat. Berdasarkan hasil uji organoleptik yang telah dilakukan sebelumnya, diperoleh kreasi produk yang paling diminati panelis yaitu kerupuk dengan penambahan pare 30%. Peneliti melakukan uji laboratorium di Surya Inti Permata, Blok A 51-52, Jl Raya Bandara Juanda, Sedati, Sidoarjo. Zat gizi yang diuji dalam kreasi produk kerupuk pare ini adalah serat pangan.

Tabel 4.12 Hasil Uji Laboratorium

No	Jenis Kerupuk	Parameter	Satuan	Hasil		Metode Uji
				Simplo	Duplo	
1	Kerupuk pare	Serat pangan	%	5,76	5,73	18-8-6-2/MU/SMM-SIG

Sumber: Data Diolah (2020)

4.3 Aspek Bisnis

4.3.1 Analisis Biaya yang Dihasilkan

Tabel 4.13 Analisis Biaya Kerupuk dengan Penambahan Pare

No	Bahan	Kuantitas	Satuan	Harga (Rp)
1	Pare	150	Gram	2.475
2	Tepung tapioka	500	Gram	6.000
3	Telur bebek	30	Gram	1.563
4	Garam	20	Gram	200
5	Gula	10	Gram	125
6	Bawang putih	16	Gram	528
7	Air	250	Mililiter	238
8	Minyak	500	Mililiter	5.375
Total HPP				16.504
Total HPP (50 g)				1.376
Kemasan				1.000
Mark Up				2.376
Harga jual				8.000

Sumber: Data Diolah (2020)

Berdasarkan Tabel 4.13, satu resep kerupuk pare menghasilkan 12 kemasan produk. Satu kemasan mengandung produk sebanyak 50 gram sehingga diperoleh HPP Rp. 1.376 dengan tambahan kemasan menjadi Rp. 2.376. Harga jual satu kemasan yaitu Rp. 8.000.

4.3.2 Kemasan

Kreasi produk kerupuk dengan penambahan pare dijual dalam kemasan plastik transparan dengan *ziplock* yang bertujuan untuk mempertahankan kualitas

produk. Kreasi produk ini diberi nama “Rupa” yang merupakan singkatan dari Kerupuk Pare. Desain latar belakang logo kreasi produk diberi warna hijau seperti warna pare. Pada logo produk, terdapat komposisi, jumlah serat pangan, dan berat bersih yang dicantumkan. Berat bersih produk yaitu 50 gram. Berikut contoh kemasan yang akan dipasarkan:



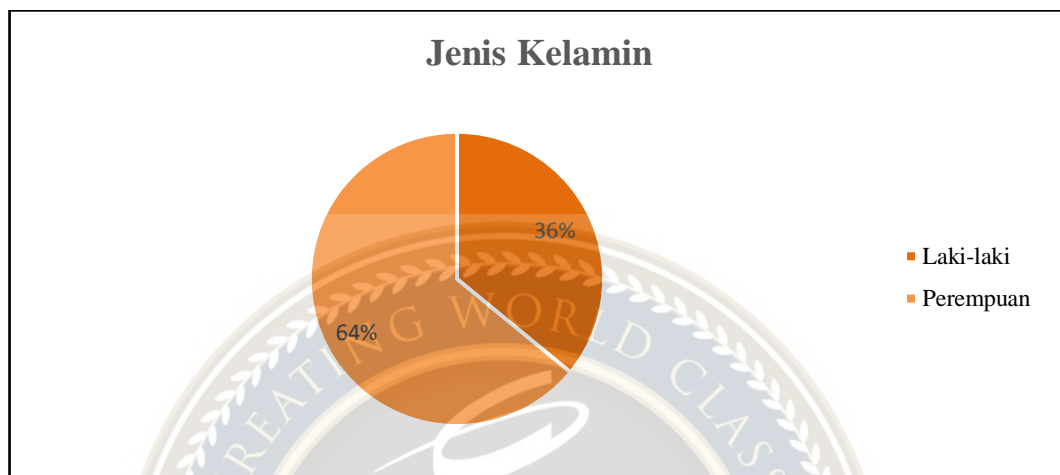
Gambar 4.6 Kemasan Kreasi Produk Kerupuk Pare
Sumber: Data Diolah (2020)



Gambar 4.7 Desain Kemasan Kreasi Produk Kerupuk Pare
Sumber: Data Diolah (2020)

