

ANALISIS USAHA PENGEMASAN LADRANG “AZZAITUN” MELALUI PENGUNAAN *MARKETPLACE* SEBAGAI SARANA PEMASARAN DI KABUPATEN BONDOWOSO

Lina Diroh

Program Studi Manajemen Agribisnis

Jurusan Manajemen Agribisnis

Linadhr24@gmail.com

ABSTRAK

Tugas akhir ini bertujuan untuk melaksanakan proses pengemasan Ladrang “Azzaitun”, menghitung analisis kelayakan usaha dan memasarkan produk kepada masyarakat. Proses pelaksanaan tugas akhir selama 4 bulan di mulai dari bulan Agustus hingga November 2022 di Kecamatan Tenggarang Kabupaten Bondowoso. Proses pengemasan pada usaha ini menggunakan metode praktik langsung. Bauran pemasaran yang digunakan pada usaha ini meliputi 4P yakni *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Promotion* (Promosi) dan *Place* (Lokasi serta distribusi). Analisis usaha yang digunakan yakni BEP (produksi), BEP (harga), R/C Ratio dan ROI. Proses produksi yang telah dilakukan sebanyak 5 kali produksi. Untuk satu kali produksi dan pemasaran membutuhkan 4 jam dan menggunakan 1 orang tenaga kerja. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai BEP (produksi) sebesar 36,14 kemasan dari total 50 kemasan, BEP (harga) sebesar Rp. 5.782,58 dari harga jual Rp.8.000, R/C Ratio sebesar 1,38 dan ROI sebesar 0,90%. Produk Ladrang “Azzaitun” dipasarkan dengan harga Rp.8.000 dengan berat 120 gram yang didistribusikan secara langsung kepada konsumen dan melalui media *Marketplace* (*Shopee*). Produk ini dipromosikan dengan menyebar *flyer* melalui sosial media *WhatsApp* dan *Instagram*.

Kata kunci: Analisis Usaha, Pengemasan Ladrang Azzaitun