RINGKASAN

“Analisis Usaha Keripik Usus Rasa Sapi Panggang di Desa Wengkal Kecamatan Rejoso Kabupaten Nganjuk”, Dhiva Singgih Purwanto, NIM D31230592, Tahun 2025, 84 Halaman, PSDKU Manajemen Agribisnis di Kabupaten Nganjuk, Politeknik Negeri Jember, Suwinda Fibriani, S.P., M.Biotek., selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir.

Usus ayam merupakan salah satu hasil samping pemotongan unggas yang memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi produk pangan bernilai tambah. Salah satu bentuk inovasi pengolahannya yaitu Keripik Usus Rasa Sapi Panggang, yang merupakan produk camilan kering berbahan dasar usus ayam dengan cita rasa gurih khas daging sapi. Produk ini diharapkan dapat menjadi alternatif makanan ringan yang unik, praktis, dan memiliki daya simpan lebih lama, sekaligus meningkatkan pemanfaatan usus ayam sebagai bahan pangan yang bernilai ekonomis. Produk ini tidak hanya memanfaatkan produk sampingan hasil kegiatan peternakan, tetapi juga memberikan nilai tambah melalui inovasi rasa yang modern dan digemari oleh masyarakat, khususnya generasi muda.

Tujuan dari pelaksanaan tugas akhir ini adalah untuk melaksanakan proses produksi, melakukan analisis kelayakan usaha, serta menerapkan strategi pemasaran pada produk keripik usus rasa sapi panggang di Desa Wengkal, Kecamatan Rejoso, Kabupaten Nganjuk. Kegiatan produksi dan analisis usaha dilaksanakan selama 4 bulan, mulai dari bulan Agustus hingga Desember 2025 bertempat di Desa Wengkal, Kecamatan Rejoso, Kabupaten Nganjuk.

Pada proses produksi keripik usus ada beberapa tahap dari persiapan alat dan bahan, pencucian usus, pemotongan, pembuatan adonan, penggorengan, penirisan, pencampuran bumbu sapi panggang, dan pengemasan. Proses produksi dilakukan selama lima kali produksi dan menghasilkan 10 kemasan dalam sekali produksi.

Strategi pemasaran yang diterapkan menggunakan konsep bauran pemasaran 4P, meliputi *Product* berupa Keripik Usus Rasa Sapi Panggang dengan kemasan *standing pouch full printing* yang praktis dan menarik, *Price* dengan harga jual sebesar Rp14.000 per kemasan, *Place* berlokasi di Desa Wengkal Kecamatan

Rejoso Kabupaten Nganjuk dengan saluran distribusi langsung kepada konsumen, serta Promotion yang dilakukan melalui media sosial seperti *WhatsApp* serta penjualan langsung kepada konsumen sekitar.

Hasil analisis *Segmenting*, *Targeting*, dan *Positioning* (STP) menunjukkan bahwa segmentas pasar ditujukan pada konsumen usia remaja hingga dewasa muda dengan preferensi terhadap camilan praktis dan bercita rasa gurih. Target pasar utama adalah masyarakat sekitar Desa Wengkal dan Kecamatan Rejoso, khususnya generasi muda dan pekerja produktif. *Positioning* produk diarahkan sebagai camilan lokal inovatif berbahan usus ayam dengan cita rasa sapi panggang yang unik, terjangkau, dan berkualitas.

Berdasarkan hasil analisis usaha, diperoleh BEP produk sebanyak 8 kemasan dan BEP harga sebesar Rp10.856 per kemasan. Nilai R/C Ratio sebesar 1,36. Perhitungan ROI menghasilkan nilai 7,2%. Hasil ini menunjukkan bahwa usaha keripik usus rasa sapi panggang menguntungkan dan layak untuk dijalankan.