

Seminar Nasional Pendidikan Teknik Boga dan Busana

Volume 20, No. 1, Oktober 2025, hlm 375-385

ISSN 1907-8366 (dalam talian)

Daring: <https://journal.uny.ac.id/index.php/ptbb/index>

PEMANFAATAN UBI JALAR UNGU DALAM PEMBUATAN MOCHI SEBAGAI SNACK TINGGI SERAT

Afifaliya Putri¹, Badraningsih Lastariwati²

^{1,2} Pendidikan Tata Boga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Yogyakarta E-mail: afifaliyaputri.2022@student.uny.ac.id

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel

Diterima:
10 September 2025;
Diperbaiki:
15 Oktober 2025;
Diterima:
17 Oktober 2025
Tersedia daring:
13 Desember 2025.

Kata kunci

Mochi, R&D, Snack Tinggi Serat, Substitusi Puree Ubi Ungu, Ubi Ungu

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan produk pangan tinggi serat berupa mochi isi cokelat dengan substitusi puree ubi ungu yang diberi nama Moubi. Adapun tujuan khusus penelitian ini adalah untuk 1) menemukan resep Moubi, 2) menentukan penyajian dan kemasan produk Moubi, 3) mengetahui tingkat kesukaan masyarakat terhadap produk Moubi, 4) menentukan harga jual dan break-even point produk Moubi, 5) menganalisis business model canvas (BMC) produk Moubi. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan Research and Development (R&D) melalui empat tahapan, yaitu define, design, develop, dan disseminate. Tahap define dilakukan dengan mengumpulkan dan menguji tiga resep mochi acuan untuk menentukan resep dasar terbaik. Tahap design dilakukan dengan mensubstitusi tepung ketan menggunakan puree ubi ungu sebanyak 40%, 50%, dan 60%. Hasil uji organoleptik oleh panelis menunjukkan bahwa formula dengan 50% puree ubi ungu memberikan keseimbangan terbaik dari segi rasa dan tekstur, sehingga dipilih sebagai produk final. Tahap develop dilakukan melalui validasi penyajian dan kemasan oleh dosen pembimbing, yang kemudian disempurnakan pada validasi kedua. Tahap disseminate dilaksanakan melalui uji penerimaan oleh 80 panelis tidak terlatih dan dianalisis menggunakan uji t berpasangan. Hasil analisis menunjukkan bahwa hanya aspek rasa yang memiliki perbedaan signifikan ($p < 0,05$) antara produk acuan dan pengembangan, sementara aspek lainnya tidak berbeda secara signifikan. Produk Moubi ditetapkan dengan harga jual Rp6.000 per buah, dengan nilai Break Even Point (BEP) sebesar 9 unit atau Rp54.000. Berdasarkan hasil tersebut, produk Moubi dinyatakan layak untuk dipasarkan karena memiliki cita rasa yang dapat diterima, tampilan yang menarik, dan harga yang kompetitif

Kutipan (Gaya IEEE): [1] Afifaliya Putri¹, Badraningsih Lastariwati². (2025) Pemanfaatan Ubi Jalar Ungu dalam Pembuatan Mochi sebagai Snack Tinggi Serat. Prosiding Semnas PTBB, 20(1), 375-385

PENDAHULUAN

Di era modern ini, kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pola makan sehat semakin meningkat. Salah satu aspek yang menjadi perhatian adalah asupan serat pangan. Serat pangan atau bisa dikenal dengan *dietary fiber* merupakan bagian dari tumbuhan yang dapat dikonsumsi dan memiliki sifat resisten terhadap proses pencernaan dan penyerapan di usus halus serta mengalami fermentasi Sebagian atau keseluruhan di usus besar. Manfaat dari serat pangan adalah mengontrol berat badan (obesitas), penanggulangan penyakit diabetes, mencegah gangguan gastrointestinal, kanker kolon, serta mengurangi tingkat kolesterol darah dan penyakit kardiovaskuler. Namun, masyarakat dalam rentang usia

anak-anak hingga remaja masih mengalami kekurangan dalam mengonsumsi serat dikarenakan mereka cenderung lebih menyukai konsumsi makanan siap saji (fast food) atau makanan dengan serat rendah dibandingkan mengonsumsi makanan tinggi serat terutama sayur atau buah-buahan.

