

ABSTRACT

PERFORMANCE ANALYSIS AND CONSUMER PREFERENCES OF FRIED ONIONS IN BAWANG GORENG DUA SAUDARA AGROINDUSTRY, CIOMAS DISTRICT, BOGOR REGENCY

By

Ulfa Devi Pradila

This research aims to analyze (1) inventory control and raw material procurement processes; (2) added value and profits; (3) marketing mix; (4) consumer preferences; and (5) the role of supporting services. The research used a case study method at Bawang Goreng Dua Saudara Agroindustry, Ciomas District, Bogor Regency. The location was determined purposefully with the consideration that the agroindustry is actively carries out product production and marketing activities every day on a fairly large scale. Respondents consisted of agroindustry owners, agroindustry workers, and 50 consumers of Dua Saudara fried onions. Data was carried out from August 2023 to September 2023. The data was analyzed quantitatively and qualitatively. The research results show that (1) the most economical order quantities for brebes and sumenep shallots are 7.646 kg and 4.442 kg per order. The total savings in total inventory cost for brebes shallots and sumenep shallots with a probabilistic EOQ are IDR 1.439.008 and IDR 62.398. Furthermore, the raw material procurement process is in the "good" category. (2) The added value obtained by the Bawang Goreng Dua Saudara Agroindustry is in the high category and profitable. (3) The marketing activities of Bawang Goreng Dua Saudara Agroindustry have implemented a good marketing mix concept, but they have not yet maximized promotional activities. (4) Dua Saudara fried onion consumers most like the type of fried onion with a combination of sweet and savory taste attributes, yellowish brown in color, a crunchy texture, and a selling price of IDR 21,000–IDR 22,000. (5) The role of supporting services for the agroindustry is 83 percent, which means it is included in the very good criteria.

Keywords: agroindustry, fried onion, merchant preference, performance

ABSTRAK

ANALISIS KERAGAAN DAN PREFERENSI KONSUMEN BAWANG GORENG DI AGROINDUSTRI BAWANG GORENG DUA SAUDARA KECAMATAN CIOMAS, KABUPATEN BOGOR

Oleh

Ulfa Devi Pradila

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) pengendalian persediaan dan proses pengadaan bahan baku, (2) nilai tambah dan keuntungan, (3) bauran pemasaran, (4) preferensi konsumen, dan (5) peranan jasa layanan pendukung. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus pada Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara, Kecamatan Ciomas, Kabupaten Bogor. Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa agroindustri tersebut merupakan salah satu agroindustri pengolahan bawang goreng yang aktif melakukan kegiatan produksi dan pemasaran produk setiap hari dalam skala yang cukup besar. Responden dalam penelitian terdiri dari pemilik agroindustri, tenaga kerja agroindustri, dan 50 konsumen bawang goreng Dua Saudara. Pengumpulan data dilakukan pada bulan Agustus 2023 – September 2023. Data dianalisis secara deskriptif kuantitatif dan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Jumlah pemesanan paling ekonomis untuk bawang merah brebes dan sumenep adalah sebesar 7.646 kg dan 4.442 kg setiap kali pemesanan. Penghematan total biaya persediaan bawang merah brebes dan sumenep jika menggunakan EOQ probabilistik sebesar Rp1.439.008 dan Rp62.398. Selanjutnya, proses pengadaan bahan baku berada pada kategori “baik”. (2) Nilai tambah yang diperoleh Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara termasuk kategori yang tinggi dan menguntungkan (3) Kegiatan pemasaran Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara sudah menerapkan konsep bauran pemasaran yang baik, namun belum memaksimalkan kegiatan promosi. (4) Konsumen bawang goreng Dua Saudara paling suka jenis bawang goreng dengan kombinasi atribut rasa gurih manis, berwarna coklat kekuningan, memiliki tekstur renyah, dan harga jual Rp21.000 – Rp22.000. (5) Peran jasa layanan pendukung terhadap agroindustri sebesar 83 persen yang artinya termasuk dalam kriteria sangat baik.

Kata kunci: agroindustri, bawang goreng, keragaan, preferensi pedagang