

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Simpulan yang ditarik oleh peneliti dari hasil penelitian yang telah dipaparkan dengan judul Modifikasi Produk Sate Buntel Nangka Muda dan Jamur Tiram Berbasis Daya Terima Konsumen adalah sebagai berikut :

1. Formulasi resep yang digunakan pada modifikasi produk sate buntel dengan dua bahan utama yaitu nangka muda dan jamur tiram. Formulasi resep dengan perbandingan tiga macam kode eksperimen yaitu SBNM 1 dengan perbandingan nangka muda jamur tiram (50%:50%), SBNM 2 dengan perbandingan nangka muda dan jamur tiram (75%:25%) dan SBNM 3 dengan perbandingan nangka muda dan jamur tiram (90%:10%). Melalui uji organoleptic yang dilakukan dengan 30 panelis semi ahli dan uji daya terima konsumen dengan 100 panelis umum maka sate buntel nangka muda dengan kode SBMN 2 perbandingan nangka muda dan jamur tiram (75%:25%) yang memiliki skor rata-rata nilai tertinggi secara keseluruhan.
2. Kemasan yang digunakan pada sate buntel nangka muda menggunakan *thinwall* berukuran 650ml yang dipasang dengan label berbentuk *paper belt* yang didalamnya berisi nama merk, informasi berat bersih, kandungan gizi, komposisi dan petunjuk saran penyajian. Label digunakan sebagai bentuk informasi produk bagi konsumen.
3. Harga jual yang sate buntel nangka muda dihitung menggunakan metode tidak terstruktur. Harga jual yang ditetapkan oleh peneliti berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan yaitu sebesar Rp 19.816 per satu box dengan berat produk 160gr sebanyak 4 pcs.
4. Strategi pemasaran yang digunakan untuk modifikasi produk sate buntel nangka muda adalah konsep pemasaran 4P (*Product, Place, Price* dan *Promotion*) dan STP (*Segmenting, Targetting* dan *Positioning*). Dalam

pemasaran produk ini juga mengutamakan *digital marketing* melalui sosial media Instagram dan *marketplace*. Pada konsep 4P, Produk yang ditawarkan adalah sate buntel berbahan dasar nangka muda dan jamur tiram, kemudian *Place* yaitu bertempat di Kabupaten Bekasi, lalu *Price* atau harga yang dipasarkan sebesar Rp 19.816 dalam satu box dan *Promotion* yaitu di sosial media. Kemudian dilakukan pemasaran melalui digital yaitu peneliti akan menerapkan promosi melalui media sosial Instagram dan juga melalui *marketplace*.

5. Daya terima konsumen diajukan kepada 100 orang panelis konsumen yang memiliki latar belakang usia, Pendidikan dan profesi yang berbeda. Hasil dari uji daya terima konsumen yang diperoleh mendapatkan total skor sebesar 4.394 yang memiliki arti masuk kedalam kelas interval kategori diterima.

5.2 Saran

Terdapat beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan yaitu :

1. Perlunya kesadaran masyarakat akan pengetahuan bahwa bahan lokal memiliki keunggulan untuk bisa lebih di olah dengan berbagai macam jenis olahan dan bisa lebih memanfaatkan bahan-bahan lokal,
2. Pemerintah dapat lebih memperhatikan dan mendorong para pelaku UMKM, untuk menciptakan makanan dengan memanfaatkan bahan pangan lokal, dan
3. Perhatikan dalam pemilihan nangka muda yang digunakan. Nangka muda yang digunakan yaitu nangka yang berwarna putih dan segar karena akan berpengaruh terhadap tekstur dan aroma yang dihasilkan.