

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Kesimpulan yang dapat diperoleh dari serangkaian penelitian dalam skripsi dengan judul "Modifikasi Mie Berbahan Ubi Jalar Rancing Sebagai Variasi Produk UMKM di Cimaung" sebagai berikut:

1. Formulasi MUR 2, dengan perbandingan 50% tepung dan 50% ubi jalar rancing, dipilih sebagai standar resep untuk mie ubi rancing. Produk mie ubi rancing dari formulasi MUR 2 menunjukkan ciri khas ubi yang terasa, aroma ubi yang tercium, kekenyalan tekstur mie yang baik, serta penampilan yang menarik dengan warna kekuningan yang berasal dari ubi. Pada karakteristik formulasi 3 dengan perbandingan 70% ubi rancing dan 30% tepung yang kurang disukai, karena bentuk dan penampilan kurang menarik. Selain itu panelis semi terlatih mengatakan bahwa tekstur mudah putus dan rasa terlalu manis bila dikombinasikan dengan kecap yang berasa asin dan gurih. Sedangkan formulasi MUR 1 memiliki tekstur terbaik karena kandungan tepung sebanyak 70% dan menjadikan mie ubi rancing lebih kenyal, tetapi untuk aroma dan rasa kurang memiliki cita rasa ubi. Maka, produk terpilih adalah MUR 2 dengan harga jual yang telah dihitung sebesar Rp 6.000 dengan total berat bersih 80 gram, memperhitungkan biaya-biaya seperti *food cost* 30%, *labour cost* 30%, *overhead* 25%, *profit* 15%, dan biaya kemasan dan label.
2. Uji daya terima konsumen dilaksanakan terhadap 100 orang panelis, menghasilkan kesimpulan bahwa mie ubi rancing sangat diterima, dengan total skor mencapai 5573. Oleh karena itu, mie ubi rancing dapat dianggap sebagai produk yang layak untuk dipasarkan sebagai variasi UMKM di Kecamatan Cimaung, Kabupaten Bandung.
3. Kemasan yang diterapkan pada mie ubi rancing menggunakan plastik vakum dengan ukuran 15 cm x 20 cm. Lalu bagian dari plastik vakum sedikit digunting pada bagian sisa vakumnya. Labeling pada kemasan menggunakan stiker kertas *ivory* berkualitas *food grade* yang tahan terhadap air. Label berbentuk persegi panjang dengan ukuran 10 cm x 6 cm yang terdapat pada

bagian depan dan belakang kemasan. Informasi pada label berwarna kuning dan merah, mencakup nama produk, daftar bahan, instruksi penyajian, berat bersih, informasi produsen, tanggal produksi, tanggal kedaluwarsa, dan informasi gizi.

4. Strategi pemasaran yang diterapkan pada produk mie ubi rancing melibatkan media sosial, khususnya Instagram. Platform Instagram akan digunakan untuk mempromosikan produk melalui unggahan konten berupa foto dan video yang mencakup informasi tentang produk, fakta menarik, dan testimoni. Instagram dipilih karena memiliki jangkauan yang luas dan menyediakan opsi iklan sebagai alternatif promosi tambahan.

5.2 Saran

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mie ubi rancing memiliki kualitas yang baik dan dapat dipasarkan. Namun, peneliti memberikan beberapa saran untuk penelitian masa depan guna meningkatkan kualitas produk. Saran-saran tersebut antara lain:

1. Untuk penelitian berikutnya, disarankan untuk menambahkan bahan tambahan pangan guna meningkatkan masa simpan produk, serta mempertimbangkan penggunaan pewarna yang sesuai standar keamanan pangan. Selain itu, kekenyalan produk dapat ditingkatkan dengan penambahan bahan tambahan pangan.
2. Pihak pelaku usaha di industri makanan dan minuman disarankan untuk mengembangkan produk makanan lokal atau bahan pangan yang tersedia yang memiliki harga rendah, sehingga dapat dimodifikasi dan memiliki nilai jual yang lebih tinggi.
3. Pemerintah disarankan untuk memberikan edukasi melalui program pendidikan dan pelatihan kepada warga di pedesaan untuk mengembangkan ubi jalar rancing, sehingga dapat meningkatkan variasi produk UMKM di daerah tersebut.
4. UMKM mie di Cimaung disarankan dapat menambahkan menu baru, yaitu mie ubi rancing. Penambahan menu ini dapat menjadikan mie ubi rancing sebagai makanan khas daerah, sekaligus meningkatkan nilai jual ubi rancing dan mie yang ditawarkan.