4.3.3 Penerimaan Pasar terhadap Hasil Pengembangan

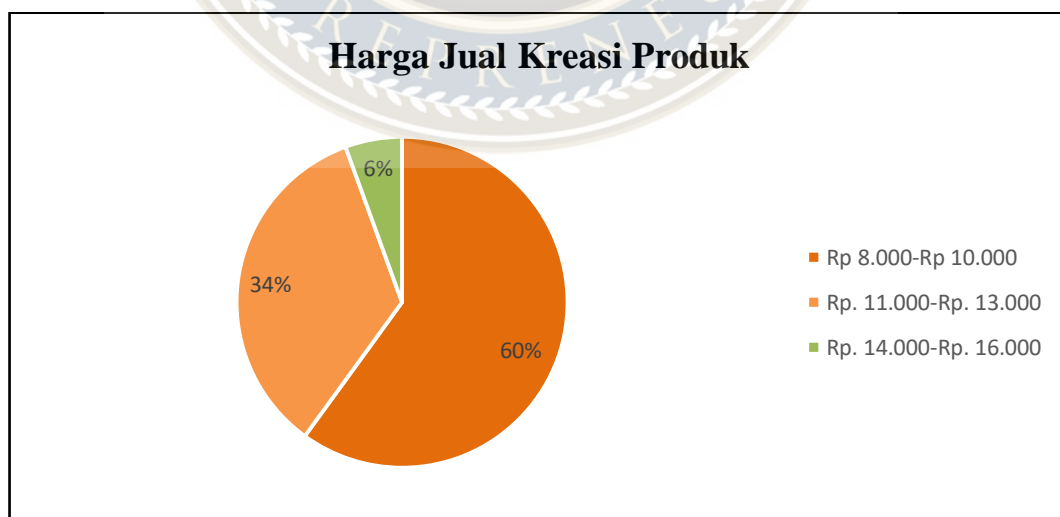
Berikut adalah hasil penerimaan pasar terhadap kreasi produk kerupuk dengan penambahan pare berdasarkan tanggapan responden:



Gambar 4.8 Hasil Penerimaan Pasar Kreasi Produk Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

Sumber: Data Diolah (2020)

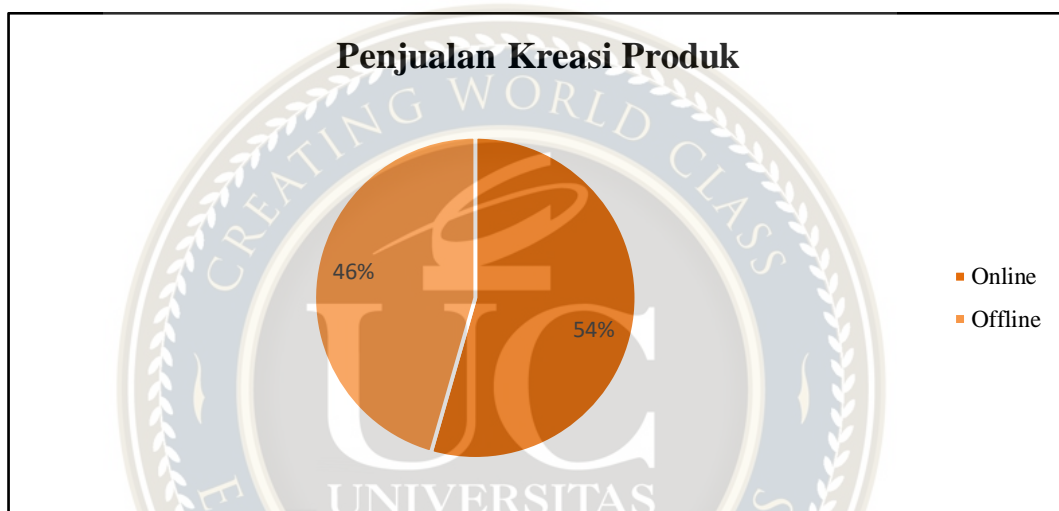
Berdasarkan Gambar 4.8, dapat disimpulkan bahwa jumlah panelis perempuan dengan jumlah 64% lebih banyak daripada jumlah responden jenis kelamin laki-laki dengan jumlah 36% dari 90 orang panelis yang berpartisipasi.



Gambar 4.9 Hasil Penerimaan Pasar Berdasarkan Harga Jual Kreasi Produk

Sumber: Data Diolah (2020)

