

RINGKASAN

Analisis Usaha Budidaya Kroto di Desa Jampes Kecamatan Pace Kabupaten Nganjuk. Virna Laila Nur Fatikasari, NIM D31230387, Tahun 2026, 84 Halaman., Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember. Fitri Krismiratsih S.ST., M.P. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir.

Kroto merupakan telur, larva dan pupa dari semut rangrang (*Oecophylla smaragdina*). Budidaya kroto merupakan salah satu alternatif usaha di bidang agribisnis yang memiliki potensi untuk dikembangkan seiring dengan meningkatnya kebutuhan kroto sebagai pakan alternatif. Kroto juga memiliki nilai gizi tinggi yang bermanfaat untuk meningkatkan performa burung kicauan.

Alur proses budidaya kroto meliputi beberapa tahap di antaranya : 1) Pemilihan tempat budidaya, 2) Persiapan rak budidaya, 3) Pengadaan bibit, 4) Pemeliharaan, 5) Pemanenan, 6) Pengemasan dan Pelabelan.

Tugas akhir ini bertujuan untuk melakukan budidaya kroto, menganalisis usaha, dan menerapkan bauran pemasaran yang efektif pada produk Kroto Segar. Pelaksanaan tugas akhir ini selama 6 bulan terhitung mulai bulan Juli 2025 sampai dengan Desember 2025 yang bertempat di Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur. Metode analisis yang digunakan dalam tugas akhir ini yaitu BEP, R/C Ratio, dan ROI.

Pemanenan dilakukan sebanyak 6 kali, dengan total produksi 12 pcs dengan berat 100 gr/pcs. Analisis usaha dilakukan sebanyak 6 kali dengan hasil analisis usaha yang berbeda-beda. Adapun hasil panen kroto pada panen I dan II menunjukkan usaha belum layak diusahakan, karena nilai BEP produksi yang belum tercapai, nilai BEP harga lebih tinggi dibandingkan harga jual, nilai R/C Ratio < 1, serta ROI bernilai negatif. Hal tersebut disebabkan karena tingginya biaya produksi yang dikeluarkan namun hasil panen belum stabil. Sedangkan pada panen III hingga panen VI, hasil analisis usaha menunjukkan bahwa usaha layak diusahakan dan menguntungkan, dengan nilai BEP produksi > perhitungan BEP produksi, nilai BEP harga lebih rendah dibandingkan harga jual, nilai R/C Ratio > 1, serta ROI bernilai positif. Hal tersebut disebabkan karena biaya produksi yang dikeluarkan dan hasil panen mulai stabil.

Strategi pemasaran yang digunakan adalah bauran pemasaran 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) serta pendekatan STP Marketing (*Segmenting, Targeting, dan Positioning*). Produk kroto segar dipasarkan dengan harga Rp. 20.000 melalui penjualan langsung dan tidak langsung. Penjualan secara langsung terbukti efektif karena konsumen dapat langsung menyampaikan kritik dan saran mengenai produk.