

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

1. Desain label dan kemasan produk dimsum substitusi ikan patin dan pure kelor telah mengikuti peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) nomor 31 tahun 2018 dan 2019.
2. Hasil analisis biaya usaha pengolahan dimsum siomay substitusi ikan patin dan pure kelor diketahui biaya modal sebesar Rp 701.000,- mampu memproduksi 288 pcs/bulan (48 kemasan/bulan) dengan masa perkiraan alat selama 2-5 tahun. Biaya produksi sebesar Rp 533.520,- dengan jumlah penerimaan yang didapatkan sebesar Rp 768.000,- dapat dihasilkan keuntungan usaha dari selisih antara penerimaan dengan biaya produksi yaitu sebesar Rp 234.480,-/bulan. Nilai kelayakan usaha ditunjukkan dengan nilai BEP produk sebanyak 47 pcs dan BEP harga Rp 14.700,- dapat dikatakan bahwa usaha pengolahan dimsum siomay substitusi ikan patin dan pure kelor mengalami titik impas jika produk terjual sebanyak 47 kemasan dalam satu bulan dengan harga minimal Rp 15.700,-. Serta revenue R/C ratio dengan hasil > 1 yaitu 1,44 yang artinya usaha dimsum siomay substitusi ikan patin dan pure kelor dikatakan layak dan menguntungkan.
3. Hasil analisis SWOT usaha dimsum siomay substitusi ikan patin dan pure kelor berada dalam kuadran 1 yang menunjukkan bahwa produk usaha tersebut berpeluang dan kuat.
4. Tingkat kesukaan konsumen dilihat dari penilaian terhadap mutu organoleptik produk yang menunjukkan persentase warna dan tekstur sebesar 92%, rasa sebesar 84%, aroma sebesar 83%, dapat diketahui bahwa keseluruhan persentase kesukaan konsumen terhadap mutu organoleptik termasuk dalam kategori sangat suka.
5. Tingkat kepuasan konsumen terhadap kemasan sebesar 81,5% yang menunjukkan kategori suka dan harga jual produk sebesar 65% termasuk dalam kategori sangat baik.

## **B. Saran**

1. Jumlah kapasitas produksi diperoleh sebanyak 288 pcs/bulan atau setara 48 kemasan/bulan, jumlah tersebut usaha dapat memperoleh keuntungan maksimum diperlukan skala kapasitas produksi yang besar atau melebihi angka BEP produksi 47 kemasan/bulan.
2. Memperluas pemasaran produk stecatra totffline seperti di kegiatan masyarakat berbasis kesehatan