

RINGKASAN

Analisis Usaha Serundeng Udang Rebon di Kelurahan Tegal Besar Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember, Tegar Panggalih Rochim, NIM D31230957, Tahun 2026. 53 halaman, Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember. Sumarlina, S.Pd., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing.

Serundeng Udang Rebon merupakan makanan olahan berbahan dasar kelapa parut dan udang rebon yang melalui proses penggorengan hingga menghasilkan tekstur kering, renyah, dan bercita rasa gurih. Inovasi serundeng udang rebon menjadi bentuk pengembangan makanan tradisional yang bergizi tinggi dan digemari berbagai kalangan. Tugas akhir ini bertujuan untuk menjalankan proses produksi, menganalisis kelayakan usaha, dan melaksanakan proses pemasaran pada usaha Serundeng Udang Rebon.

Metode analisis usaha yang digunakan dalam pelaksanaan tugas akhir ini yaitu *Break Even Point* (BEP), *R/C Ratio*, dan *Return On Investment* (ROI). Bauran pemasaran yang digunakan adalah 4P (*Product, Price, Place, dan Promotion*). Saluran pemasaran yang diterapkan meliputi pemasaran secara langsung kepada konsumen serta pemasaran tidak langsung melalui *Teaching Factory* (Tefa) *Agribusiness Center*.

Proses produksi Serundeng Udang Rebon dilaksanakan mulai dari persiapan alat dan bahan, pembersihan dan penggorengan udang rebon, persiapan bumbu, pencampuran bumbu dan kelapa parut, penggorengan campuran kelapa dan bumbu, pencampuran udang rebon, pendinginan produk, hingga pengemasan produk. Produk Serundeng Udang Rebon dikemas dalam kemasan *standing pouch* aluminium *foil* transparan satu sisi kedap udara dengan ukuran 100 gram dan diberi label informatif. Kendala yang terjadi dalam proses produksi Serundeng Udang Rebon meliputi pemilihan bahan baku udang rebon yang belum seragam karena masih tercampur ikan teri serta proses penggorengan yang memerlukan kestabilan suhu dan pengadukan terus-menerus agar produk tidak gosong.

Hasil perhitungan analisis usaha menghasilkan BEP produksi sebesar 21,88 kemasan pada pemasaran langsung, sedangkan BEP produksi pada pemasaran

campuran sebesar 22,17 kemasan, dengan jumlah produksi sebanyak 30 kemasan dalam satu kali proses. Nilai BEP harga sebesar Rp 9.559,89 per kemasan, sedangkan harga jual ditetapkan sebesar Rp 13.000 per kemasan untuk pemasaran langsung dan Rp 12.000 per kemasan untuk pemasaran tidak langsung, dengan harga jual rata-rata pada pemasaran campuran sebesar Rp 12.833,33 per kemasan. Nilai *R/C Ratio* sebesar 1,37 pada pemasaran langsung, serta nilai *R/C Ratio* pada pemasaran campuran sebesar 1,35. Nilai ROI sebesar 13,34% pada pemasaran langsung, sedangkan nilai ROI pada pemasaran campuran sebesar 12,71%.

Hasil produksi Serundeng Udang Rebon dalam satu kali proses produksi memperoleh 30 kemasan dengan harga jual sebesar Rp 13.000 per kemasan pada pemasaran langsung dan Rp 12.000 pada pemasaran tidak langsung. Saluran pemasaran produk menggunakan pemasaran secara langsung dan pemasaran tidak langsung melalui *Teaching Factory* (Tefa) *Agribusiness Center* sebagai mitra pemasaran. Promosi produk dilakukan dengan komunikasi langsung dengan konsumen dan memanfaatkan media sosial melalui unggahan di *WhatsApp* serta *Instagram*.