

RINGKASAN

Analisis Usaha ‘Taruu’ Nastar Ubi Ungu, Azizah Zuli atmoko, NIM. D311711217, Tahun 2017, Jurusan Manajemen Agribisnis Politeknik Negeri Jember. Financia Mayasari. SE, MM, selaku Dosen Pembimbing Utama (DPU).

Ubi ungu saat ini tengah menjadi komoditas yang naik daun di pasar tradisional maupun swalayan. Ubi ungu termasuk primadona diantara jenis-jenis ubi yang lainnya. Ubi ini diminati konsumen karena memiliki komposisi gizi yang lengkap serta memiliki fungsi fisiologis yang baik bagi kesehatan tubuh. Keunggulan ubi ungu tidak hanya itu, karena ubi jenis ini ternyata memiliki produktivitas yang tinggi dan harga ubi ini juga terjangkau.

Produk nastar ubi ungu merupakan diversifikasi makanan dari tanaman ubi ungu yang dikombinasikan dengan beberapa bahan penunjang, sehingga menghasilkan inovasi makanan ringan yaitu nastar ubi ungu. Produk sebelumnya yang biasa dipasarkan berwarna kuning sedangkan nastar ubi ungu berwarna ungu. Inovasi ini diharapkan untuk menemukan resep yang tepat dalam pembuatan nastar ubi ungu dan meningkatkan kreatifitas agar dapat menambah nilai jual serta membuka lowongan pekerjaan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Perhitungan produksi nastar ubi ungu ini menggunakan analisis *Break Even Point* (BEP), *R/C Ratio*, dan *Return On Investment* (ROI). Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil analisis usaha sebesar BEP (unit) 17 kemasan dengan total produksi 26 kemasan dan BEP (harga) Rp7.000 dari harga jual Rp10.000, *R/C Ratio* 1,51 dan ROI 10%. Strategi pemasaran yang digunakan yaitu saluran pemasaran secara langsung dan saluran pemasaran tidak langsung untuk usaha Nastar Ubi Ungu di Desa Sarimulyo Kesamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi.