

RINGKASAN

Analisis Usaha Tape Panggang Legit Susu Keju di Desa Yosorati Kecamatan Sumberbaru Kabupaten Jember, Septiana Puspita Sari, NIM D31230274, Tahun 2025, 75 Halaman, Jurusan Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember, Alwan Abdurahman, SH,MM Selaku Dosen Pembimbing.

Melimpahnya tanaman singkong dengan proses pengolahan pasca panen dengan cara dibersihkan dan sebagian besar diolah menjadi produk tape singkong. Sehingga tujuan dari tugas akhir ini yaitu untuk melakukan inovasi terhadap produk tape singkong dengan melakukan pengolahan lebih lanjut berupa proses pemangganggan serta penambahan topping susu dan keju. Kegiatan tugas akhir dilaksanakan pada tanggal 4 Agustus – 31 Desember 2025 bertempat di Desa Yosorati Kecamatan Sumberbaru Kabupaten Jember. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu pengumpulan data secara primer dan sekunder.

Proses produksi produk tape panggang legit susu keju dilaksanakan sebanyak 5 kali yang terdapat 10 tahapan mulai dari persiapan alat dan bahan hingga pelabelan produk. Dalam satu kali proses produksi dapat menghasilkan 26 kemasan dengan berat produk 150 gram per kemasan. Metode analisis kelayakan usaha yang digunakan yaitu BEP (*Break Even Point*), Analisis R/C Ratio (*Reveneue Cost Ratio*), Analisis ROI (*Return On Invesment*). Perhitungan analisis kelayakan usaha didapatkan hasil yaitu BEP (Produksi) diperoleh hasil 21,53 kemasan dengan total produksi 26 kemasan dalam satu kali proses produksi. Sedangkan BEP (Harga) didapat hasil Rp 5.796,00,- per kemasan dengan harga jual yang sudah ditetapkan diatas BEP Harga yaitu Rp 7.000,- per kemasan. Untuk perhitungan R/C ratio yaitu diperoleh hasil 1,21 dan untuk perhitungan ROI didapat hasil 3,25%. Dari hasil perhitungan metode analisis kelayakan usaha yang digunakan, maka usaha tape panggang legit susu keju dapat dikatakan menguntungkan dan layak sehingga usaha ini sapat diusahakan.

Bauran pemasaran yang digunakan yaitu 4P yang berfokus pada produk makanan tradisional dengan sentuhan modern, harga terjangkau, distribusi atau tempat yaitu saluran pemasaran langsung dan saluran pemasaran tidak langsung, serta promosi secara langsung dan tidak langsung melalui media sosial berupa *Instagram* dan *Whatsapp*.