

RINGKASAN

Aanlisis Usaha Sumpia Abon Ayam Dengan Tambahan Bawang Goreng di Kelurahan Kraksaan Wetan Kecamatan Kraksaan Kabupaten Probolinggo, Siti Nur Halisa, NIM D31231385, Tahun 2026, 63 halaman, Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember, Taufik Hidayat, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing.

Sumpia Abon Ayam dengan Tambahan Bawang Goreng adalah salah satu jenis makanan yang berbahan dasar kulit lumpia dan abon ayam. Camilan ini merupakan inovasi baru yang dimana abon ayam dengan tambahan bawang goreng. Produk ini memiliki rasa gurih, renyah dan aroma khas bawang goreng. Proses produksi dimulai dari persiapan alat dan bahan, penimbangan bahan, pencampuran bahan abon ayam dan bawang goreng, pembuatan sumpia abon ayam dengan tambahan bawang goreng, penggorengan sumpia, penirisan, pelabelan kemasan, penimbangan dan pengemasan. Produk dipasarkan setelah digoreng dan dikemas menggunakan kemasan *standing pouch*. Masa simpan produk ini selama satu bulan lebih setelah penggorengan dan pengemasan produk dilakukan.

Tujuan tugas akhir ini adalah mampu melakukan proses produksi, menganalisis kelayakan usaha, dan mampu melakukan pemasaran sumpia abon ayam dengan tambahan bawang goreng. Pelaksanaan tugas akhir dilakukan di Kelurahan Kraksaan Wetan Kecamatan Kraksaan Kabupaten Probolinggo selama 4 bulan, yaitu dari bulan September 2025 hingga Desember 2025. Metode analisis usaha sumpia abon ayam dengan tambahan bawang goreng yang digunakan adalah *Break Even Point* yang meliputi BEP (produksi) dan BEP (harga), *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio) dan *Return On Investment* (ROI).

Hasil analisis usaha diperoleh BEP (produksi) sebesar 24,51 kemasan dari total produksi 30 kemasan, BEP (harga) Rp 10.623 per kemasan dengan harga jual Rp 13.000 per kemasan, R/C Ratio >1 yaitu sebesar 1,22 dan nilai ROI > 0% yaitu sebesar 8,18%. Berdasarkan hasil analisis diatas dapat disimpulkan bahwa usaha sumpia abon ayam dengan tambahan bawang goreng menguntungkan dan layak diusahakan.

Produk sumpia abon ayam dengan tambahan bawang goreng dipasarkan dengan menggunakan saluran pemasaran secara langsung ke konsumen dan pemasaran tidak langsung melalui perantara seperti menitipkan pada toko kelontong dan agribisnis center. Menggunakan bauran pemasaran 4P (*product, price, place, promotion*) dengan harga Rp 13.000 per kemasan. Pemasaran yang dilakukan dengan adanya promosi melalui 2 (dua) cara meliputi promosi secara langsung kepada konsumen dan promosi melalui media sosial seperti *WhatsApp* dan *Instagram*.