

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Simpulan yang ditarik oleh peneliti dari hasil penelitian yang telah dipaparkan, dengan judul “Modifikasi Krokot Kentang dengan Pemanfaatan Ampas Tahu Sebagai Pengembangan Kuliner di Kawasan Kiaracandong Kota Bandung” adalah sebagai berikut:

1. Standar resep krokot kentang ampas tahu terdiri dari tiga perlakuan berbeda sehingga menghasilkan tiga produk krokot yang berbeda pula. Konsistensi dan aroma merupakan hal yang paling menonjol sehingga dapat dijadikan pembeda pada perlakuan resep KAT1, KAT2, dan KAT3. Hasil uji deskriptif menggunakan uji ANOVA dan Duncan yang dilihat pada total nilai *mean* tertinggi dari ketiga sampel yang diujikan pada setiap kategori menunjukkan bahwa formula yang paling disukai oleh panelis yaitu KAT2 yang memiliki rata-rata nilai tertinggi pada 4 kategori penilaian, yaitu rasa, konsistensi, tekstur, dan warna, sehingga ditetapkan bahwa sampel KAT2 dipilih untuk dilakukan uji lebih lanjut agar mengetahui daya terima 100 panelis konsumen terhadap krokot kentang ampas tahu. Harga jual 1 box yang berisi 6 pcs krokot kentang ampas tahu seberat 55 gram per sajian ditetapkan dengan harga Rp27.000.
2. Kemasan yang digunakan adalah *thinwall* yaitu kemasan dari plastik yang cukup tebal dan tembus pandang sehingga memperlihatkan produk di dalamnya. *Thinwall* yang digunakan adalah jenis *polypropylene* yang memang difungsikan untuk makanan dan minuman karena tidak mengandung bahan kimia berbahaya dan telah diproduksi dengan standar *food grade*, tahan terhadap suhu rendah, dan memiliki titik leleh yang tinggi sehingga dapat digunakan untuk produk yang membutuhkan ketahanan panas seperti makanan beku. Kemasan juga dilengkapi dengan logo, label, dan informasi gizi yang dihitung berdasarkan Tabel Komposisi Pangan Indonesia (TKPI)

3. Media promosi yang digunakan dalam pemasaran kroket kentang ampas tahu adalah Instagram karena merupakan *platform* yang berbasis pada gambar dan video sehingga cocok untuk bisnis kuliner yang ingin mempromosikan produk dengan cara visual. Fitur “Stories” juga memungkinkan penulis untuk memasarkan produk kroket kentang ampas tahu secara singkat. Selain itu, Instagram memiliki hastags, targeting, dan iklan untuk meningkatkan jangkauan konten kepada konsumen dengan menargetkan demografis atau minat tertentu.
4. Berdasarkan hasil uji daya terima konsumen yang dilakukan kepada 100 panelis umum, diperoleh skor sebesar 5.252 yang dihasilkan dari akumulasi penilaian kroket kentang ampas tahu berdasarkan akumulasi penilaian rasa, konsistensi, tekstur, tampilan, aroma, promosi, kemasan, dan harga jual. Berdasarkan skor tersebut dapat disimpulkan bahwa kroket kentang ampas tahu pada uji daya terima konsumen mendapatkan respon yang baik sehingga produk dapat “Sangat Diterima” oleh konsumen.

5.2 Saran

1. Pemanfaatan ampas tahu sebagai bahan baku makanan masih sedikit digunakan. Berdasarkan penelitian ini, penulis berharap masyarakat semakin mengetahui kegunaan ampas tahu beserta olahannya sehingga kedepannya dapat dimanfaatkan untuk bahan makanan lebih baik lagi.
2. Pemerintah dapat memberikan pelatihan kepada masyarakat tentang cara pengolahan ampas tahu menjadi produk makanan sehingga memiliki nilai ekonomis, karena dengan pengetahuan yang cukup, masyarakat dapat memanfaatkan ampas tahu secara efektif. Selain itu, pemerintah dapat memberikan dukungan modal usaha kepada pengrajin tahu atau UMKM yang ingin mengolah ampas tahu menjadi produk makanan agar membantu dalam memulai usaha dan meningkatkan pendapatan.
3. Akademisi dapat melakukan penelitian lebih lanjut tentang ampas tahu supaya memberikan kontribusi dalam pengembangan produk pangan yang inovatif, pengurangan limbah, dan pemahaman yang lebih baik lagi tentang potensi ampas tahu dalam berbagai bidang.