

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dari skripsi berjudul “Modifikasi Tartlet Menggunakan Barih Randang dan Galamai sebagai Oleh-Oleh Khas Sumatera Barat” diperoleh beberapa poin kesimpulan sebagai berikut:

1. Formulasi Resep yang dihasilkan melalui kitchen project adalah TBG-1 dengan komposisi 50;50%, TBG-2 dengan komposisi 70:30% dan TBG-3 dengan komposisi 90:10%. Kemudian melalui uji organoleptik terpilih formulasi TBG 2, dengan komposisi 70%:30% sebagai resep standar Tartlet Barih Randang dan Galamai. Produk ini memiliki ciri khas rasa Barih Randang dan Galamai yang menonjol, aroma mentega dan santan yang khas, warna putih gading sedikit keemasan, serta tampilan yang menarik dan tidak pucat. Penerapan standar resep ini bertujuan untuk memastikan konsistensi dan kuantitas produk dalam setiap produksi sehingga efisiensi dalam operasional dan kepuasan konsumen dapat ditingkatkan.
2. Produk ini dikemas menggunakan kemasan berbentuk kotak tray mika dengan material PET *food grade* yang aman digunakan untuk kemasan makanan serta memiliki ukuran 10 x 14.5 x 4 cm dengan lubang berdiameter 4cm sebanyak 6 lubang. Kemasan dibawah produk menggunakan kertas alas berbahan *glassine paper* yang berdiameter 4cm. Kemasan memiliki label nuansa warna pastel cerah serta berat bersih produk sekitar 250 gram per kemasan. Dengan desain kemasan dan label yang mempertimbangkan aspek keamanan, ergonomis, dan memiliki estetika yang menarik, dapat memberikan pengalaman konsumsi yang menyenangkan bagi konsumen.
3. Harga jual Tartlet Barih Randang dan Galamai ditetapkan sebesar Rp.20.000 untuk setiap kemasan 250 gam. Komponen terdiri dari 40% bahan baku, 25% tenaga kerja, 15% overhead, dan 15% sebagai margin keuntungan serta biaya kemasan dan label. Penerapan harga jual ini sesuai dengan segmentasi pasar sehingga bisa tetap kompetitif dan terjangkau bagi konsumen.

4. Strategi promosi Tartlet Bareh Randang dan Galamai menggunakan media sosial khususnya instagram, sebagai platform utama untuk memperkenalkan produk melalui konten visual berupa foto dan vidio informatif. Instagram dipilih karena memiliki jangkauan audiens yang luas dan menyediakan fitur-fitur promosi yang mendukung. Strategi promosi ini dinilai mampu meningkatkan visabilitas produk dan membangun *Brand Awareness*.
5. Berdasarkan uji daya terima konsumen terhadap 100 panelis konsumen, produk Tartlet Bareh Randang dan Galamai mendapatkan skor total 6.005, menunjukkan tingkat penerimaan yang sangat tinggi. Oleh arena itu, produk ini berpotensi seagai alternatif oleh-ole khas dari Sumatera Barat

5.2 Saran

Penelitian ini membuktikan bahwa Tartlet Bareh Randang dan Galamai memiliki mutu yang baik dan layak untuk dikomersialkan. Namun, terdapat beberapa saran untuk pengembangan lebih lanjut:

1. Penelitian selanjutkan disarankan mengeksplorasi Produk khas Sumatera Barat lainnya seperti Bareh Randang atau Galamai dalam variasi lain atau memanfaatkan pangan lokal lainnya. Mahasiswa di bidang Teknologi pangan, gizi, dan farmasi dapat meneliti lebih lanjut mengenai kandungan gizi, manfaat kesehatan, teknik pengolahan yang lebih efisien, serta metode pengemasan yang lebih tahan lama.
2. Pelaku usaha kuliner, khususnya produsen Oleh-Oleh diharapkan dapat memanfaatkan produk produk khas Sumatera Barat lainnya untuk diolah dengan cara atau variasi yang lebih menarik dan kekinian sehingga memiliki daya jual tinggi di zaman sekarang.
3. Lembaga seperti BPOM dan SNI diharapkan dapat mendukung standarisasi dan sertifikasi agar produk Tartlet Bareh Randang dan Galamai memenuhi syarat keamanan pangan dan dapat diperluas pemasarannya hingga pasar kspor. Selain itu, peran pemerintah sangat dibutuhkan dalam memberi edukasi dan pelatihan kepada masyarakat agar dapat mengembangkan produk khas daerah dengan variasi yang lebih menarik dan beragam serta cara promosi yang efektif.