

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengembangan produk HB4U (Hashbrown For You), dapat disimpulkan bahwa pengembangan produk baru berbasis kentang dalam bentuk hashbrown dengan inovasi rasa mendapat respon positif dari calon konsumen potensial. Inovasi rasa yang ditawarkan HB4U, terutama varian keju, dianggap menarik dan berpotensi mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kelebihan utama produk HB4U terletak pada teksturnya yang renyah di luar dan lembut di dalam, serta variasi rasa yang ditawarkan. Namun, tantangan utama yang dihadapi adalah persepsi mengenai kandungan lemak dan kalori yang tinggi pada produk hashbrown dan juga mengubah persepsi Masyarakat bahwa ada pilihan sarapan lain selain pical dan lontong. Penelitian ini juga mengungkapkan adanya peluang untuk pengembangan varian rasa yang lebih sesuai dengan selera lokal Indonesia.

5.2 Implikasi

5.2.1 Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan pada teori pengembangan produk baru, khususnya dalam konteks industri makanan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa inovasi rasa memiliki peran penting dalam menarik minat konsumen terhadap produk makanan baru. Selain itu, preferensi konsumen terhadap rasa produk makanan dapat bervariasi dan dipengaruhi oleh kebiasaan dan budaya lokal. Aspek penting

lainnya yang terungkap adalah bahwa persepsi kesehatan produk memiliki pengaruh signifikan terhadap penerimaan konsumen, bahkan untuk produk makanan ringan. Hal ini menunjukkan pentingnya mempertimbangkan faktor kesehatan dalam pengembangan produk makanan.

5.2.2 Praktis

Hasil penelitian ini memiliki beberapa implikasi praktis untuk industri makanan, khususnya dalam pengembangan produk berbasis kentang. Pertama, penting untuk melakukan inovasi rasa yang sesuai dengan preferensi pasar lokal guna meningkatkan daya tarik produk. Kedua, ada kebutuhan untuk mempertimbangkan aspek kesehatan dalam pengembangan produk makanan ringan, mengingat meningkatnya kesadaran konsumen akan gaya hidup sehat. Ketiga, melakukan uji pasar dan mendapatkan umpan balik konsumen sebelum meluncurkan produk baru sangat penting untuk memastikan penerimaan pasar. Terakhir, ada potensi besar dalam pengembangan varian produk yang lebih sehat untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang sadar kesehatan.

5.3 Keterbatasan Proyek

Proyek implementasi New Product Development produk hashbrown HB4U atau “Hashbrown For You” ini memiliki keterbatasan proyek, karena pengembangan produk ini masih bersifat uji coba dan baru berupa rancangan produk, maka penulis hanya memproduksi dan mengembangkan dua varian isian rasa dan saus. Terdapat juga kendala dalam memproduksi produk hashbrown HB4U karena harga bahan baku utama yang fluktuatif dan penyimpanan bahan baku

kentang yang dapat mengalami pembusukan karena alat penyimpanan yang tidak memadai.

5.4 Saran

HB4U perlu melakukan uji laboratorium guna mengedukasi konsumen mengenai kandungan nutrisi dan manfaat produk untuk mengatasi persepsi negatif terkait kandungan lemak. Selain itu, pembuatan sertifikasi HALAL meningkatkan trust konsumen dan memvalidasi produk bahwa HB4U aman untuk dikonsumsi.

Untuk penelitian lanjutan, disarankan untuk melakukan studi pasar yang lebih luas guna memahami preferensi rasa konsumen di berbagai daerah di Indonesia. Selain itu, perlu diteliti potensi pengembangan varian hashbrown yang lebih sehat atau rendah kalori. Terakhir, penting untuk mengkaji lebih lanjut pengaruh faktor-faktor seperti harga, kemasan, dan aksesibilitas terhadap keputusan pembelian konsumen.

Dengan menerapkan saran-saran ini, diharapkan produk HB4U dapat dikembangkan lebih lanjut untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen, serta bersaing secara efektif di pasar makanan ringan berbasis kentang. Pengembangan produk yang terus-menerus dan responsif terhadap kebutuhan pasar akan menjadi kunci kesuksesan dalam industri makanan yang sangat kompetitif ini.