RINGKASAN

Analisis Usaha Teh Celup Daun Kelor di Kelurahan Tegal Besar Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember, Ali Akbar Ivanov, NIM D31222545, Tahun 2024, 48 hlm, Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember, Uyun Erma Malika, S.TP., M.P. Selaku Dosen Pembimbing.

Teh celup daun kelor adalah minuman teh yang berasal dari daun kelor sebagai bahan baku utama. Daun kelor memiliki banyak manfaat dan saat ini pemanfaatan daun kelor sudah cukup beragam salah satunya adalah sebagai teh. Mengemas daun kelor kering menjadi bentuk kantong celup merupakan sebuah diversifikasi pemanfaatan tanaman kelor yang dapat memudahkan konsumen dalam mengonsumsi teh daun kelor, sebab cara penyajiannya praktis.

Tujuan tugas akhir ini adalah untuk menjalankan proses produksi, menghitung analisis usaha dan melaksanakan pemasaran produk teh celup daun kelor. Pelaksanaan tugas akhir ini dilakukan selama 5 (lima) bulan mulai dari 10 September 2024 sampai dengan 11 Januari 2025 di Kelurahan Tegal Besar Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember. Metode yang digunakan antara lain persiapan alat dan bahan, penyortiran dan pencucian daun kelor, pengeringan daun kelor, penghalusan daun kelor, penimbangan dan pengemasan primer, pengemasan sekunder dan pelabelan. Proses pembuatan tugas akhir menggunakan pengumpulan data secara langsung (Primer) dan pengumpulan data secara tidak langsung (Sekunder). serta menggunakan tiga metode analisis usaha yaitu *Break Event point* (BEP), *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio), *Return On Investment* (ROI).

Hasil proses produksi kelayakan usaha yang telah dilakukan, usaha teh celup daun kelor mendapatkan hasil BEP (harga) Rp 5.639,55 per kemasan yang dijual seharga Rp 10.000/kemasan, nilai BEP (produksi) 14 dengan jumlah produksi sebanyak 20 kemasan, nilai *R/C Ratio* 1,77, yang berarti setiap Rp 1,00 biaya yang dikeluarkan akan menghasilkan penerimaan sebesar Rp 1,77 dan laba sebesar Rp. 0,77. Hasil perhitungan ROI sebesar 11,3% dalam satu kali produksi menunjukkan bahwa usaha ini dapat mengembalikan investasi sebesar 11,3%. Investasi tersebut akan kembali sepenuhnya setelah 9 kali proses produksi. Pemasaran produk

menerapkan strategi 4p antara lain *product, price, promotion dan place*. Pemasaran secara langsung dari produsen ke konsumen dengan menggunakan *whatsapp* dan *instagram* serta melakukan penawaran produk secara langsung terhadap calon konsumen.