

RINGKASAN

Analisis Usaha Selai Buah Naga di Desa Kandangan Kecamatan Pesanggaran Kabupaten Banyuwangi, Annisa Dona Arum, NIM D31231634, Tahun 2026, 63 halaman, Jurusan Manajemen Agribisnis Politeknik Negeri Jember, Taufik Hidayat S.E., M.Si. (Pembimbing).

Selai Buah Naga merupakan inovasi produk olahan dari buah naga yang memiliki cita rasa manis serta tekstur yang khas. Pemilihan inovasi ini berpotensi untuk meningkatkan nilai jual buah naga yang sering kali melimpah di Kabupaten Banyuwangi, namun memiliki daya simpan yang relatif singkat (7-10 hari). Tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah untuk mengetahui proses produksi, melakukan analisis kelayakan usaha, dan melaksanakan pemasaran selai buah naga. Kegiatan tugas akhir ini dilaksanakan selama 6 bulan, mulai dari 1 Juli 2025 hingga 26 Desember 2025 di Desa Kandangan Kecamatan Pesanggaran Kabupaten Banyuwangi.

Alur proses produksi Selai Buah Naga meliputi beberapa tahapan yaitu persiapan alat dan bahan, pengupasan buah, penimbangan bahan, penghalusan buah naga, pemasakan di atas api kecil, serta pengemasan. Produksi dilakukan sebanyak 5 kali, di mana setiap satu kali produksi menggunakan 8,5 kg buah naga dan menghasilkan produk sebanyak 20 kemasan dengan berat bersih 100 gram per kemasan. Produk dikemas menggunakan toples plastik yang dilengkapi segel *aluminium foil* untuk menjaga kualitas produk.

Tugas akhir ini menggunakan metode analisis usaha BEP (*Break Even Point*), R/C Ratio (*Revenue Cost Ratio*), dan ROI (*Return On Investment*). Berdasarkan hasil analisis usaha diperoleh perhitungan BEP (Produksi) sebesar 15 kemasan dari total produksi 20 kemasan, BEP (Harga) sebesar Rp 9.341,33,-/kemasan dari harga jual Rp 12.000,-/kemasan, R/C Ratio sebesar 1,28, dan ROI sebesar 4,23%, sehingga dapat disimpulkan bahwa usaha selai buah naga ini menguntungkan dan layak dijalankan.

Strategi bauran pemasaran selai buah naga di Desa Kandangan, Banyuwangi, menggunakan 4P. Produk yang ditawarkan adalah selai buah naga dengan harga

sebesar Rp 12.000,- per kemasan. Distribusi dilakukan secara langsung dari produsen ke konsumen, baik *offline* maupun *online*. Sementara itu, promosi dijalankan secara kreatif melalui media sosial (*WhatsApp*) serta penawaran langsung di pusat-pusat keramaian