

## RINGKASAN

**Analisis Usaha dan Strategi Pemasaran Olos Varian Isi Suwiran di Balai Besar Pelatihan Pertanian Ketindan, Kecamatan Lawang, Kabupaten Malang,** Galuh Abdul Basir Hermawan, NIM D31201883, Tahun 2023, 31 Halaman, Jurusan Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember, Dosen Pembimbing Linda Eka Dewi, S.P., M.P. dan Pembimbing Lapang Herdinastiti, S.P., M.P.

Kegiatan magang yang dilakukan secara umum dapat meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan pengalaman kerja bagi mahasiswa. Keterlibatan kerja mahasiswa dalam kegiatan agribisnis di BBPP Ketindan meliputi: keterlibatan dalam kegiatan di pembibitan stroberi, pencatatan perkembangan dan pertumbuhan tanaman stroberi, menganalisis strategi pemasaran dengan judul analisis usaha dan strategi pemasaran olos varian isi suwiran, menganalisis SWOT dan menyusun rencana pengembangan usaha yang dapat dilakukan setelah menyelesaikan studi di Program Diploma III Politeknik Negeri Jember.

Balai Besar Pelatihan (BBPP) Ketindan Lawang merupakan salah satu instansi yang bergerak di bidang pertanian di bawah tanggung jawab Kepala Badan Penyuluhan dan Pengembangan Sumberdaya Manusia Pertanian (BPPSDMP) Kementerian Pertanian. Tugas pokoknya yaitu melaksanakan dan mengembangkan pelatihan teknis, fungsional dan kewirausahaan di bidang pertanian bagi aparatur dan non aparatur pertanian dalam hal ini mahasiswa untuk melaksanakan magang. Agar mahasiswa siap terjun ke masyarakat baik ke dalam dunia usaha maupun dunia industri bidang pertanian, maka perlu dibekali dengan berbagai pengetahuan dan keterampilan yang dapat menunjang kompetensinya. Tujuan umum dari magang ini adalah agar mahasiswa mampu melaksanakan kegiatan kerja lapang pada suatu perusahaan/instansi dan membentuk sikap serta keterampilan kerja, khususnya pada bidang pelatihan pertanian di BBPP Ketindan. Selanjutnya tujuan khususnya yaitu untuk menambah ilmu khususnya dalam bidang agribisnis serta mengembangkan tugas akhir saya yang berkaitan dengan strategi pemasaran. Metode magang yang digunakan yaitu metode wawancara, observasi, studi pustaka dan praktik.

Selanjutnya hasil analisis menunjukkan bahwa pemasaran yang dilakukan agar produk usaha ini dapat berkembang luas yaitu dengan melakukan analisis SWOT serta BMC (*Business Model Canvas*). Strategi usaha yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah strategi bertahan (kuadran IV SWOT). Hal ini disebabkan karena umur perusahaan yang masih sangat dini dan dalam tahap pengenalan. Strategi yang dapat dilakukan meliputi: 1) Meningkatkan pengetahuan pengusaha agar dapat memproduksi bahan baku produk secara efektif dan efisien serta mempertahankan kualitas dan harga produk, 2) Melakukan promosi agar minat konsumen semakin meningkat, 3) Memperluas pangsa pasar khususnya secara *online* untuk lebih memperluas pengenalan produk terhadap konsumen, 4) Menambah varian rasa pedas produk untuk menambah minat konsumen terhadap produk dengan menyesuaikan karakter konsumen/masyarakat sekitar, 5) Mengubah nama produk menjadi Cireng Pedas Varian Isi Suwiran. Hal itu dilakukan karena analisis SWOT yang sudah dilakukan menunjukkan letak diagram SWOT atas usaha ini pada kuadran 4. Jadi agar usaha ini dapat berkembang dan memperoleh keuntungan maksimal maka strategi yang dilakukan adalah mengubah nama produk tersebut dengan tujuan menyesuaikan pengetahuan konsumen/masyarakat sekitar atau target pasar terhadap produk tersebut. Rencana pengembangan usaha yang dapat dilakukan adalah dengan melaksanakan 9 komponen *business model canvas* (BMC) mulai dari menentukan nilai produk yang ditawarkan (*value propositions*), segmentasi pelanggan (*customer segments*), hubungan dengan pelanggan (*customer relationship*), saluran (*channels*), mitra kunci (*key partners*), aktivitas kunci (*key activities*), sumberdaya kunci (*key resource*), penerimaan (*revenue streams*) dan struktur biaya (*cost structure*). BMC tersebut selanjutnya divisualisasikan dalam bentuk kanvas agar lebih mudah dipahami dan diimplementasikan dalam kegiatan usaha.