

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penulis telah melakukan serangkaian penelitian dan mengambil beberapa kesimpulan seperti:

1. Standar resep yang terpilih pada uji organoleptik yang dilakukan kepada responden panelis semi terlatih adalah NPTTB 2 dengan formulasi perbandingan 50% tepung tulang ikan bandeng : 50% tepung pengikat (tepung maizena dan tepung tapioka). Hasil pengujian didapati setelah penulis menguji data hasil pengujian organoleptik dengan menggunakan aplikasi SPSS dengan pengujian deskriptif uji ANOVA *one-way* dan uji lanjutan *Duncan DMRT*. Dari ketiga sampel yang diujikan formulasi NPTTB 2 mendapatkan rata rata keseluruhan 3,69 poin. Dan dilakukan uji lanjutan untuk mengetahui respon yang diberikan pada panelis konsumen umum melalui uji daya terima konsumen.
2. Hasil analisis yang dilakukan mengenai uji tekstur pada produk nugget dengan menggunakan metode TPA (*Texture Profil Analyzer*) untuk melihat analisis fisik pangan mendapatkan poin 3137,67 gForce pada aspek kekerasan (*Hardness*), 2354,039 gForce pada aspek parameter *Gumminess*, 2002,285 gForce pada aspek parameter *Chewiness*. Berdasarkan hasil analisis pada SNI 2372.6-2009 mengenai Penentuan Mutu Pasta Pada Produk Perikanan” sub-bab uji gigit produk nugget PAPA CHANOS berada pada kategori sangat lunak dengan poin “3”.
3. Produk nugget ikan untuk 1 kemasan berisikan 12 pcs dengan berat bersih 240 gr. Memiliki harga jual Rp. 21.000. kemudian kemasan yang digunakan untuk mewadahi produk nugget ikan menggunakan plastik vakum yang memiliki ukuran 17cm x 25cm dilengkapi dengan kandungan gizi, komposisi, cara penyajian dan cara penyimpanan yang terangkum didalam informasi *labelling* yang telah penulis buat.
4. Pada aspek strategi pemasaran penulis memilih sosial media Instagram dan *E-Commerce* sebagai sarana pemasaran, hal ini dikarenakan Instagram

merupakan salah satu sosial media yang banyak digunakan oleh semua kalangan umur. Di Instagram juga memuat beberapa informasi yang bisa penulis masukan kedalam *feeds* pada halaman Instagram seperti foto, video dan fitur promosi pemasaran seperti Instagram *ads*. Kemudian media *E-Commerce* juga dipilih agar konsumen dapat lebih mudah menjangkau pembelian produk.

5. Berdasarkan hasil uji daya terima konsumen yang dilakukan terhadap 100 responden konsumen umum diperoleh skor sebesar 4837. Skor tersebut didapatkan dari hasil penjumlahan pada 9 aspek penilaian antara lain: rasa, aroma, bentuk, tekstur, penampilan, kemasan, informasi label, harga jual dan strategi pemasaran yang mendapatkan respon yang baik sehingga produk mendapatkan kategori penilaian “Sangat Diterima”.

5.2 Saran

1. Bagi pemerintah rendahnya angka kesukaan masyarakat Indonesia pada konsumsi ikan membuat penulis berharap produk ini dapat bermanfaat bagi semua kalangan usia untuk menikmati olahan ikan dengan rasa yang lezat serta penyajian yang praktis.
2. Bagi masyarakat pemanfaatan pada limbah hasil perikanan masih sangat sedikit dan membutuhkan banyak sekali inovasi pengembangan baik dalam dunia pangan maupun yang lainnya. Hal ini dikarenakan bahwa limbah perikanan memiliki banyak sekali manfaat yang dapat diperoleh dan memiliki kandungan gizi yang baik bagi manusia. Penulis berharap setelah ini banyak bermunculan inovasi berbahan dasar limbah hasil perikanan.
3. Bagi peneliti selanjutnya penelitian ini penulis merasakan masih banyaknya kekurangan pada produk yang penulis buat, setelah ini penulis berharap banyak akademisi/peneliti yang melakukan penelitian mengenai limbah hasil perikanan untuk berbagai macam produk siap pakai dan konsumsi di masyarakat.