

RINGKASAN

Analisa Usaha Mochi Ungu “Mochi-U” Di Desa Tanjunganom Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk, Puspita Reni Dwi Anugrah, NIM D31212160, Tahun 2024, 56 hlm, Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember, Fitri krismiratsih S.ST.,M.P., selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir

Mochi yaitu merupakan makanan tradisional yang berasal dari Jepang terbuat dari beras ketan yang diolah menjadi adonan dan kemudian diisi dengan berbagai macam bahan seperti kacang merah dan stroberi. Namun, meskipun mochi telah menjadi bagian integral dari budaya Jepang kini mochi telah menyebar luas ke berbagai negara dengan beragam rasa dan bentuk, salah satunya penyebarannya ada di Indonesia. Kali ini menggunakan mochi dengan inovasi pada isian yang memanfaatkan isian dari ubi ungu. Selain itu memberikan dua rasa yaitu mochi dengan isian stroberi yang telah dilumuri ubi dan coklat dan pilihan yang kedua *whip cream* dan potongan stroberi memberikan rasa segar yang memiliki citarasa unik.

Pemasaran yang digunakan pada Mochi Ungu “Mochi-U” menggunakan strategi pemasaran 4P yaitu *Product, Price, Distribusi/ Place, Promotion*. Pada *Product* yang terdiri dari manajemen logo dan motto ,menciptakan merek, menciptakan kemasan. *Price* pada usaha Mochi Ungu “ Mochi-U” didasarkan pada jumlah pengeluaran dan tingkat laba dan juga di dasarkan pada bahan baku yang digunakan oleh produk agar produk ini dapat bersaing dengan harga pasaran lainnya. *Distribusi/ Place* saluran pemasaran yang digunakan pada mochi ungu akan dilakukan secara langsung yaitu dengan menyalurkan dari produsen ke konsumen tanpa perantara. *Promotion* yang dilakukan untuk mengenalkan produk usaha Mochi Ungu “Mochi-U” ini secara *offline* dan *online*. Promosi langsung atau *offline* dengan cara memberi keterangan tentang inovasi produk yang menggunakan isian ubi serta memiliki dua rasa dalam satu kemasan, Sedangkan secara *online* melalui media sosial seperti Whatsapp dan Instagram (mochi_u1).

Tugas Akhir ini dilaksanakan selama 4 bulan dimulai dari bulan September hingga bulan Desember di Desa Tanjunganom Kecamatan Tanjunganom

Kabupaten Nganjuk. Analisis yang digunakan BEP (*Break Event Point*) BEP terdiri dari BEP produksi dan BEP harga, R/C Ratio, *Return Od Investment* (ROI). BEP Produk sebesar 8 kemasan dari total produk yang diproduksi sebanyak 10 kemasan, pada perhitungan BEP Harga didapatkan hasil sebesar Rp 7.945 /kemasan dengan harga penjualan pada produk sebesar Rp 10.000/kemasan, dengan perhitungan R/C *Ratio* sebesar 1,26 dan ROI sebesar 6,03%. Sehingga dari hasil perhitungan diatas usaha Mochi Ungu”Mochi-U” didapatkan hasil menguntungkan serta layak untuk dijalankan.