

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari kegiatan Tugas Akhir proyek terkait inovasi proses pada produk kebab ayam jamur ini adalah:

1. Secara keseluruhan, rasa dari produk kebab ayam jamur sudah enak.
2. Tampilan dari produk kebab ayam jamur yang menggunakan imitasi dari Kebab Turki Zahara tergolong cukup menarik.
3. Harga tujuh belas ribu Rupiah tergolong mahal apabila dijadikan sebagai harga jual produk. Hal ini berdasarkan fakta bahwa seluruh responden dari produk tersebut berstatus mahasiswa/i. Sebelumnya ketika melakukan pilot studi di salah satu kelas yang diampu oleh pak Donard Games, mahasiswa/i justru tidak sensitif terhadap harga. Akan tetapi, untuk responden dari proyek ini, dapat disimpulkan mayoritas adalah sensitif terhadap harga, meskipun terdapat tiga responden yang tidak memmasalahkannya. Mereka adalah Rozanah (19 tahun), Hermawaty (20 tahun), dan Gustiyarni (21 tahun). Terkhusus responden Gustiyarni, ia memiliki masukan bahwa untuk harga standar dari kebab tersebut, sebesar lima belas ribu Rupiah saja. Dari hal yang dikemukakan itu, harga tergolong mahal atau murah dari perspektif konsumen, salah satunya bergantung kepada uang saku atau tingkat pendapatan dari konsumen tersebut. Pada kasus mahasiswa/i, bagi mereka yang memiliki uang saku

per bulan yang cukup banyak, dapat saja mereka mengatakan bahwa harga produk tersebut murah. Sedangkan bagi mereka yang memiliki uang saku terbatas, dapat mengatakan harga produk tergolong mahal. Selain hal tersebut, kategori mahal atau tidak, juga sangat terkait dari segi pendapatan/uang saku setiap orangnya. Yang mana, antara satu dengan yang lainnya, dapat berbeda-beda.

4. Apabila konsumen diberi dua pilihan rasa kebab, *kebab ayam jamur* lebih dipilih konsumen daripada *kebab jamur* saja. Alasan mengapa diberi pertanyaan hanya kepada dua varian rasa saja karena didasarkan pada pilot studi penulis di salah satu kelas yang diampu oleh pak Donard Games. Dari situ, disimpulkan bahwa pertanyaan mengerucut kepada dua varian rasa ayam jamur dan jamur saja.
5. Kebab Turki Zahara berstatus sebagai sumber imitasi (referensi) dari penciptaan produk kebab ayam jamur. Terkait kekurangan yang terdapat pada Kebab Turki Zahara hasil dari umpan balik (*feedback*) responden, dapat menjadi bahan evaluasi penulis dalam menciptakan produk kebab dengan merek (*brand*) sendiri. Meskipun demikian, hasil umpan balik (*feedback*) tersebut tidak semata-mata untuk penulis saja, tetapi juga untuk Kebab Turki Zahara.

5.2 Saran

Pada bagian ini, terdapat beberapa saran untuk produk kebab ayam jamur yang perlu menjadi perhatian. Saran-saran tersebut, seperti yang tertera di bawah ini:

1. Varian rasa dari produk perlu untuk ditambahkan lagi. Seperti, pemberian level kepedasan, penggunaan roti kebab berwarna, dan lain-lain. Selain itu, varian dari ukuran kebab juga perlu untuk ditambahkan.
2. Produk perlu dibuat kering, lebih kuat (tidak lembek). Yang mana pada produk kebab ayam jamur ini, isian di dalamnya berair sehingga terjadi rembesan keluar dari kemasan kebabnya. Untuk itu, salah satu solusinya adalah dengan menggunakan saus yang lebih kental. Karena, saus yang encer, akan membuat produk berair yang mana dapat membuat konsumen malas untuk mengonsumsinya.
3. Kemasan yang simpel, praktis, menarik, mudah dibuka, memiliki daya tahan yang kuat (tidak mudah bocor), memiliki identitas merek yang lengkap, dan bentuk kemasan yang berbeda dari kemasan kebab pada umumnya, akan membuat konsumen tertarik untuk membeli dan mengonsumsi kebab tersebut.
4. Harga yang terjangkau dan isian yang banyak, akan membuat konsumen tertarik. Agar harga dapat terjangkau atau ekonomis, bisa dengan mengecilkan ukuran kebabnya atau apabila ingin menjual dengan harga tujuh belas ribu Rupiah, isian dari kebab tersebut perlu ditambah, baik itu dari segi daging ayam, sayurnya, dan lain-lain.

5. Promosi dan tampilan produk yang menarik akan menjadi beberapa pertimbangan konsumen untuk membuat mereka menjadi tertarik dalam membeli dan mengonsumsi produk kebab.
6. Harga jual produk kebab ayam jamur digolongkan mahal karena seluruh respondennya berstatus mahasiswa/i. Artinya, belum tercakup untuk keseluruhan target konsumen. Dapat saja apabila dari segi mahasiswa/i harga jual produk tersebut tergolong mahal, akan tetapi untuk konsumen dengan rentang umur 25-40 tahun dikatakan murah. Sehingga, apabila pada saat uji coba produk memilih responden yang beragam dari segi umur, akan terlihat pengaruhnya terhadap penilaian harga produk, apakah tergolong mahal atau murah.

