RINGKASAN

Analisis Usaha Rempeyek Kembang Goyang Varian Udang Rebon di Desa Legundi Kecamatan Bantaran Kabupaten Probolinggo, Ketut Adinda A.P, NIM D31222605, Tahun 2025, 50 halaman, Manajemen Agribisnis Politeknik Negeri Jember, Pembimbing : Sumarlina, S.Pd., M.Sc.

Rempeyek merupakan salah satu makanan tradisional yang telah lama dikenal oleh masyarakat Indonesia. Makanan ini termasuk dalam jenis gorengan dan dapat dinikmati sebagai camilan atau pelengkap hidangan. Rempeyek terbuat dari tepung beras dan air yang dicampurkan, kemudian diberi bumbu serta tambahan seperti kacang tanah, udang, atau ikan teri. Produk ini mudah ditemukan di berbagai tempat dengan harga yang terjangkau, sehingga memiliki potensi besar untuk dikembangkan.

Salah satu inovasi yang dikembangkan adalah rempeyek kembang goyang varian udang rebon, yang menggabungkan cita rasa rebon dengan bentuk yang lebih unik dan menarik. Rempeyek kembang goyang memiliki tampilan khas berbentuk seperti bunga, membuatnya tidak hanya lezat tetapi juga menarik secara visual. Varian udang rebon memberikan tambahan rasa gurih khas laut yang membuat produk ini memiliki peluang besar untuk menarik perhatian pasar karena keunikan bentuk dan rasa.

Tujuan dari tugas akhir ini adalah mengembangkan produk dan kemasan rempeyek, menganalisis kelayakan usaha, serta memasarkan produk tersebut. Pelaksanaan tugas akhir berlangsung selama lima bulan, mulai dari 25 Agustus 2024 hingga 30 Desember 2024, bertempat di Desa Legundi, Kecamatan Bantaran, Kabupaten Probolinggo. Pengembangan produk dan kemasan dilakukan melalui pengumpulan data primer dan sekunder serta menggunakan tiga metode analisis usaha, yaitu *Break Even Point* (BEP), *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio), dan *Return On Investment* (ROI).

Produksi rempeyek dilakukan sebanyak lima kali, dengan setiap produksi menghasilkan 30 kemasan. Tahapan produksi rempeyek kembang goyang varian udang meliputi persiapan bahan dan alat, pembersihan udang rebon, pengolahan bumbu, pembuatan adonan, pencetakan dan penggorengan, hingga proses pendinginan, penirisan, pengemasan, dan pelabelan. Berdasarkan analisis usaha, BEP (Produk) tercatat sebesar 16,44 kemasan dari total 30 kemasan, dengan BEP (harga) sebesar Rp 6.576,72 per kemasan dan harga jual Rp 12.000 per kemasan. Nilai R/C Ratio adalah 1,82, dan ROI mencapai 39,20%. Hasil ini menunjukkan usaha pengembangan produk dan kemasan rempeyek menguntungkan serta layak untuk dijalankan.

Pemasaran rempeyek kembang goyang varian udang dilakukan dengan metode secara langsung dan tidak langsung. Pemasaran langsung dilakukan dengan memanfaatkan media sosial seperti *WhatsApp* dan *Instagram*, serta *e-commerce* yaitu *Shopee* sebagai sarana promosi, serta interaksi tatap muka dengan konsumen. Pemasaran tidak langsung dilakukan dengan menggunakan *reseller* untuk menyalurkan produk kepada konsumen. Upaya promosi ini bertujuan untuk memperkenalkan produk rempeyek kepada masyarakat luas.