Ubi ungu (*Ipomoea batatas L*) merupakan salah satu sumber serat pangan alami yang kaya akan antioksidan, vitamin, dan mineral. Selain itu ubi ungu juga memiliki kandungan antosinan yang memberikan warna ungu alami dan memiliki manfaat seperti meningkatkan sistem imun dan mengurangi resiko penyakit degeneratif. Pada tahun 2020 produksi ubi jalar ungu diperkirakan sebanyak 2.715.825 ton. Perkiraan jumlah konsumsi atau penggunaan sebanyak 1.174.947 ton. Hal ini menunjukkan bahwa kemungkinan Indonesia mengalami surplus ubi jalar ungu sebanyak 1.540.878 ton (1). Ubi ungu biasanya dimanfaatkan sebagai bahan makanan baik berupa masakan sampai dijadikan sebagai cemilan. Cara pengolahan yang hanya dalam bentuk ubi rebus atau goreng juga menjadi faktor penyebab kurangnya minat untuk mengonsumsi ubi jalar, terutama pada anak-anak dan remaja yang lebih menyukai produk olahan dengan tekstur yang lebih lembut dan cita rasa yang lebih menarik. Kondisi ini mendukung adanya pengembangan produk tinggi serat yang berbahan dasar ubi ungu untuk memperbaiki pola konsumsi masyarakat. Salah satu bentuk inovasi dalam pemanfaatan ubi ungu sebagai sumber serat pangan adalah melalui pengembangan produk mochi.

Kue mochi merupakan salah satu makanan yang populer di Indonesia. Mochi berasal dari Bahasa Jepang yaitu *mua ci*. Produk ini biasanya terbuat dari bahan dasar tepung ketan yang dibentuk bulat dengan isian kacang tanah yang dicampur dengan gula aren, memiliki tekstur kenyal dan lembut serta bersifat semi basah. Kue mochi ini memiliki kelebihan dengan rasanya yang gurih dan manis beserta memiliki tekstur lembut dan kenyal, serta bahan yang digunakan mudah didapatkan (2). Pada zaman modern ini mochi dapat dikreasikan dengan bahan tambahan untuk adonan kulit mochi ataupun isian mochi sehingga lebih bervariasi dan menambah nilai gizi kue mochi. Kandungan gizi yang terdapat pada mochi sebanyak 75-90% karbohidrat dan kandungan proteinnya sedikit sekali. Produk mochi dalam satu porsi mengandung protein 1,3 g, fiber 1,3 g, lemak 1,3 g dan karbohidrat 16 g (3). Mochi memiliki banyak varian rasa seperti pasta kacang merah, kacang tanah, coklat maupun buah-buahan.

Dengan mengombinasikan ubi ungu sebagai bahan utama dalam pembuatan mochi, maka akan menghadirkan rasa yang unik dan memberikan manfaat kesehatan melalui peningkatan kandungan serat pangan. Jenis produk snack dengan olahan ubi ungu juga masih kurang bervariasi, maka pengembangan mochi ubi ungu juga membuka peluang untuk dilakukan penelitian inovasi produk snack berbahan dasar ubi ungu sehingga dapat meningkatkan pemnafaatan ubi ungu, meningkatkan nilai ekonomisnya dan memperbaiki sifat sensorisnya. Adapun tujuan khusus penelitian ini adalah untuk 1) menemukan resep Mouibi, 2) menentukan penyajian dan kemasan produk Mouibi, 3) mengetahui tingkat kesukaan masyarakat terhadap produk Mouibi, 4) menentukan harga jual dan break-even point produk Mouibi, 5) menganalisis business model canvas (BMC) produk Mouibi. Produk Mouibi diharapkan dapat menjadi alternatif snack sehat yang lezat, menarik yang dapat meningkatkan konsumsi makanan tinggi serat pada anak usia sekolah.