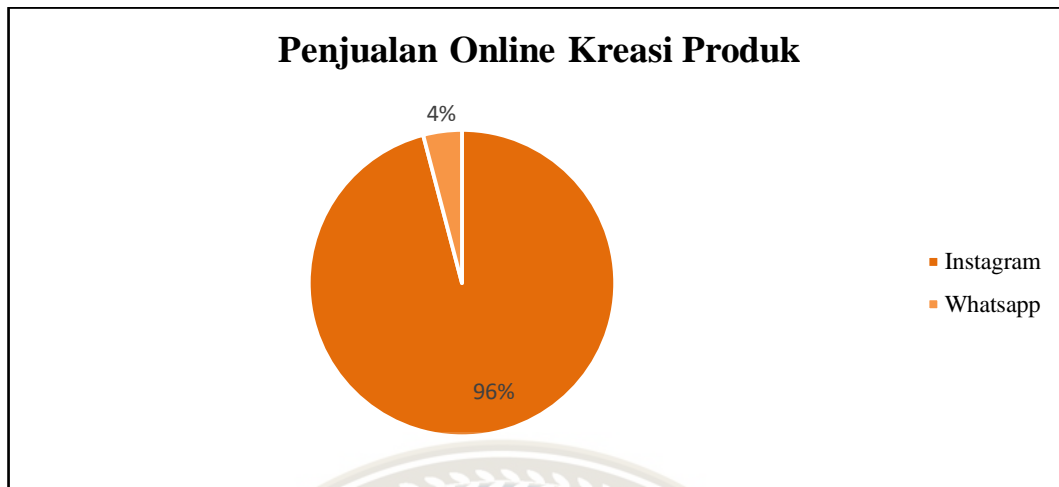
Berdasarkan data yang diperoleh dari Gambar 4.9, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden yaitu sebanyak 60% dari 90 responden lebih memilih harga kerupuk pare sebesar Rp. 8.000 hingga Rp. 10.000 sedangkan terdapat 34% responden memilih harga kerupuk pare sebesar Rp. 11.000 hingga Rp. 13.000 dan sisanya yaitu sebanyak 6% responden berpendapat bahwa harga yang cocok untuk kreasi produk kerupuk pare adalah Rp. 14.000 hingga Rp. 16.000.



Gambar 4.10 Hasil Penerimaan Pasar Berdasarkan Media Penjualan Kreasi Produk

Sumber: Data Diolah (2020)

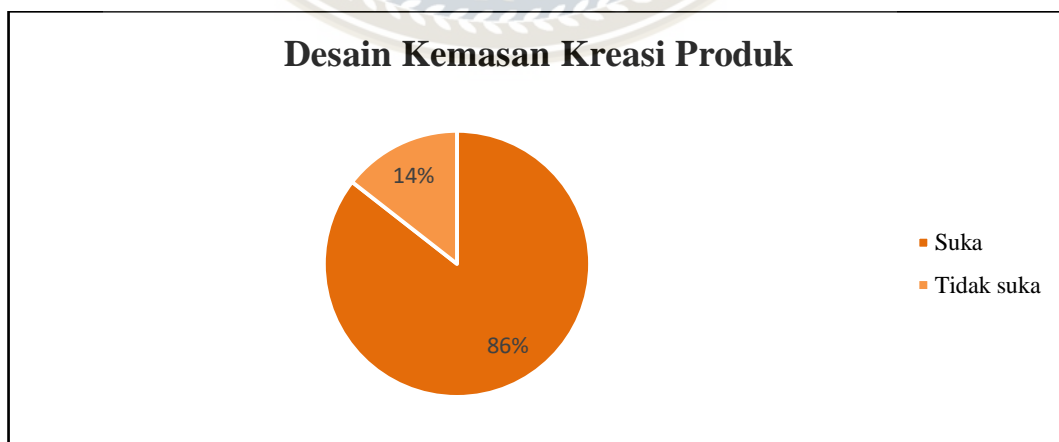
Berdasarkan Gambar 4.10, sebanyak 54% responden berpendapat penjualan kreasi produk kerupuk pare lebih cocok menggunakan sarana *online* sedangkan 46% responden lainnya berpendapat bahwa penjualan *offline* lebih cocok dalam memasarkan produk sehingga dapat disimpulkan bahwa lebih banyak responden memilih strategi pemasaran melalui *online*.



Gambar 4.11 Hasil Penerimaan Pasar Berdasarkan Penjualan *Online* Kreasi Produk

Sumber: Data Diolah (2020)

