

RINGKASAN

Analisis Usaha Sambal Kerang Kepah di Desa Sendangrejo Kecamatan Bangorejo Kabupaten Jember, Mar'atus Sholikhah, Nim D31232239, Tahun 2026. Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember, Linda Ekadewi Widyatami, S.P.,M.P selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir.

Sambal Kerang Kepah merupakan produk olahan sambal yang menggabungkan dua komponen utama yaitu kerang sebagai bahan pangan laut yang kaya protein dan sambal sebagai bumbu khas yang bercita rasa pedas. Produk ini merupakan produk makanan basah memiliki ketahanan 3 hari dalam suhu ruangan terbuka dan 1 minggu di dalam kulkas. Inovasi ini membuka peluang usaha yang lebih luas karena menawarkan produk baru yang unik karena masih belum banyak diketahui oleh masyarakat luas. Tujuan tugas akhir ini untuk melakukan proses produksi, melakukan analisis usaha, dan menerapkan bauran pemasaran sambal kerang kepah. Pelaksanaan kegiatan tugas akhir ini berlangsung selama 5 bulan mulai dari 28 Agustus 2025 sampai dengan 31 Januari 2026. Bertempat di Desa Sendangrejo Kecamatan Bangorejo Kabupaten Banyuwangi. Proses pengembangan dilakukan melalui metode pengumpulan data secara primer dan pengumpulan data secara sekunder. Serta menggunakan tiga jenis analisis usaha, yaitu *Break Even Point* (BEP), *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio), dan *Return On Investment* (ROI).

Kegiatan produksi sambal kerang kepah dilaksanakan sebanyak 5 kali, dengan satu kali proses produksi menghasilkan 30 kemasan botol sambal, masing-masing berisi 150 gram sambal. Tahapan proses produksi sambal kerang kepah meliputi persiapan alat dan bahan, pembersihan kerang, perebusan kerang, pembersihan bumbu sambal, penghalusan bumbu sambal, penumisan sambal kerang, pengemasan, pelabelan, pelogoan, dan yang terakhir penyimpanan. Berdasarkan hasil analisis usaha diperoleh bahwa BEP (produksi) sebanyak 22,6333 kemasan dan BEP (harga) sebesar Rp 13.580/kemasan, dengan harga jual yang ditetapkan Rp 18.000/kemasan. Nilai R/C Ratio tercatat sebesar 1,32 sedangkan ROI mencapai 13,4%. Berdasarkan analisis yang digunakan dapat

disimpulkan bahwa usaha sambal kerang kepah menguntungkan dan layak untuk dilanjutkan.

Dalam memasarkan sambal kerang kepah, menggunakan dua pemasaran, yaitu pemasaran secara langsung dan pemasaran secara tidak langsung. Pemasaran langsung dilakukan melalui komunikasi secara tatap muka dengan konsumen untuk menjangkau konsumen secara langsung. Sedangkan, pemasaran tidak langsung menitipkan produk di *Agribisnis Center* Gedung Terpadu Politeknik Negeri Jember. Pemasaran ini dilakukan untuk menjangkau konsumen lebih luas dan memperkenalkan produk sambal kerang kepah kepada masyarakat. Promosi yang dilakukan melalui *personal selling* dan promosi melalui media sosial seperti *whatsapp*.