

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Food neophobia adalah ketakutan untuk mencoba makanan baru yang dapat terjadi pada semua jenjang umur dan merupakan keadaan sementara yang dapat diubah melalui kebiasaan makan atau pengalaman positif terhadap makanan baru. Alat yang dapat digunakan untuk mengetahui tingkat *food neophobia* seseorang adalah *food neophobia scale*. Penyebab dari *food neophobia* yang telah teridentifikasi yaitu rasa takut, mengalami penyakit tertentu yang menyebabkan tidak boleh mengonsumsi sesuatu dalam diet konsumen (seperti alergi, intoleransi, dan penyakit celiac), *omnivore's dilemma*, dan orang tua. Sedangkan faktor yang mempengaruhi kondisi *food neophobia* seseorang adalah gender, usia, kelas sosial ekonomi yang rendah, edukasi, urbanisasi, budaya, dan intensitas olah raga.

Food neophobia biasanya terjadi pada makanan atau produk pangan berbasis buah dan sayur karena rasa asam, langu, dan pahit dari buah dan sayur. *Food neophobia* menuntun produsen untuk melakukan penyesuaian pada strategi pengembangan produk pangan baru berbasis buah dan sayur agar produk pangan baru berbasis buah dan sayur dapat diterima oleh konsumen *food neophobia*.

Strategi pengembangan produk pangan baru berbasis buah dan sayur dengan faktor utama *food neophobia* yang diusulkan dalam penelitian *review* ini yaitu, memerhatikan jenis strategi yang digunakan, target konsumen, produk pangan baru yang dikembangkan, dan komersialisasi. Jenis strategi pengembangan produk pangan baru yang digunakan adalah *stage gate* dengan modifikasi. Target konsumen dapat memperhatikan kelompok umur. Produk pangan baru yang dikembangkan sebaiknya memiliki familiaritas yang baik, pemberian *hidden vegetable*, mencantumkan klaim kesehatan, produk sebaiknya halal, dan kemasan yang informatif. Sedangkan komersialisasi dapat dilakukan dengan melakukan iklan dan melakukan edukasi.

5.2. Saran

Pada penelitian *review* ini, terdapat kesulitan terkait kurangnya data mengenai *food neophobia* yang ada di Indonesia. Diharapkan pada kesempatan lain dilakukan penelitian terkait *food neophobia* konsumen Indonesia, baik menurut penyebabnya maupun faktornya. Selain itu, penelitian terkait *food neophobia* dengan berbagai aspek pangan lain seperti teknologi, kecukupan gizi, pola konsumsi, dan pengembangan produk pangan baru juga diharapkan dapat dilakukan.

Pada penelitian ini juga ditemui kesulitan terkait kurangnya data mengenai strategi pengembangan produk pangan baru yang ada di Indonesia. Diharapkan pada kesempatan lain dilakukan penelitian terkait strategi pengembangan produk pangan baru yang diimplementasikan produsen pangan di Indonesia. Selain berguna untuk menambah wawasan dan menjadi bahan ajar civitas akademika, hal ini juga bertujuan agar ditemukan strategi pengembangan produk pangan baru yang dapat membuat produk pangan Indonesia menjadi lebih baik, baik bagi konsumen, distributor, maupun produsen.