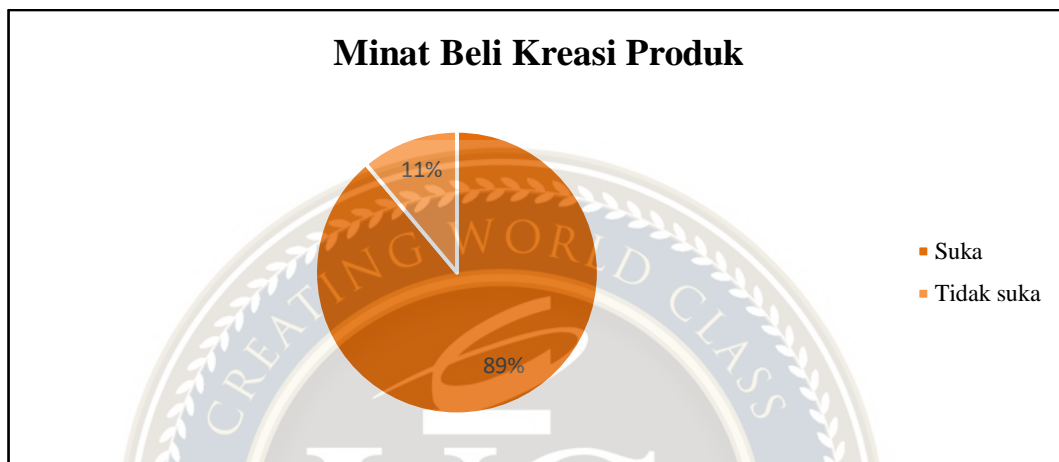
Berdasarkan Gambar 4.11, dapat disimpulkan bahwa 96% responden yang lebih memilih strategi pemasaran *online* berpendapat bahwa aplikasi Instagram lebih cocok digunakan untuk memasarkan produk sedangkan 4% responden yang memilih strategi pemasaran *online* memilih aplikasi Whatsapp untuk memasarkan produk. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang memilih aplikasi Instagram lebih dominan daripada responden yang memilih aplikasi Whatsapp sebagai media pemasaran.



Gambar 4.12 Hasil Penerimaan Pasar Berdasarkan Desain Kemasan Kreasi Produk

Sumber: Data Diolah (2020)

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari uji minat pasar, lebih banyak responden yang menyukai desain kemasan kreasi produk yaitu sebanyak 86% dari 90 responden sedangkan 14% lainnya tidak suka desain kemasan kreasi produk kerupuk pare.



Gambar 4.13 Hasil Penerimaan Pasar Berdasarkan Minat Beli Kreasi Produk
Sumber: Data Diolah (2020)

Berdasarkan Gambar 4.13, dapat disimpulkan bahwa lebih banyak responden yang menyukai kerupuk pare yaitu sebanyak 89% dibandingkan dengan jumlah responden yang tidak menyukai kreasi produk kerupuk pare.

4.3.4 Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang digunakan untuk memasarkan kreasi produk kerupuk pare berdasar pada 8P yaitu *product*, *price*, *promotion*, *place*, *people*, *process*, *physical evidence*, dan *productivity and quality*.

1. *Product*

Produk yang ditawarkan sebagai hasil dari penelitian ini adalah kerupuk pare dengan merek Rupa. Produk ini memiliki kandungan serat pangan sehingga sehat.

2. *Price*

Kreasi produk kerupuk pare dijual seharga Rp 8.000 per 50 gram.

3. *Promotion*

Promosi yang dilakukan yaitu dengan menawarkan secara langsung. Di masa yang akan mendatang, promosi akan dilakukan dengan cara menggunakan aplikasi Instagram. Cara promosi tersebut dipilih karena dapat menjangkau masyarakat luas mengingat banyaknya pengguna media sosial tersebut.

4. *Place*

Kerupuk dengan penambahan pare akan dijual secara *offline* yaitu dengan metode konsinyasi dan menawarkan di kios pasar modern yang berlokasi di Jalan Raya Darmo Permai III, Surabaya. Dalam Pasar Modern Puncak Permai terdapat area makan, lapak yang menjual buah, sayur, daging, serta ikan, dan kios yang menjual berbagai kebutuhan rumah tangga, pakaian, makanan ringan hingga mainan. Area makan, lapak, dan kios dikelilingi ruko untuk perkantoran dan tempat parkir. Ketika kesadaran dan minat masyarakat terhadap produk meningkat, peneliti akan menjual produk secara *online* dengan menggunakan aplikasi Instagram dan *online shop*.

5. *People*

Kreasi produk kerupuk dengan tambahan pare akan diproduksi oleh peneliti yang kemudian akan dipasarkan dengan menitipkan produk.

6. *Process*

Produk kerupuk pare akan dibuat oleh peneliti yang kemudian akan dititipkan kepada pihak lain untuk dipasarkan ke konsumen.

7. *Physical Evidence*

Produk kerupuk pare dikemas menggunakan plastik *ziplock* yang praktis dan dapat mempertahankan kerenyahan produk. Kemasan menggunakan plastik transparan agar konsumen dapat melihat dengan jelas isi dari produk kerupuk pare.

8. *Productivity and Quality*

Ke depannya, kerjasama dengan layanan aplikasi *online shop* dan transportasi *online* akan dilakukan untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas. Peneliti juga akan melakukan pengembangan varian rasa produk kerupuk pare dengan menambahkan saus atau bumbu.

4.3.5 Penjualan

Penjualan kreasi produk kerupuk dengan penambahan pare telah dilakukan. Penjualan dilakukan secara *offline* dengan menitipkan produk di penjual aneka kue dan memasarkan produk di Pasar Modern Puncak Permai dan sekitarnya. Penjualan yang berhasil dilakukan adalah dua kemasan di Pasar Modern Puncak Permai.