

RINGKASAN

Analisis Usaha Marinasi dan Pengemasan Ikan Lele Sebagai Produk Siap Saji di Desa Mlilir Kecamatan Berbek Kabupaten Nganjuk, Feriska Adinda Rahmawati, NIM D31231269, Tahun 2025, 91 Halaman, Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember, Drs. Suyitno M.M, selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir.

Lele marinasi kemasan vakum merupakan salah satu inovasi pengolahan hasil perikanan yang mampu meningkatkan nilai tambah ikan lele, khususnya di daerah penghasil seperti Desa Mlilir, Kecamatan Berbek, Kabupaten Nganjuk. Produk ini dihasilkan melalui proses perendaman ikan lele segar menggunakan bumbu rempah khas Indonesia dan dikemas secara vakum untuk mempertahankan kesegaran, cita rasa, serta memperpanjang umur simpan. Inovasi ini menjadi solusi efektif bagi masyarakat modern yang menginginkan makanan cepat saji namun tetap sehat, higienis, dan praktis.

Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui proses produksi lele marinasi, menganalisis kelayakan usaha, serta meninjau strategi pemasaran yang diterapkan dalam pengembangan produk Lele.in. Metode pelaksanaan meliputi pengumpulan data primer melalui observasi langsung selama proses produksi dan wawancara, serta data sekunder dari literatur terkait. Analisis usaha dilakukan menggunakan metode *Break Even Point* (BEP), *Revenue Cost Ratio* (R/C), dan *Return On Investment* (ROI) guna menilai efisiensi biaya, potensi keuntungan, dan keberlanjutan usaha.

Hasil menunjukkan bahwa proses marinasi dan pengemasan vakum mampu menciptakan produk yang tahan lama, higienis, serta diminati konsumen. Dalam satu kali produksi diperoleh 10 kemasan lele marinasi dengan hasil analisis usaha berupa BEP produksi 8,3 kemasan, BEP harga Rp10.408, R/C ratio 1,20, dan ROI 4,4%, yang menunjukkan bahwa usaha ini layak dijalankan serta memberikan keuntungan.

Secara keseluruhan, lele marinasi kemasan vakum terbukti menjadi inovasi olahan ikan yang praktis, bernilai ekonomis, dan memiliki peluang pasar yang luas. Untuk langkah ke depan, meliputi perbaikan kualitas produk dengan mengurangi bau amis dan menyeimbangkan bumbu, peningkatan kapasitas produksi, serta perluasan pemasaran melalui promosi digital. Langkah ini diharapkan membuat produk lebih dikenal, diminati, dan mampu bersaing di pasar.