

RINGKASAN

Analisis Usaha Bipang Cokelat di Desa Trajeng Kecamatan Panggung Rejo Kota Pasuruan, Muhammad Fahmi, NIM D31230012, Tahun 2025, 62 Halaman, Jurusan Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember, Tia Sofiani Napitupulu, S.P., M.Si. Selaku Dosen Pembimbing.

Bipang merupakan camilan tradisional berbahan dasar beras ketan yang dikembangkan dengan inovasi rasa cokelat untuk menarik minat konsumen. Asal-usul Bipang dapat ditelusuri dari Tiongkok, dimana camilan tersebut dikenal dengan nama sachima. Pembuatan bipang dapat menjadi peluang usaha karena memiliki prospek yang didukung oleh ketersediaan bahan baku yang mudah didapatkan, daya simpan produk yang cukup lama dan modal yang relatif kecil. Tugas Akhir memiliki tujuan untuk bisa melakukan proses produksi, analisis usaha dan menerapkan bauran pemasaran.

Analisis Usaha Bipang Cokelat ini dilaksanakan selama empat bulan mulai 30 Agustus 2025 hingga 31 Desember 2025 yang bertempat di Desa Trajeng Kecamatan Panggung Rejo Kota Pasuruan. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode pengumpulan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi, wawancara produk serupa dan survei langsung sedangkan data sekunder diperoleh melalui buku, jurnal, artikel serta browsing dari internet. Metode analisis data yang diterapkan adalah Analisis BEP (*Break Even Point*), Analisis R/C Ratio (*Revenue Cost Ratio*) dan Analisis ROI (*Return On Investment*).

Bipang Cokelat dalam satu siklus produksi menghasilkan 40 kemasan. Penerimaan usaha yang diperoleh sebesar Rp 320.000 dengan total biaya produksi sebesar Rp 217.599,61 dan diperoleh laba sebesar Rp 102.400,39. Nilai BEP Produksi yaitu sebesar 27,20 kemasan, dan BEP Harga sebesar Rp5.439,99 per kemasan. Jumlah produksi aktual (40 kemasan) dan harga jual (Rp8.000) lebih tinggi dari nilai BEP, maka usaha ini dinyatakan menguntungkan. Nilai *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio) sebesar 1,47 menunjukkan bahwa setiap pengeluaran Rp1 menghasilkan penerimaan

Rp1,47. Tingkat pengembalian investasi (*Return on Investment/ROI*) adalah sebesar 11,38%. Dilihat dari hasil nilai $R/C > 1$ dan $ROI > 0\%$, maka usaha Bipang Cokelat ini sangat layak untuk dijalankan. Strategi pemasaran (4P) dilakukan melalui produk inovatif bermerek "Chochopang", penetapan harga bersaing sebesar Rp8.000 per kemasan, lokasi penjualan dilakukan langsung, serta promosi melalui media sosial (*WhatsApp dan Instagram*) dan teknik *word of mouth*.