

## RINGKASAN

**Produksi dan Pemasaran Stik Tepung Maizena**, Dini Fansuzu Nisa, NIM B32181694, 2021, 73 hlm, Teknologi Pertanian, Politeknik Negeri Jember, Ir. Wahyu Suryaningsih, M.Si (Dosen Pembimbing)

Stik merupakan salah satu jenis makanan ringan (*Snack Food*) atau kue kering yang banyak digemari oleh masyarakat mulai dari anak-anak hingga orang tua. Stik memiliki bentuk panjang dan pipih dengan tekstur yang keras dan renyah. Pada umumnya stik terbuat dari bahan dasar tepung terigu. Stik tepung maizena ini, merupakan inovasi pangan dengan menggunakan tepung maizena sebagai bahan baku dalam pembuatan stik. Produk stik tepung maizena ini belum terdapat dipasaran sehingga diharapkan stik ini dapat diterima oleh konsumen. Stik ini memiliki tiga varian rasa, yaitu original, balado, dan barbeque. Produk stik tepung maizena memiliki umur simpan yang cukup panjang dengan tekstur renyah dan rasa yang khas dari tepung maizena. Proyek Usaha Mandiri (PUM) ini bertujuan untuk mengetahui proses produksi stik tepung maizena yang optimal sehingga disukai konsumen, kelayakan usaha stik tepung maizena, dan metode pemasaran yang tepat untuk memasarkan stik tepung maizena.

Metodologi yang digunakan dalam produksi stik tepung maizena diawali dengan survey pasar yang dilakukan di pasar Sukodadi, Pra produksi dan produksi selama 15 kali selama 2 bulan. Proses pembuatan meliputi persiapan alat dan bahan, penimbangan, pencampuran bahan (tepung maizena dan tepung terigu), pengayakan, pembuatan adonan, pemipihan adonan, pemotongan adonan dengan panjang 7 cm dan lebar 1 cm, penggorengan dengan suhu 80°C selama 3 menit, penirisan, pemberian varian rasa yaitu original, balado, dan *barbeque*, pengemasan dengan berat 100 gr per kemasan, dan pelabelan.

Produk stik tepung maizena layak dijadikan usaha, 15 kali produksi dengan kapasitas 315 kemasan menghasilkan keuntungan Rp. 819.623,4, dengan laju keuntungan 53,1%, B/C ratio 1,53, biaya variable/unit Rp. 4.799, BEP produksi 12 kemasan, BEP rupiah Rp.86.553,-. Metode pemasaran yang digunakan adalah pemasaran secara langsung dan pemasaran secara tidak langsung. Pemasaran

secara tidak langsung dengan menipkan produk ke toko, penjual keliling dan *resseler* (56%) lebih efektif dan menguntungkan karena lebih menghemat waktu dibandingkan pemasaran secara langsung (44%) yang terdiri dari konvensional (20%) dan online (24%).