

## BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil, temuan dan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai “Modifikasi Produk Nugget Latoh (*Caulerpa Sp*) sebagai Oleh-Oleh Khas Jepara” dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Ketersediaan bahan baku pembuatan nugget latoh di Jepara. Latoh atau anggur laut di Jepara sudah banyak dibudidayakan di beberapa tempat yaitu di BPPBAP Kabupaten Jepara, di Desa Sekuro juga terdapat dua orang yang diketahui mempunyai tambak latoh dan latoh juga banyak di panen nelayan desa Sekuro dan dijual ke pasar tradisional seperti pasar Mlonggo, pasar Jepara.

Ikan kakap juga banyak dijual di pasaran oleh nelayan dan pedagang ikan seperti di pasar koramil Mlonggo pada sore hari, pasar Mlonggo, pasar Bangsri, pasar Bandengan, pasar Jepara, dan juga bisa didapat dari nelayan langsung seperti bapak Markhaban yang berdomisili di Jambu Mlonggo.

Tepung tapioka, telur, garam, gula, bawang putih, lada bisa didapat dengan mudah di pasar Mlonggo, dan pasar Jepara.

2. Formulasi resep yang digunakan pada modifikasi produk nugget latoh (*caulerpa sp*) sebagai oleh-oleh khas jepara dengan tiga bahan utama yaitu latoh (anggur laut), ikan kakap, dan tepung tapioka. Formulasi resep dengan perbandingan 3 macam formulasi berbeda yaitu

Formulasi 1 (F1) Latoh 20% : Ikan Kakap 40% : Tepung Tapioka 40%

Formulasi 2 (F2) Latoh 40% : Ikan Kakap 35% : Tepung Tapioka 25%

Formulasi 3 (F3) Latoh 60% : Ikan Kakap 10% : Tepung Tapioka 30%

Melalui uji organoleptik yang dilakukan dengan enam panelis ahli maka nugget latoh dengan formulasi 2 yang memiliki skor rata-rata nilai tertinggi secara keseluruhan.

3. Daya terima konsumen dilakukan kepada 100 panelis umum yang merupakan ibu rumah tangga dan juga wisatawan Pantai Blebak dengan

latar belakang usia dan pekerjaan berbeda. Hasil dari uji daya terima konsumen yang diperoleh mendapatkan total skor sebesar 4.458 atau masuk kedalam interval kategori diterima.

4. Harga jual yang ditetapkan oleh peneliti berdasarkan perhitungan yang sudah dilakukan yaitu sebesar Rp 26.000,00 dengan berat produk per kemasan 180 gram.
5. Kemasan yang digunakan untuk nugget latoh menggunakan plastik vakum, kemudian dimasukkan kedalam box kardus dengan diberi label nugget latoh ditempel dibagian depan dan belakang kemasan. Pada label mencakup informasi mengenai nama produk, berat bersih, tanggal produksi, informasi nilai gizi, komposisi, cara memasak, dan kota produksi. Pada label juga terdapat gambar nugget, bahan utama nugget dan juga warna dari label didominasi dengan warna hijau.
6. Strategi pemasaran yang digunakan untuk modifikasi produk nugget latoh (*caulerpa sp*) sebagai oleh-oleh khas jepara adalah menggunakan konsep pemasaran 4P (*product, place, price, dan promotion*) dan STP (*segmenting, targeting, dan positioning*). Selain menerapkan konsep 4P dan STP produk ini juga mengutamakan *digital marketing* melalui social media dan *marketplace*. Pada konsep pemasaran 4P maka produk yang ditawarkan adalah nugget latoh, *Place* yakni di kota Jepara, kemudian *Price* atau harga yaitu Rp 26.000,00 dalam satu kemasan 180 gram, dan terakhir *promotion* yaitu di social media dan *market place*. Konsep pemasaran STP yakni *segmenting* yang terbagi menjadi umur, gaya hidup, jenis kelamin, dan pendapatan, *targeting* yang merujuk kepada orang-orang yang besar keinginannya untuk tahu terkait produk baru dan juga tertarik dalam pengembangan produk yang memiliki bahan dasar uatama bahan lokal, dan terakhir *positioning* yang dimana produk ini memiliki posisi produk yang berkualitas. Pemasaran digital yang dimana memaksimalkan penggunaan social media dan *marketplace* dengan konten-konten yang terjadwal.

## 5.2 Saran

Terdapat beberapa saran yang diberikan kepada Masyarakat dan pemerintah:

1. Perlunya Masyarakat untuk mengetahui bahwa bahan-bahan lokal memiliki banyak keunggulan sehingga agar lebih sering mengonsumsi bahan-bahan lokal tersebut.
2. Bagi pembudidaya latoh agar bisa memasarkan latoh melalui media sosial dan *market place* agar Masyarakat luas dapat mencicipi, dan jangkauan pasar juga lebih luas.
3. Bagi pemerintah agar lebih memperhatikan potensi lokal yang ada, kemudian memberikan arahan dan edukasi kepada Masyarakat, serta memberikan wadah bagi Masyarakat untuk berkarya dan berkembang.