

RINGKASAN

Produksi dan Pemasaran Ladrang Ikan Teri (LADKARI), Holyda Dwi Yuniati, Nim B32161250, Tahun 2019, 74 halaman., Teknologi Pertanian, Politeknik Negeri Jember, Mulia Winirsya A, S.TP., MP (Pembimbing I).

Ladrang Ikan Teri (LADKARI) merupakan makanan ringan atau camilan yang terbuat dari bahan baku utama tepung terigu dan ikan teri asin yang diolah dengan cara digoreng. Ladrang ini adalah salah satu makanan ringan yang kaya akan kalsium karena terdapat penambahan ikan teri di dalamnya, sehingga sangat baik dikonsumsi oleh anak – anak hingga lansia. Ladrang juga dapat dikonsumsi oleh masyarakat dari kalangan menengah kebawah dan menengah keatas karena harganya yang sangat terjangkau.

Tujuan kegiatan Proyek Usaha Mandiri (PUM) adalah dapat memproduksi LADKARI yang berkualitas dan disukai oleh calon konsumen, mengetahui hasil organoleptik dari LADKARI, dapat menghitung analisis usaha kelayakan dari produk LADKARI, dan mampu memasarkan produk LADKARI.

Metodologi yang digunakan dalam produksi LADKARI meliputi pra produksi dan produksi. Proses produksi LADKARI terdiri atas beberapa tahap yaitu meliputi persiapan bahan baku, penimbangan, pencucian, penghalusan, pencampuran bahan, pembentukan adonan, penggorengan, penirisan, pelabelan dan pengemasan. Pra produksi LADKARI direncanakan menghasilkan 600 kemasan dalam 10 kali produksi yang dijual dengan harga Rp. 8.000. Pemasaran Ladrang ikan teri ini dilakukan secara langsung (konvensional dan media online) dan tidak langsung (penitipan). Realisasi produksi LADKARI menghasilkan 608 kemasan dalam 10 kali produksi yang dijual dengan harga Rp. 8.000 dengan berat 125 gr. Pemasaran LADKARI dilakukan secara langsung (konvensional dan media online) dan tidak langsung (penitipan). Pemasaran secara langsung menawarkan kepada calon konsumen lebih diminati dan lebih cepat laku (265 pcs dibandingkan dengan pemasaran secara online (118 pcs) dan melalui penitipan (177 pcs). Pemasaran secara

langsung dilakukan di sekitar area kampus Politeknik Negeri Jember, Gazebo Jubung, Alun-alun Jember, daerah SMKN 5 Jember, di daerah rumah produsen yaitu Ajung Pancakarya dan secara online melalui media sosial. Pemasaran melalui media sosial dilakukan dengan cara menghubungi pihak produsen untuk memesan produk ldrang ikan teri melalui Whatsapp dan instagram. Pemasaran secara tidak langsung dilakukan melalui penitipan produk ke beberapa toko. Pemasaran dengan cara penitipan produk LADKARI dilakukan di dua toko di daerah Ajung Pancakarya yaitu lebih tepatnya pada toko Lancar Jaya dan toko Santosa.

Keuntungan yang didapatkan sebesar Rp. 2.198.662 dengan laju keuntungan 82,5 % dari hasil penjualan ldrang ikan teri. Usaha tersebut layak untuk dijalankan karena mengacu dari B/C Ratio sebesar 1,8 dimana $B/C \text{ Ratio} > 1$ maka usaha produksi LADKARI layak untuk dilakukan sebagai usaha.