

RINGKASAN

Analisis Usaha Kue Kecipir Ubi Ungu di Desa Mulyorejo, Kecamatan Silo, Kabupaten Jember, Novita Wulan Nahari, NIM D31171300, Tahun 2020, 40 hlm. Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember. Ida Adha Anrosana Pongoh, S.Pi, MP (Dosen Pembimbing).

Indonesia memiliki banyak jenis sumber daya alam hayati yang dapat diolah menjadi olahan pangan yang memiliki nilai jual tinggi, salah satunya adalah jenis umbi-umbian yaitu ubi jalar ungu (*Ipomea batatas* Var. *Ayamurasaki*). Ubi jalar ungu merupakan salah satu tanaman ubi jalar yang masuk kedalam keluarga umbi-umbian. Ubi jalar ungu atau ubi ungu merupakan ubi jalar yang memiliki warna ungu akibat adanya senyawa antosianin. Ubi ungu di Indonesia termasuk kedalam kelompok komoditas penghasil karbohidrat utama selain jagung dan padi.

Tugas akhir dengan judul analisis kue kecipir ubi ungu ini bertujuan untuk dapat melakukan produksi kue kecipir ubi ungu, dan menganalisis usaha kue kecipir ubi ungu ini dengan menggunakan 3 metode analisis tersebut serta dapat memasarkan produk kue kecipir ubi ungu dengan metode pelaksanaan yang dilakukan di Desa Mulyorejo, Kecamatan Silo, Kabupaten Jember selama 4 bulan terhitung mulai dari bulan Februari 2020 hingga bulan Mei 2020. Usaha kue kecipir ubi ungu juga bertujuan meningkatkan daya jual kue kecipir dan ubi ungu itu sendiri sehingga nilai ekonominya dapat lebih baik dari nilainya saat ini.

Hasil analisis usaha kue kecipir ubi ungu menggunakan 3 metode analisis BEP (*Break Even Point*), R/C Ratio (*Revenue Cost Ratio*) dan ROI (*Return On Investment*) mendapatkan hasil BEP produksi sebesar 21 kemasan, nilai ini lebih kecil dibandingkan dengan volume penjualan sebesar 32 kemasan. BEP harga sebesar Rp5.585,- per kemasan nilai ini lebih kecil dari harga jual sebesar Rp8.500,- per kemasan, analisis R/C ratio sebesar 1,52 dan ROI sebesar 10,14%.

Produk kue kecipir ubi ungu dikemas dengan kemasan campuran *aluminium foil* dan plastik yang terbuat dari kemasan berbahan *food grade* dan diberi label persegi dengan gambar ubi ungu ditengahnya. Pemasaran produk kue kecipir ubi ungu ini menggunakan bauran pemasaran atau *marketing mix* dengan memasarkan produk sebanyak 32 kemasan dengan harga sebesar Rp8.500,- per kemasan, dalam pemasaran produk ini dilakukan distribusi langsung dengan lokasi pemasarannya berada di daerah Jember dan kegiatan promosi yang dilakukan adalah promosi melalui media *online* dengan mempromosikan produk melalui *platform* media sosial seperti *Whatsapp* dan *Instagram*.