

RINGKASAN

Analisis Usaha Kue Lumpur Ubi Ungu “LUNGU” di Kelurahan Talkandang Kecamatan Situbondo Kabupaten Situbondo, Nurul Imania, NIM D31222315, Tahun 2024, 44 halaman, Jurusan Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember. Uyun Erma Malika, S.TP., M.P (Pembimbing).

Kue lumpur ubi ungu merupakan inovasi dari jajanan tradisional yang banyak dikenal dan masih disukai oleh semua kalangan. Pemilihan ubi ungu sebagai bahan pengganti dari bahan utamanya karena ubi ungu memiliki tekstur yang hampir sama dengan bahan utama kue lumpur pada umumnya. Selain itu, penggunaan ubi ungu juga mempengaruhi pada tampilan kue lumpur yang lebih berwarna sehingga dapat menarik perhatian konsumen. Produk ini juga masih jarang dipasarkan sehingga dapat mudah dikenal oleh konsumen.

Pencapaian yang diharapkan dari pelaksanaan Tugas Akhir ini yaitu mampu melakukan tahapan produksi, melakukan analisis usaha serta dapat mempromosikan produk kue lumpur ubi ungu. Proses produksi dilakukan sebanyak 5 kali produksi 05 September sampai 03 Oktober 2024. Dalam satu kali proses produksi menghasilkan 50 kemasan dan memerlukan 1 tenaga kerja dengan waktu 3 jam kerja. Pengumpulan data langsung (primer) dan pengumpulan data tidak langsung (sekunder) adalah dua teknik pengumpulan data yang diterapkan dalam pengembangan tugas akhir ini. Tiga metode analisis yang digunakan yaitu metode BEP (*Break Event Point*) yang terdiri dari BEP (produksi) dan BEP (harga), metode R/C Ratio (*Revenue Cost Ration*), dan metode ROI (*Return On Invesment*).

Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan terdapat beberapa tahapan proses produksi kue lumpur ubi ungu yaitu persiapan alat dan bahan, pengupasan ubi ungu, pengukusan ubi ungu, penghalusan ubi ungu, pembuatan adonan, pemanggangan adonan, pengemasan produk dan pemberian label “LUNGU”. Berdasarkan analisis usaha yang dilakukan dengan menggunakan metode BEP (produksi) sebanyak 31,776 dengan volume penjualan 50 kemasan, BEP (harga)

sebesar Rp 1.906,6 per kemasan dengan harga jual kepada konsumen sebesar Rp 3.000 per kemasan, R/C Ratio sebesar 1,57 artinya pada usaha ini diperoleh penerimaan sebesar Rp1,57 serta laba Rp 0,57 pada setiap Rp. 1 biaya yang dikeluarkan, nilai perolehan ROI sebesar 8,18% dalam satu kali produksi yang artinya pada usaha ini setiap satu kali proses produksi dilakukan mampu mengembalikan penanaman modal sebesar 8,18%, serta dibutuhkan sebanyak 13 kali proses produksi agar investasi tersebut kembali 100%.

Pemasaran produk kue lumpur ubi ungu ini menerapkan prinsip 4P yaitu Produk (*product*) yang ditawarkan kue lumpur ubi ungu yang sudah dikemas dan diberi label agar mudah dikenal oleh konsumen. Harga (*price*) dari produk kue lumpur ubi ungu Rp 3.000 per kemasan, penentuan harga jual ini berdasarkan perhitungan serta membandingkan dengan produk sejenis. Promosi (*promotion*) yang diterapkan yaitu dengan cara *personal selling* atau menawarkan produk langsung kepada calon konsumen serta memanfaatkan media sosial seperti *whatsapp* dan *Instagram*. Tempat (*place*) atau saluran pemasaran yang digunakan yaitu pemasaran secara langsung (produsen ke konsumen) dan saluran pemasaran tidak langsung (produsen ke pengecer ke konsumen).