

RINGKASAN

Analisis Usaha *Rice Bowl* Otak Otak Bandeng di Desa Sungonlegowo Kecamatan Bungah Kabupaten Gresik, M. Faiq Murod, NIM D31231071, Tahun 2025, 77 Halaman, Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember, Oktanita Jaya Anggraeni, SE, MP (Dosen Pembimbing).

Produk *Rice Bowl* Otak Otak Bandeng merupakan salah satu bentuk makanan tradisional Indonesia yang lezat. Produk ini berisi otak otak bandeng yang terbuat dari olahan ikan bandeng segar dengan bahan tambahan yang digunakan seperti nasi putih, tahu, tempe, selada dan saos saset memiliki rasa yang lezat dan bergizi dengan tekstur yang lembut ketika dimakan. Kegiatan tugas akhir ini dilaksanakan di Desa Sungonlegowo Kecamatan Bungah Kabupaten Gresik dimulai pada tanggal 12 Juli 2025 hingga 27 Desember 2025. Tujuan dari kegiatan ini antara lain untuk melakukan proses produksi, analisis usaha dan pemasaran *Rice Bowl* otak otak bandeng.

Proses produksi yang telah dilakukan sebanyak 6 kali produksi untuk satu kali produksi membutuhkan 1 tenaga kerja dengan waktu kerja selama 5 jam. Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan Adapun tahapan proses pembuatan *Rice Bowl* otak otak bandeng mulai dari persiapan alat dan bahan, pembersihan dan pengambilan daging, penghalusan daging ikan, menyiapkan bumbu, memblender bumbu, menyangrai bumbu, pencampuran daging ikan yang sudah halus dan bumbu, pengukusan dan pembentukan, penanakan nasi, proses penggorengan, pengemasan dan pelabelan produk.

Metode analisis yang digunakan yaitu, BEP, R/C Ratio dan ROI. Hasil analisis BEP (Produksi) sebesar 18 kemasan dengan volume penjualan sebesar 20 kemasan dalam satu kali produksi, BEP (Harga) sebesar Rp. 12.133,53 per kemasan dengan harga jual sebesar Rp. 13.500 per kemasan, R/C Rasio 1,11 dan ROI 1,55%. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut usaha *Rice Bowl* otak otak bandeng ini layak untuk diusahakan.

Pemasaran *Rice Bowl* otak otak bandeng menggunakan strategi bauran pemasaran (4P) yaitu (*Product*) produk, (*Price*) harga, (*Place*) tempat, (*Promotion*) promosi. Saluran pemasaran yang digunakan yaitu saluran pemasaran langsung dari produsen dijual langsung kepada konsumen. Promosi yang digunakan adalah dengan cara *personal selling* atau bertemu langsung dan memperkenalkan produk terhadap konsumen dan promosi online atau promosi tidak langsung yaitu dengan memanfaatkan media sosial *Instagram*, *WhatsApp*.