METODE

a. Bahan

Bahan utama dalam pembuatan mochi ubi ungu adalah puree ubi ungu yang dibuat dengan mengukus ubi jalar ungu hingga empuk dan ditambahkan susu dengan perbandingan 3:1. Bahan-bahan yang lain didapatkan dari took bahan kue yang berlokasi di D.I. Yogyakarta yaitu tepung beras ketan, tepung maizena, coklat bubuk, susu, gula, coklat batang, *cooking cream*, dan margarin.

b. Alat

Alat yang digunakan untuk mendukung penelitian ini yaitu kompor, blender, panci, kukusan, sendok, timbangan, pisau, talenan, spatula, scraper, nampan.

c. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam meneliti produk mochi ubi ungu adalah R&D (research and development) dengan model pengembangan 4D (define, design, develop, and disseminate). Dalam penelitian dan pengembangan ini dilakukan untuk mengetahui formula dan mengetahui teknik pengelohan yang sesuai dengan pengembangan produk. Proses penelitian ini memerlukan beberapa kali uji coba dan revisi hingga didapatkan produk yang memenuhi syarat dan teruji secara empiris. Singkatnya adalah jenis penelitian R&D merupakan proses atau langkah-langkah untuk mengembangkan suatu produk baru atau menyempurnakan produk yang telah ada atau merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk menghasilkan produk tertentu (4)

Model pengembangan 4D terdiri dari empat tahap utama:

1. Define (Pendefinisian), tahap ini ditujukan untuk mengidentifikasi dan menganalisis permasalahan, kebutuhan konsumen, serta potensi pengembangan produk berdasarkan penelitian sebelumnya. Tahap define dilakukan dengan menyusun spesifikasi objek serta mencari tiga resep standar yang diambil dari buku atau majalah. Dari ketiga resep tersebut, akan dipilih satu resep terbaik yang kemudian dipresentasikan dalam presentasi tahap pertama, yaitu seminar proposal.
2. Design (perancangan), pada tahap ini mulai merancang konsep produk, formulasi bahan, serta Teknik pengolahan yang sesuai dengan produk inovasi.
3. Develop (pengembangan), tahap yang bertujuan untuk menghasilkan produk yang meliputi pembuatan prototipe produk, uji coba sensoris, serta perbaikan formulasi berdasarkan hasil evaluasi. Proses pengujian dilakukan bertahap, mulai dari uji validasi produk oleh para ahli, uji coba pada skala individu, uji coba pada kelompok kecil, dan terakhir uji coba pada kelompok besar.
4. Disseminate (penyebaran), pada tahap ini produk disebarluaskan kepada masyarakat yang sesuai dengan target pasarnya. Namun, ada beberapa faktor yang harus dipertimbangkan pada saat penyebarluasan produk, yaitu analisis pengguna, strategi dan tema, timing penyebaran, dan pemilihan media penyebaran (5).

d. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dianalisis sebagai berikut:

1. Data pengujian validasi dan uji kesukaan saat pameran dianalisis secara deskriptif kualitatif
2. Data uji sensoris terbatas dianalisis dengan uji t berpasangan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Resep Moubi (Mochi Ubi Ungu)

a. Tahap *Define*

Tahap *define* merupakan tahap awal dalam proses penentuan resep produk Moubi. Pada tahap ini, peneliti mengumpulkan 3 resep acuan mochi coklat dari berbagai sumber sebagai bahan perbandingan. Ketiga resep tersebut kemudian akan diuji coba dan dinilai oleh lima panelis semi terlatih. Berdasarkan hasil penilaian akan dipilih satu resep acuan yang akan dijadikan sebagai resep dasar pembuatan produk Moubi. Resep acuan terpilih tersebut akan disubtitusi dengan bahan utama, puree ubi ungu. Pemaparan 3 resep acuan mochi dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Resep Acuan Mochi.

Bahan	R1	R2	R3
Tepung Ketan	300gr	150gr	125gr
Gula pasir	-	48gr	30gr
Tepung Maizena	-	15gr	-
Susu	-	240ml	180ml
Minyak	50gr	1 sdm	2 sdm
Bubuk Kakao	-	15gr	-
Vanili bubuk	2gr	-	-
Garam	2gr	-	¼ sdt
Kental Manis	140gr	-	-
Air	250gr	-	-

Hasil uji ketiga resep acuan yang sudah diuji coba dan dinilai oleh 5 panelis semi terlatih disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Sensoris Tahap *Define*.

