

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan eksperimen penambahan brokoli terhadap *churros* dan melakukan uji organoleptik kepada 15 orang panelis ahli bidang kuliner serta uji daya terima kepada 100 orang konsumen, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Eksperimen formulasi resep yang digunakan untuk penelitian yaitu perbandingan brokoli dan air sebesar 75 gr : 100 ml. Resep itu kemudian menjadi standar resep untuk penelitian selanjutnya yaitu formulasi metode. Untuk pengujian uji organoleptik kepada 15 orang ahli telah didapat hasil terbaik yaitu pengolahan brokoli dengan cara steam yang diberi kode CB2 dengan perolehan total nilai sebesar 19,33 sedangkan CB1 hanya memperoleh hasil 17,60 dan CB3 memiliki total nilai 17,13
2. Produk Brokoli *Churros* dapat diterima oleh konsumen dilihat dari hasil uji daya terima konsumen yang telah dilakukan kepada 100 orang responden. Ini terbukti karena produk inovasi memiliki skor lebih tinggi bila dibandingkan dengan produk kontrol yang ada dipasaran serta jika dihitung berdasarkan rumus kelas interval, produk ini memiliki jumlah skor yang berada dikelas keempat yaitu 'diterima'
3. Harga jual dari produk Brokoli *Churros* ini yaitu Rp 12.500 ini ditetapkan sesuai dengan harapan konsumen yang menginginkan harga tersebut. Adapun rincian dari harga jual yaitu *material cost* sebesar 42%, *labour cost* 15%, *overhead* 20% serta *profit* 23%.

## 5.2 Saran

Saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Melihat perkembangan bisnis kuliner yang semakin melaju pesat ini diharapkan menjadi ladang usaha yang dapat dimanfaatkan untuk berbagai pengusaha. Namun pengusaha harus tetap memperhatikan gizi yang terkandung dalam produk tersebut karena disamping enak dan lezat, tubuh kita memerlukan asupan gizi yang seimbang agar tetap memiliki kesehatan yang baik.
2. Peningkatan konsumsi sayuran pada anak, remaja, maupun dewasa harus dilakukan, baik dengan cara pengkonsumsian langsung maupun inovasi dalam produk lain. Asupan gizi yang cukup menjadi hal yang penting disamping makanan itu enak dan lezat.
3. Media sosial dan tren yang tengah menjamur harus dimanfaatkan sebagai sarana pemasaran yang baik oleh para pengusaha kuliner. Ini dapat sangat membantu dalam kemajuan sebuah usaha. Pemasaran yang dilakukan bisa dengan berbagai cara diantaranya mengiklankan produk kepada pengguna media sosial yang sudah memiliki penggemar dan pengikut yang sangat banyak, selebritis yang aktif di media sosial, membuat *give away* atau paket promo secara berkala, mengemas foto produk semenarik mungkin serta selalu membagikan informasi yang berguna baik tentang produk maupun tentang hal yang tengah menjadi sorotan.