

RINGKASAN

Produksi dan Pemasaran Stik Ikan Asin Kapasan (*Gerres Punctatus*), Nanda Oktaviana Putri, NIM B32210329, Tahun 2024, 86 halaman, Teknologi Pertanian, Politeknik Negeri Jember, Muhammad Ardiansyah S.N, S.Si., M.Si (Dosen Pembimbing).

Stik adalah jenis camilan ringan maupun jenis kue kering yang memiliki bahan dasar utama tepung terigu, tepung tapioka atau tepung sagu, dan telur, yang berbentuk pipih panjang dan proses memasaknya dengan cara digoreng. Stik memiliki warna kuning kecoklatan, beraroma khas kue, memiliki rasa gurih serta bertekstur renyah sehingga banyak disukai dan diterima masyarakat. Stik ikan asin kapasan merupakan inovasi baru dalam bidang pangan. Penambahan ikan asin kapasan dalam proses pembuatan stik ini diharapkan mampu menghasilkan stik dengan citarasa yang khas dan berbeda dari stik pada umumnya.

Proyek Usaha Mandiri (PUM) pada produksi stik ikan asin kapasan bertujuan untuk mengetahui proses produksi stik ikan asin kapasan yang dapat diterima oleh konsumen, untuk mengetahui hasil analisa biaya serta kelayakan usaha dalam memproduksi produk stik ikan asin kapasan, serta untuk mengetahui metode pemasaran yang tepat dari produk stik ikan asin kapasan.

Proses produksi stik ikan asin kapasan ini dilakukan selama 15 kali. proses produksi terdapat beberapa tahapan meliputi persiapan alat dan bahan, penimbangan bahan, penghalusan ikan, pencampuran bahan, pencetakan stik, penggorengan dan penirisan serta pengemasan dan pelabelan. Produksi stik ikan asin kapasan menghasilkan 225 kemasan dan untuk harga jual Rp.10.000/kemasan dengan berat 100 gram. Hasil analisa realisasi biaya usaha pada produksi stik ikan asin kapasan yaitu untuk biaya tetap sebesar Rp. 12.200, total biaya produksi sebesar Rp. 1.492.525, total keuntungan Rp. 757.475 dengan laju keuntungan 50,75%, serta R/C ratio 1,50. Proses pemasaran stik ikan asin kapasan dilakukan secara tidak langsung dan langsung. Pemasaran secara langsung dilakukan secara langsung di lingkungan sekitar dan di tempat-tempat umum. Sedangkan pemasaran tidak langsung dilakukan melalui *whatsapp* dan *instagram*. Untuk pemasaran

langsung memiliki persentase sebesar 65,78% sedangkan untuk pemasaran tidak langsung memiliki persentase sebesar 34,22%. Jadi, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang terbaik yaitu strategi pemasaran langsung. Hal ini dikarenakan pada pemasaran langsung kita dapat melakukan interaksi langsung dan menjelaskan produk secara detail sehingga meningkatkan minat terhadap penjualan produk stik ikan asin kapasan.