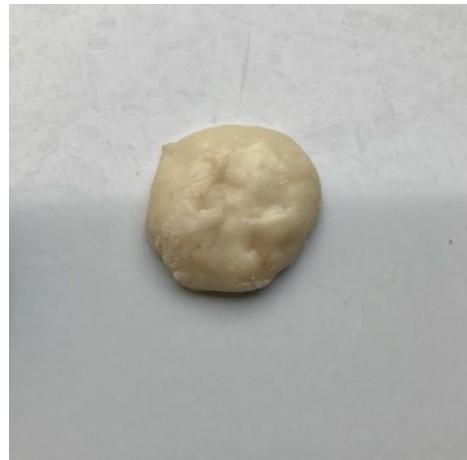
Sifat Sensoris	Nilai Rerata		
	R1	R2	R3
Bentuk	3,6	3,4	2,8
Ukuran	4	3,6	2,8
Warna	4,4	4,6	3,8
Aroma	3,8	4,6	3,8
Rasa	4,3	4,8	3,4
Tekstur	4,4	4,2	3
Keseluruhan	4	4,8	3



Gambar 1. Hasil Resep Acuan 1.



Gambar 2. Hasil Resep Acuan 2.



Gambar 3. Hasil Resep Acuan 3

b. Tahap *Design*

Setelah didapatkan resep acuan terpilih maka tahap selanjutnya adalah mensubtitusikan puree ubi ungu dengan presentase 40%, 50%, 60%. Panelis yang melakukan validasi pada tahap ini adalah dosen pembimbing dan panelis semi terlatih berjumlah 4 orang. Berikut adalah rancangan resep substitusi puree ubi ungu dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Resep Pengembangan Moubi.

Resep Standar		Resep Penelitian					
Bahan	Acuan	Puree Ubi Ungu 40%	Puree Ubi Ungu 50%	Puree Ubi Ungu 60%			
Tepung Ketan	150gr	90gr	75gr	60gr			
Puree Ubi Ungu	-	60gr	75gr	90gr			
Gula Pasir	48gr	48gr	48gr	48gr			
Bubuk Kakao	15gr	15gr	15gr	15gr			
Susu UHT	240 ml	240 ml	240 ml	240 ml			
Tepung Maizena	15gr	15gr	15 gr	15gr			
Minyak	1 sdm	1 sdm	1 sdm	1 sdm			

Berdasarkan hasil uji coba pada substitusi puree ubi ungu 40%, 50%, dan 60% didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Sensoris Tahap Design.

Sifat Sensoris	Nilai Rerata			
	Acuan	40%	50%	60%
Bentuk	4,2	3,6	3,8	3,4
Ukuran	4,2	4	4	4
Warna	4,4	4,2	4,4	3,8
Aroma	4,4	3,8	4,4	3,6
Rasa	4,4	4	4,2	3,6
Tekstur	4,4	3,4	4	3,6
Keseluruhan	4,6	3,8	4,2	3,6

Berdasarkan hasil uji sensoris, seluruh formula memperoleh respons positif dari panelis dalam segi ukuran dan warna secara keseluruhan. Namun, ada beberapa hal yang perlu ditingkatkan lagi pada aspek bentuk. Pada formula dengan substitusi puree ubi ungu sebesar 40%, beberapa panelis mengatakan bahwa sensasi rasa ubi belum terasa. Sebaliknya, formula 60% justru dirasa memiliki rasa ubi yang terlalu dominan sehingga mengurangi karakteristik dari mochi dan juga menghasilkan tekstur yang terlalu lembek.

Sementara itu, formula dengan 50% puree ubi ungu dinilai paling seimbang dalam hal tekstur dan rasa.

Dari nilai uji sensoris tahap design tersebut didapatkan formula terbaik adalah formula 50% dan formula tersebut akan dilanjutkan ke tahap selanjutnya, yaitu tahap *develop*.

c. Tahap *Develop*

Tahap develop merupakan tahap di mana akan dilakukan uji validasi dengan dua dosen terhadap teknik penyajian, baik pada produk acuan dan produk pengembangan. Pada tahap validasi I, produk Moubi masih memerlukan beberapa perbaikan, khususnya pada aspek kemasan. Stiker kemasan dinilai terlalu besar dan kurang rapi, sedangkan alas mochi dianggap masih bisa diganti dengan yang lebih sesuai. Namun, dari segi rasa dan bentuk produk sudah pas dan memenuhi kriteria yang diharapkan. Hasil uji sensoris tahap develop pada validasi I dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Sensoris Tahap Develope Validasi I.

