

RINGKASAN

Analisis Usaha Rempeyek Kacang Hijau di Kelurahan Lateng Kecamatan Banyuwangi Kabupaten Banyuwangi, Poetri Adinda Yesha Oktavia, NIM D31230704. Tahun 2025, 57 halaman, Manajemen Agribisnis Politeknik Negeri Jember, Pembimbing : Dr.Ir.Sri Sundari M.Si

Salah satu inovasi yang dikembangkan dalam tugas akhir ini adalah **rempeyek kacang hijau**, yaitu rempeyek yang menggunakan kacang hijau sebagai bahan utama *topping*. Penggunaan kacang hijau memberikan cita rasa gurih yang berbeda dari rempeyek pada umumnya, serta menghasilkan tekstur yang renyah dan lebih ringan. Inovasi ini membuka peluang pemasaran yang lebih luas karena menawarkan variasi baru yang unik dari rempeyek yang sudah familiar di pasaran.

Tujuan tugas akhir ini adalah mengembangkan produk rempeyek kacang hijau beserta kemasannya, menganalisis kelayakan usaha, serta memasarkan produk tersebut. Rangkaian kegiatan tugas akhir berlangsung selama 6 bulan, dimulai pada 22 Juli 2025 dan berakhir pada 05 Januari 2026. bertempat di **Kelurahan Lateng, Kecamatan Banyuwangi, Kabupaten Banyuwangi**. Proses pengembangan dilakukan melalui pengumpulan data primer dan sekunder, serta memakai tiga jenis analisis dalam usaha, yaitu *Break Even Point* (BEP), *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio), dan *Return On Investment* (ROI).

Kegiatan produksi rempeyek kacang hijau dilaksanakan sebanyak lima kali, dengan tiap tahap produksi menghasilkan 20 kemasan, masing-masing berisi **70 gram** rempeyek. Tahapan produksi meliputi persiapan bahan dan alat, pencucian serta perebusan kacang hijau, pembuatan bumbu dan adonan, penggorengan, penirisan, pengemasan, dan pelabelan. Berdasarkan hasil analisis usaha, diperoleh bahwa BEP (produksi) mencapai 15,52 kemasan dan BEP (harga) sebesar Rp6.210,31 per kemasan, dengan harga jual yang ditetapkan sebesar Rp 8.000,00 per kemasan. Nilai R/C Ratio tercatat sebesar 1,29; sedangkan ROI mencapai 5,06%. Hasil perhitungan ini mengindikasikan bahwa usaha rempeyek kacang hijau memberikan keuntungan serta layak untuk dijalankan.

Dalam memasarkan **rempeyek kacang hijau**, digunakan dua pendekatan, yaitu **pemasaran langsung** dan **pemasaran tidak langsung**. Pemasaran langsung dilakukan melalui *platform digital* seperti *WhatsApp* dan *Instagram*, serta melalui komunikasi tatap muka yang menjangkau konsumen secara langsung. Sementara itu, pemasaran tidak langsung dilakukan melalui **rekomendasi dari teman, pelanggan lama, atau jaringan sosial** yang sudah mengenal produk sebelumnya. Strategi pemasaran ini bertujuan untuk **memperluas jangkauan pasar** dan **memperkenalkan produk rempeyek kacang hijau** kepada masyarakat secara lebih efektif dan efisien.