

RINGKASAN

Analisis Usaha Usus Ungkep Bumbu Kuning Di Kelurahan Kepatihan Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember, Robi Firliana Ayu Rustanti, Nim D31230134, Tahun 2026, 44 halaman, Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember, Mohammad Edwinsyah Yanuar Putra., S. ST., M. Tr. P Selaku Dosen Pembimbing.

Usus Ungkep Bumbu Kuning merupakan produk olahan berbahan dasar usus ayam broiler yang diolah menggunakan bumbu dasar kuning kemudian digoreng hingga berwarna keemasan. Produk dikemas menggunakan wadah thinwall 350 ml dan dilengkapi label sebagai identitas produk. Cita rasanya yang gurih dan teksturnya yang renyah menjadikan produk ini memiliki potensi pasar yang cukup luas.

Tugas akhir ini bertujuan menganalisis kelayakan usaha Usus Ungkep Bumbu Kuning serta merumuskan alternatif pengembangan usaha. Pengumpulan data dilakukan melalui dua metode, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari kegiatan produksi langsung, pencatatan biaya, dan penjualan kepada konsumen. Sedangkan data sekunder berasal dari jurnal, buku, dan literatur lain yang relevan. Proses produksi meliputi tahapan persiapan alat dan bahan, pembersihan usus, penghalusan bumbu, proses ungkep, penggorengan, dan pengemasan. Dalam satu kali produksi dihasilkan 15 kemasan dengan harga jual Rp 8000 per kemasan.

Analisis kelayakan usaha dilakukan menggunakan metode analisis laba rugi, *Break Even Point* (BEP), *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio), serta *Return On Investment* (ROI). Total penerimaan sebesar Rp 120.000 dengan total biaya Rp 114,732,85 sehingga menghasilkan laba bersih Rp. 5.267,15. Analisis BEP menunjukkan titik impas sebesar 14,3 kemasan dan BEP harga sebesar Rp. 7.648,86 per kemasan, sehingga usaha dinilai aman karena produksi aktual melebihi titik impas. Nilai R/C Ratio sebesar 1,05 menunjukkan bahwa usaha ini menguntungkan, sedangkan ROI sebesar 0,59% menunjukkan adanya tingkat pengembalian modal yang positif. Berdasarkan keseluruhan hasil analisis tersebut, usaha Usus Ungkep Bumbu

Kuning dinyatakan layak untuk dijalankan dan dikembangkan.

Pemasaran dilakukan melalui pemasaran langsung serta pemanfaatan media sosial untuk promosi digital. Produk memiliki peluang pasar yang besar karena proses produksi relatif mudah dan permintaan konsumen cukup tinggi. Potensi pengembangan usaha dapat dilakukan melalui diversifikasi rasa, peningkatan kapasitas produksi, serta optimalisasi pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar.