Sifat Sensoris	Nilai Rerata	
	Acuan	Pengembangan
Bentuk	3	4
Ukuran	4	4,5
Warna	4	5
Aroma	4,5	4,5
Rasa	3,5	5
Tekstur	3,5	4,5
Keseluruhan	4	5
Penyajian	3	3,5
Kemasan	3	4

Selanjutnya dilakukan Validasi II sebagai tindak lanjut dari Validasi I yang masih memerlukan revisi. Pada Validasi II, dilakukan perbaikan terhadap aspek penyajian dan kemasan produk. Hasil dari proses validasi ini menunjukkan peningkatan kualitas tampilan dan kelayakan produk secara keseluruhan. Data hasil Validasi II disajikan secara rinci pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji Sensoris Tahap Develope Validasi II.

Sifat Sensoris	Nilai Rerata	
	Acuan	Pengembangan
Bentuk	4	4,5
Ukuran	4	4,5
Warna	4,5	4,5
Aroma	4,5	4,5
Rasa	4,5	5
Tekstur	4,5	4,5
Keseluruhan	4,5	4
Penyajian	4	4
Kemasan	5	5



Gambar 4. Final Produk Acuan dan Mouibi.

d. Tahap *Disseminate*

Tahap *disseminate* merupakan tahap akhir dalam proses penelitian. Pada tahap ini, dilakukan uji penerimaan masyarakat terhadap produk Mouibi sebagai bentuk evaluasi akhir. Pengujian dilakukan dengan mengadakan pameran dengan melibatkan minimal 80 tidak terlatih. Seluruh panelis diminta untuk melakukan uji sensoris terhadap produk Mouibi, dan data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan uji statistik t-test berpasangan. Hasil dari uji sensoris serta analisis t-test disajikan pada Tabel

Tabel 7. Hasil Uji Sensoris Tahap Disseminate.

Sifat Sensoris	Produk Acuan	Produk Pengembangan	p-value
Warna	$4,31 \pm 0,648$	$4,31 \pm 0,756$	0,968
Aroma	$4,1 \pm 0,756$	$3,96 \pm 0,999$	0,096
Rasa	$4,14 \pm 0,763$	$3,78 \pm 1,079$	0,005
Tekstur	$3,98 \pm 0,886$	$3,89 \pm 1,031$	0,483
Kemasan	$4,57 \pm 0,632$	$4,54 \pm 0,728$	0,676
Keseluruhan	$4,2 \pm 0,682$	$4,08 \pm 0,883$	0,18

Hasil uji paired t-test menunjukkan bahwa nilai p-value untuk aspek warna, aroma, rasa, tekstur, kemasan, dan keseluruhan secara berturut-turut adalah 0,968; 0,096; 0,005; 0,483; 0,676; dan 0,180. Berdasarkan kriteria signifikansi ($\alpha = 0,05$), hanya aspek rasa yang memiliki nilai $p < 0,05$, yang berarti terdapat perbedaan yang signifikan secara statistik antara produk acuan dan produk pengembangan pada aspek tersebut. Sementara itu, aspek lainnya seperti warna, aroma, tekstur, kemasan, dan penilaian keseluruhan memiliki $p\text{-value} \geq 0,05$, yang menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara kedua produk. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa meskipun produk pengembangan secara umum memiliki tingkat kesukaan yang serupa dengan produk acuan, perlu dilakukan evaluasi lebih lanjut terhadap aspek rasa, karena panelis memberikan penilaian yang secara signifikan lebih rendah dibandingkan produk acuan.

Kemasan Produk

Kemasan produk memegang peranan penting dalam penyajian produk. Hal ini berkaitan erat dengan produk yang dikemas dan berfungsi sebagai nilai jual utama dalam representasi produk (6). Oleh karena itu, pemilihan kemasan tidak hanya dilihat dari fungsinya saja tetapi juga dari tampilan visual. Pemilihan desain dan ukuran kemasan Moubi bertujuan untuk menjaga kualitas produk serta menarik perhatian konsumen. Produk Moubi dikemas menggunakan wadah mika berbentuk bulat dengan tutup transparan yang memungkinkan konsumen melihat isi produk secara langsung. Dimensi kemasan memiliki lebar bagian bawah sebesar 6 cm dan tinggi 5 cm, yang disesuaikan untuk menampung produk mochi. Kemasan dilengkapi dengan stiker label berdiameter 2 cm dan panjang 18 cm, yang berfungsi sebagai identitas produk dan memberikan penampilan menarik pada luar kemasan.



Gambar 5. Sticker Kemasan Produk Moubi.



Gambar 6. Sticker Kemasan Produk Acuan.

