

RINGKASAN

Analisis Usaha *Stick Pepaya Crispy* di Desa Sumberjambe Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember, Septi Ayu Tria Amanda, NIM D31222689, Tahun 2026, 70 halaman, Manajemen Agribisnis Politeknik Negeri Jember, Aulia Nadhirah, S.P., M.P., selaku Dosen Pembimbing.

Produk *Stick Pepaya Crispy* merupakan inovasi baru dari pembuatan camilan berbahan dasar pepaya mentah yang diolah menjadi *Stick Crispy* yang renyah dan gurih. Pengolahan ini bertujuan untuk meningkatkan nilai ekonomi komoditas lokal di Desa Sumberjambe, Kabupaten Jember. Kegiatan Tugas Akhir ini dilaksanakan selama lima bulan, terhitung mulai tanggal 26 Agustus 2025 hingga 28 Desember 2025, dengan tujuan utama proses produksi, melakukan analisis kelayakan usaha, serta memasarkan produk *Stick Pepaya Crispy*.

Alur proses produksi *Stick Pepaya Crispy* meliputi beberapa tahapan yakni persiapan alat dan bahan, pengupasan dan pembersihan pepaya, pamarutan pepaya, penimbangan pepaya dan bahan, pencampuran bahan dasar tepung, pencampuran pepaya dengan tepung, penggorengan, penambahan bumbu tabur, serta pengemasan dan pelabelan. *Stick Pepaya Crispy* memiliki tekstur renyah dan rasa yang gurih dengan proses pengolahan kombinasi pelapisan bahan tepung tapioka dan tepung beras yang akan menciptakan tekstur akhir renyah. Masa ketahanan dari produk *Stick Pepaya Crispy* ini selama 2 bulan dengan syarat disimpan di tempat yang sejuk.

Produksi *Stick Pepaya Crispy* ini dilakukan sebanyak 5 kali. Setiap satu kali produksi membutuhkan waktu 3 jam dan menghasilkan produk sebanyak 20 kemasan. Berat bersih setiap kemasan adalah 140 gram, dan dijual dengan harga Rp 10.000 per kemasan. Produk *Stick Pepaya Crispy* dikemas menggunakan *standing pouch* berbahan plastik dengan ukuran 16 × 24 cm. Penggunaan kemasan ini dapat menjaga masa daya simpan dari produk *Stick Pepaya Crispy*, karena berbahan plastik tebal serta dilengkapi *zipper* perekat. Kemasan telah dilengkapi label yang memuat semua informasi produk *Stick Pepaya Crispy* kepada konsumen. Label produk berisi informasi seperti nama produk, komposisi,

berat bersih, alamat produksi, tanggal produksi, masa kadaluarsa, dan *contact person*.

Tugas akhir ini menggunakan metode analisis usaha BEP (*Break Even Point*), R/C Ratio (*Revenue Cost Ratio*), dan ROI (*Return On Investment*). Hasil dari perhitungan BEP (produksi) sebesar 17,30 kemasan, nilai BEP (harga) sebesar Rp 8.653,74 per kemasan, yang diperoleh dari total produksi sebanyak 20 kemasan dengan harga jual Rp 10.000 per kemasan. Nilai R/C Ratio sebesar 1,15 dan nilai ROI sebesar 4,54%, sehingga dapat dikatakan usaha ini menguntungkan dan layak untuk dijalankan.

Strategi pemasaran yang digunakan yaitu *Marketing Mix* yang terbagi menjadi 4P yaitu *Product* yang ditawarkan adalah *Stick Pepaya Crispy*, *Price* yang ditetapkan yaitu Rp 10.000 per kemasan, *Place* menggunakan saluran distribusi langsung yaitu dari produsen langsung ke konsumen dan distribusi tidak langsung yaitu dari produsen ke warung kemudian ke konsumen, dan *Promotion* menggunakan dua metode secara *online* melalui media sosial dan *offline* mempromosikan secara langsung kepada konsumen.