

RINGKASAN

Analisis Usaha Pengemasan Bubuk Jamu Menggunakan *Tea Bag* di Kelurahan Sumber Sari Kecamatan Sumber Sari Kabupaten Jember, Rohimatul Mukaromah, NIM 31222427, Tahun 2025, 62 halaman, Jurusan Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember, Oktanita Jaya Anggraeni S.E., M.P. (Dosen Pembimbing).

Bubuk Jamu Menggunakan *Tea Bag* merupakan bubuk jamu yang terdiri dari kunyit, sereh, jahe dan lengkuas yang sudah terbungkus dalam *teabag*. Produk ini dikemas dengan *standing pouch* yang menarik dengan label pada kemasannya dan mudah dibawa kemana-mana karena ukurannya yang *affordable*. Produk ini menjadi alternatif dalam menjaga kesehatan dengan konsumsi bahan yang aman, higienis dan praktis.

Pelaksanaan tugas akhir ini bertujuan untuk melakukan proses pengemasan bubuk jamu menggunakan *tea bag*, menganalisis kelayakan usaha, dan mengaplikasikan strategi bauran pemasaran pada produk bubuk jamu menggunakan *tea bag*. Tugas akhir ini berlangsung selama 5 bulan, mulai 26 Agustus 2024 hingga 26 Januari 2025, bertempat di Kelurahan Sumbersari, Kecamatan Sumbersari, Kabupaten Jember. Pengumpulan data dilakukan dengan dua metode, yaitu data primer dan data sekunder. Selain itu, tiga metode analisis usaha digunakan, yaitu *Break Event Point* (BEP), *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio), dan *Return on Investment* (ROI).

Proses produksi dilakukan sebanyak lima kali, dengan setiap produksi menghasilkan 20 kemasan bubuk jamu menggunakan *tea bag*. Tahapan produksi meliputi persiapan alat dan bahan, pemberian label, pencampuran bahan, penimbangan dan pengemasan, hingga perekatan *standing pouch* menggunakan *hand sealer*.

Hasil analisis usaha menunjukkan bahwa BEP (produksi) tercapai pada 12,09 kemasan dari total produksi 20 kemasan, sementara BEP (harga) adalah Rp 4.230 per kemasan dengan harga jual Rp 7.000 per kemasan. Nilai *R/C Ratio* tercatat sebesar 1,65, dan ROI mencapai 26%. Berdasarkan

hasil tersebut, usaha pengemasan bubuk jamu menggunakan *tea bag* dinyatakan menguntungkan dan layak dijalankan. Produk bubuk jamu menggunakan *Tea Bag* dipasarkan langsung kepada konsumen melalui strategi pemasaran yang difokuskan pada media sosial. Melalui platform seperti *WhatsApp*, *Instagram* dan *Shopee*, promosi produk dilakukan secara langsung kepada calon konsumen dengan tujuan memperkenalkan produk kepada masyarakat. Metode penjualan dilakukan dengan cara menawarkan produk secara langsung kepada konsumen melalui pesan langsung. Proses pembelian dilakukan melalui platform *WhatsApp*, *Instagram* dan *Shopee* dengan menggunakan metode pembayaran "*Cash on Delivery*" (COD) memudahkan konsumen untuk melakukan pembelian tanpa perlu melakukan pembayaran di muka dan juga dengan pembayaran non tunai seperti *transfer antar bank*.