

RINGKASAN

Analisis Produksi dan Pemasaran Emping Jagung “BANGWAN” dengan Varian Rasa di Kecamatan Jambon Kabupaten Ponorogo, Rizwan Ependi, NIM D31222538, Tahun 2025, 96 Halaman, Jurusan Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember, Luluk Cahyo Wiyono, S. Sos., M.Sc. (Dosen Pembimbing).

Emping jagung “BANGWAN” adalah makanan ringan yang terbuat dari biji jagung yang telah diproses dengan cara tertentu hingga menghasilkan bentuk pipih dan bertekstur renyah. Makanan ringan ini sebagai bentuk pengembangan dari emping jagung yang beredar di pasaran, yang masih cenderung monoton dari segi rasa, tampilan, dan kemasan. Berdasarkan permasalahan tersebut, emping jagung “BANGWAN” hadir sebagai inovasi baru dengan memperkenalkan beragam varian rasa dan kemasan yang lebih menarik. Produk emping jagung “BANGWAN” ini memiliki berbagai inovasi rasa seperti jagung bakar, balado, dan jagung manis. Produk ini dikemas menggunakan kemasan *standing pouch* dengan sisi transparan di bagian depan yang membuat konsumen dapat melihat isi produk dengan jelas.

Tujuan dari tugas akhir ini adalah dapat melaksanakan proses produksi, menganalisis kelayakan usaha, serta melakukan pemasaran produk emping jagung "BANGWAN". Tugas akhir ini dilaksanakan selama lima bulan mulai tanggal 11 September 2024 sampai dengan 30 Januari 2025 dan menggunakan dua metode pengumpulan data, yaitu pengumpulan data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan mencatat data secara langsung, mulai dari proses produksi, pengemasan, hingga pemasaran produk, sementara pengumpulan data sekunder dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi yang didapatkan dari berbagai literatur seperti artikel, buku, jurnal, serta pencarian di internet yang relevan dengan tugas akhir ini.

Proses produksi emping jagung "BANGWAN" dilakukan sebanyak lima kali, dengan melibatkan satu tenaga kerja dan membutuhkan waktu 6 jam untuk setiap produksi. Satu kali produksi menghasilkan 50 kemasan emping jagung

“BANGWAN”, masing-masing dengan berat bersih 45 gram per kemasan. Proses produksi emping jagung “BANGWAN” meliputi beberapa tahapan, dimulai dari persiapan alat, persiapan bahan, penjemuran emping jagung mentah, pelabelan kemasan, penggorengan emping jagung dan penirisan minyak, pemberian bumbu perasa, pengemasan dan penimbangan, hingga penyegelan kemasan menggunakan *sealer*.

Tugas akhir ini menggunakan metode analisis usaha untuk mengetahui kelayakan pengembangan usaha ini. Analisis kelayakan usaha dilakukan dengan menggunakan tiga metode, yaitu BEP (*Break Even Point*), R/C Ratio (*Revenue Cost Ratio*), dan ROI (*Return on Investment*). Berdasarkan hasil perhitungan, didapatkan BEP (produksi) sebanyak 33 kemasan pada harga Rp 4.000 per kemasan dan 37 kemasan pada harga Rp 3.500 per kemasan. BEP (harga) diperoleh sebesar Rp 2.562,36 per kemasan. Perhitungan R/C Ratio menunjukkan angka 1,42 dan ROI diperoleh sebesar 0,50%. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, dapat disimpulkan bahwa usaha emping jagung “BANGWAN” memiliki prospek yang menjanjikan dan layak untuk dikembangkan.

Strategi pemasaran yang diterapkan dalam tugas akhir ini mencakup STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*) serta *marketing mix* yang terdiri dari produk, harga, tempat dan distribusi, serta promosi. Segmentasi pasar menggunakan segmentasi geografis dengan target pasar meliputi anak-anak sekolah, remaja, dewasa, dan pecinta makanan ringan. Produk ini diposisikan sebagai camilan praktis, inovatif, dan harganya terjangkau. Saluran distribusi yang digunakan terbagi menjadi dua, yaitu distribusi langsung dengan menjual produk secara langsung kepada konsumen dan distribusi tidak langsung dengan menitipkan produk di toko. Kegiatan promosi dilakukan melalui *personal selling*, yaitu menawarkan produk secara langsung kepada konsumen, serta *digital marketing* yang dilakukan dengan membagikan *pamflet* produk melalui media sosial Instagram dan WhatsApp.