

RINGKASAN

Analisis Usaha Keju Aroma di Dusun Watukebo Desa Andongsari Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember, Mukhammad Ikhya' Ulumiddin, NIM D31231773, Tahun 2026, 54 halaman, Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember, Pembimbing: Sumarlina, S.Pd., M.Sc.

Keju aroma merupakan makanan ringan yang memiliki rasa gurih dan manis, serta bertekstur renyah. Produk ini berbahan dasar keju digulung dengan kulit lumpia yang diolah secara higienis dan tanpa bahan pengawet. Setiap gulungan digoreng menggunakan minyak goreng dengan api sedang. Keju aroma digoreng hingga berwarna kuning keemasan (*golden brown*) agar tekstur renyah tercapai. Keju aroma dirancang sebagai produk camilan yang praktis, ekonomis, dan digemari oleh berbagai kalangan masyarakat, sehingga produk ini cocok dikonsumsi oleh siapapun.

Tujuan pelaksanaan tugas akhir ini yaitu, melakukan proses produksi keju aroma, melakukan analisis kelayakan usaha, serta menerapkan saluran pemasaran yang efektif dan efisien. Tugas akhir ini dilaksanakan selama 6 bulan yang dimulai dari bulan Agustus tahun 2025 hingga bulan Januari tahun 2026 bertempat di Dusun Watukebo Desa Andongsari Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember. Produksi keju aroma dilakukan selama 5 kali proses produksi dengan setiap 1 kali proses produksi menghasilkan 35 kemasan dalam waktu 5 jam kerja. Analisis kelayakan usaha menggunakan metode *Break Even Point* (BEP), *Revenue Cost Ratio* (*R/C Ratio*), dan *Return On Investment*. Berdasarkan analisis usaha, diperoleh nilai BEP (produksi) sebesar 27,83 kemasan yang dibulatkan menjadi 28 kemasan, sedangkan nilai BEP (harga) diperoleh sebesar Rp 5.566,78 per kemasan dengan harga jual sebesar Rp 7.000 per kemasan. Nilai *R/C Ratio* diperoleh sebesar 1,25 dan nilai ROI diperoleh sebesar 7,04%, sehingga pengembalian investasi membutuhkan 14,20 kali proses produksi, atau dibulatkan menjadi 15 kali proses produksi. Berdasarkan hasil analisis tersebut, usaha keju aroma menguntungkan dan layak untuk dilanjutkan.

Pemasaran produk keju aroma dilakukan melalui pemasaran langsung dan pemasaran tidak langsung. Pemasaran langsung dilakukan dengan cara menawarkan produk langsung kepada konsumen tanpa melalui perantara, baik secara *offline* (tatap muka) maupun *online* (*WhatsApp*, *Instagram*) dengan sistem *Pre-Order*. Pemasaran tidak langsung dilakukan dengan menitipkan produk di *Teaching Factory Agribusiness Center Terpadu Agribisnis*.

Pengembangan produk keju aroma dilakukan dengan memilih keju yang lebih berkualitas agar cita rasa khas keju aroma lebih tercapai. Meningkatkan kapasitas produksi keju aroma yang semula 35 kemasan per minggu menjadi 50 kemasan per minggu. Pengembangan fasilitas produksi mesin penggulung kulit lumpia otomatis agar pekerjaan lebih efektif dan efisien. Peningkatan kualitas kemasan dilakukan dengan cara memperbaiki desain label agar lebih informatif dan menarik secara visual, serta mempertimbangkan penggunaan kemasan yang lebih kuat dan ramah lingkungan. Pengembangan strategi pemasaran akan dilakukan dengan memanfaatkan platform *e-commerce* (toko *online*) seperti *Shopee*, *TikTok Shop*, dan Tokopedia untuk memperluas jangkauan konsumen dan meningkatkan pangsa pasar.