Harga Jual dan BEP

Harga jual adalah harga yang ditetapkan pada waktu penjualan produk atau jasa. Harga jual adalah harga yang diperoleh dari penjumlahan biaya produksi total ditambah dengan *mark up*. *Mark up* adalah selisih antara harga jual suatu produk atau jasa dengan harga pokoknya. Metode *mark up* dalam menghitung harga jual adalah dengan menghitung total biaya produksi dan harga beli lalu ditambahkan dengan *mark up* yang diinginkan, rumus dalam menghitung harga jual dengan menggunakan metode *mark up* adalah

Harga Jual = Harga beli (Total Biaya Produksi) + Mark up. (7)

Perhitungan harga jual produk Moubi, menggunakan metode *mark up* dengan harga perkemasan Rp6.000 berisi satu produk Moubi. Untuk mencapai BEP dibutuhkan penjualan minimal 9 unit dengan nilai BEP sebesar 54.000. Jika dibandingkan dengan produk mochi lain yang memiliki rata-rata harga antara Rp5.000 hingga Rp8.000, maka harga produk Moubi masih berada dalam kisaran kompetitif dan layak bersaing di pasar

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas, produk Moubi yang disubstitusikan dengan puree ubi ungu sebanyak 50% yang dikemas menggunakan wadah mika berbentuk bulat dengan tutup transparan dan dilengkapi dengan sticker kemasan. Nilai p value yang didapatkan mulai dari aspek warna, aroma, tekstur, kemasan, dan keseluruhan yaitu 0,968; 0,096; 0,005; 0,483; 0,676; dan 0,180. Dimana hanya aspek rasa yang memiliki nilai $p < 0,05$, yang berarti terdapat perbedaan yang signifikan secara statistik antara produk acuan dan produk pengembangan pada aspek tersebut. Sementara itu, aspek lainnya seperti warna, aroma, tekstur, kemasan, dan penilaian keseluruhan memiliki p-value $\geq 0,05$, yang menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara kedua produk.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa produk Moubi mampu bersaing dengan produk Mochi biasa untuk menjadi alternatif makanan yang sehat dan tinggi serat dengan harga yang mampu bersaing dengan produk mochi lainnya

REFERENSI

- [1] Hidayah, Nurul. Sifat Fisik Dan Kandungan Gizi Snack Bar Tepung Ubi Jalar Ungu (*Ipomea Batatas L*) Dan Kacang Komak (*Lablab Purpureus*) Untuk Makanan Selingan Penderita Diabetes. Politeknik Kesehatan Kementerian Kesehatan. Yogyakarta : s.n., 2021.
- [2] Malisa, Syamsiah, Melissa dan Ramli. 2023. Pengaruh Penambahan Bahan Substitusi Tepung Daun Kelor (*Moringa Oleifera*) Terhadap Karakteristik Organoleptik Dan Kandungan Proksimat Kue Mochi., Pro-Stek Vol 5 No. 2, hal. 83-103.
- [3] Andriyanto, Dewita dan Syahrul. 2014. Kajian Mutu Mochi Yang Difortifikasi Dengan Konsentrasi Protein Ikan Gabus (*Channa striata*). Jurnal Teknologi dan Industri Pangan, hal. 1-9.

- [4] Nusantara, Dharma Acariya. 1, 2023. Research And Development (R&D) Penelitian Yang Inovatif Dalam Pendidikan., Jurnal Pendidika, Bahasa, dan Budaya, Vol. 1, hal. 86-100.
 - [5] Maydiantoro, Albert. MODEL-MODEL PENELITIAN PENGEMBANGAN (RESEARCH AND DEVELOPMENT). Universitas Lampung. Lampung : s.n., 2021.
 - [6] Aminullah dan Salsabulah, Siti Kamilah. 2024. Studi Sistem Pengemasan dan Penyimpanan Produk I-Tox Honey di PT. Imago Randau Harmoni, Cileungsi – Bogor., Karimah Tauhid, Vol. 3, hal. 6868-6887.
 - [7] Voerman, Chriseva D.F, Sondakh, Jullie J dan Kalalo, Meily Y.B. 2023. Penentuan Harga Jual Produk Dengan Menggunakan Metode Cost Plus Pricing Dan Mark Up Pricing pada Cv. Tumou Pratama. Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, dan Hukum), Vol. 6, hal. 1347-1352.
- :