

Usaha Pengemasan Kerupuk Tahu Sambel “Tahuku” di Desa Taman Kecamatan Grujungan Kabupaten Bondowoso

Fiqri Sinatrya Jayadi

Progam Studi Manajemen Agribisnis
Jurusan Manajemen Agribisnis

ABSTRAK

Pengemasan adalah seni, ilmu, dan sekaligus teknologi untuk mempersiapkan bahan guna keperluan transportasi dan penjualan. Kerupuk tahu adalah kerupuk yang terbuat dari tahu atau bisa juga terbuat dari ampas tahu, maupun terbuat dari tepung dengan perpaduan tahu sebagai bahan campuran. Kerupuk tahu sambel adalah kerupuk tahu dimana terdapat bumbu sambel yang menyelimuti kerupuk tahu tersebut. Usaha ini bertujuan untuk membuat kemasan kerupuk tahu sambel “Tahuku”. Selanjutnya dapat menganalisis usaha kerupuk tahu sambel “Tahuku” berdasarkan analisis BEP, R/C Ratio dan ROI, dan Dapat mengukur efektivitas saluran pemasaran kerupuk tahu sambel “Tahuku” antara menjual sendiri langsung ke konsumen dengan menjual melewati pengecer. Usaha ini dilaksanakan pada tanggal 7 Oktober 2015 sampai dengan tanggal 11 Januari 2016. Pengemasan kerupuk tahu sambel “Tahuku” dapat dilakukan dengan alat dan bahan yang mudah ditemukan serta proses produksinya mudah dilaksanakan. Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan, didapatkan beberapa kesimpulan bahwa pengemasan kerupuk tahu sambel “Tahuku” dapat dilakukan dengan alat dan bahan yang mudah ditemukan serta proses produksinya mudah dilaksanakan. Berdasarkan hasil perhitungan BEP (produksi) untuk menjual sendiri 29 dari penjualan 45 bungkus, BEP (pendapatan) Rp 150.064,7 dari total pendapatan Rp 292.500,-, dan BEP (harga) Rp 3.301,41 dari harga jual langsung ke konsumen Rp 5.000,- dan melalui pengecer Rp 4.500,-, R/C Ratio 1,26 dimana lebih dari 1 yang berarti menguntungkan, dan ROI 8,8% dimana lebih dari 0% yang berarti menguntungkan, usaha pengemasan kerupuk tahu sambel “Tahuku” ini layak untuk diusahakan. Hasil penjualan menunjukkan 45 bungkus “Tahuku” terjual langsung ke konsumen dan 15 bungkus terjual melalui pengecer dimana jumlah penjualan tidak memenuhi jumlah BEP yang didapatkan sebanyak 37 bungkus, serta hasil wawancara kepada 21 narasumber konsumen sebanyak 15 orang dengan persentase 71,5% memilih prioritas saluran pembelian yaitu langsung dari produsen dan sisanya dengan persentase 28,5% sebanyak 6 orang memilih membeli lewat pengecer (toko), jadi menjual sendiri langsung ke konsumen adalah yang lebih efektif.

Kata kunci : *usaha, pengemasan, kerupuk tahu sambel*