

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

(Skripsi)

Oleh

Ulfa Devi Pradila



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2024**

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

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

Oleh

Ulfa Devi Pradila

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA PERTANIAN**

Pada

**Jurusan Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Lampung**



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2024**

Judul Skripsi

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

Nama Mahasiswa

: Ulfa Devi Pradila

Nomor Pokok Mahasiswa

: 2014131006

Program Studi

: Agribisnis

Fakultas

: Pertanian

MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing


Dr. Ir. Dyah Aring H. Lestari, M.Si.

NIP 196209181988032001


Dr. Ir. Wuryaningsih Dwi S., M.S.

NIP 196008221986032001

2. Ketua Jurusan


Dr. Ir. Teguh Endaryanto., S.P., M.Si.

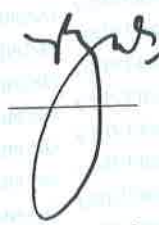
NIP 196910031994031004

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

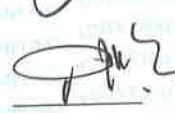
Ketua

: **Dr. Ir. Dyah Aring H. Lestari., M.Si.**



Sekretaris

: **Dr. Ir. Wuryaningsih D. Sayekti., M.S.**



Penguji

Bukan Pembimbing : **Dr. Ir. Yaktiworo Indriani., M.Sc.**



2. Dekan Fakultas Pertanian



Dr. Ir. Kuswanta Futas Hidayat, M.P.
NIP 196411181989021002

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **7 Februari 2024**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ulfa Devi Pradila

NPM : 2014131006

Menyatakan dengan sebenar – benarnya dan sesungguhnya – sungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul:

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

Adalah benar karya saya sendiri yang saya susun dengan mengikuti norma dan etika akademik yang berlaku. Selanjutnya, saya juga tidak keberatan apabila sebagian atau seluruh data pada skripsi ini digunakan oleh dosen dan/atau program studi untuk kepentingan publikasi. Jika di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana maupun tuntutan hukum.

Bandar Lampung,

Yang menyatakan



Ulfa Devi Pradila

NPM 2014131006

RIWAYAT HIDUP



Penulis lahir di Gedung Meneng, Tulang Bawang Provinsi Lampung pada tanggal 03 Juni 2002, sebagai anak pertama dari dua bersaudara pasangan Bapak dan Ibu Puji Lestari. Pendidikan Taman Kanak-Kanak (TK) diselesaikan di TK Abadi Perkasa pada tahun 2008, Pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SDS Abadi Perkasa pada tahun 2014, Pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Abadi Perkasa pada tahun 2017, dan Pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMAS Sugar Group Bandar Mataram pada tahun 2020. Penulis diterima di Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung pada tahun 2020 melalui jalur Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN).

Penulis mengikuti kegiatan Praktik Pengenalan Pertanian (*Homestay*) di Gedung Bandar Rejo, Kecamatan Gedung Meneng, Kabupaten Tulang Bawang pada tahun 2021. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kecamatan Way Tenong, Kabupaten Lampung Barat selama 40 hari pada bulan Januari sampai Februari 2023. Pada bulan September sampai November 2022 penulis melaksanakan Praktik Umum (PU) di Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian, Bogor.

Penulis pernah menjadi Asisten Dosen Mata Kuliah Teknologi Informasi Agribisnis pada semester genap 2021/2022, Asisten Dosen mata kuliah Ekonometrika dan Usahatani pada semester genap 2022/2023. Selama menjadi mahasiswa di Universitas Lampung, penulis juga aktif dalam organisasi kemahasiswaan internal kampus yaitu menjadi anggota Himpunan Mahasiswa

Jurusan Agribisnis (Himaseperta) Universitas Lampung di Bidang Akademik dan Profesi pada tahun 2022-2023. Penulis juga aktif mengikuti Unit Kegiatan Mahasiswa Penelitian (UKMP) sebagai anggota Departemen Riset dan Penalaran pada tahun 2021.

SANWACANA

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan segala berkah, hidayah, nikmat dan karunia-Nya dan memberikan kelancaran dan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Analisis Keragaan dan Preferensi Konsumen Bawang Goreng di Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara, Kecamatan Ciomas, Kabupaten Bogor". Sholawat beserta salam tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang dinantikan syafaatnya kelak di Yaumul-Akhir. Penyelesaian skripsi ini melibatkan beberapa pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasihat. Sehingga, pada kesempatan ini saya menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya dengan segala kerendahan dan ketulusan hati yang disampaikan kepada:

1. Dr. Ir. Kuswanta Futas Hidayat, M.P., sebagai Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
2. Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si., sebagai Ketua Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
3. Dr. Ir. Wuryaningsih Dwi Sayekti, M.S., sebagai Dosen Pembimbing Akademik sekaligus Dosen Pembimbing Kedua atas ketulusan hati, bimbingan, arahan, motivasi, dan ilmu yang bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis dari awal hingga akhir perkuliahan serta selama proses penyelesaian skripsi.
4. Dr. Ir. Dyah Aring Hepiana Lestari, M.Si., sebagai Dosen Pembimbing Pertama yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat, saran, arahan, motivasi, dan meluangkan waktu, tenaga, serta pikirannya untuk memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.

5. Dr. Ir. Yaktiworo Indriani, M.Sc., sebagai Dosen Pembahas atau Penguji atas ketulusannya dalam memberikan masukan, arahan, motivasi, saran, dan ilmu yang bermanfaat dalam penyempurnaan skripsi ini.
6. Teristimewa Bapak dan Ibu tercinta, Parwoto dan Puji Lestari yang memberi kekuatan hidup serta semangat untuk selalu berjuang, selalu memberikan doa, nasihat dan kasih sayang tiada tara kepada penulis untuk sabar menikmati proses serta memberikan yang terbaik. Terima kasih untuk segala doa dan dukungan yang selalu dicurahkan di sepanjang jalanku.
7. Adikku tersayang, Arum Dwi Ramadani yang selalu memberikan semangat dan keceriaan kepada penulis.
8. Seluruh Dosen Jurusan Agribisnis atas semua ilmu yang telah diberikan selama penulis menjadi mahasiswa di Universitas Lampung.
9. Karyawan-karyawati di Jurusan Agribisnis, Mba Iin, Mba Lucky, Mas Boim, dan Mas Bukhori, atas semua bantuan yang telah diberikan.
10. Keluarga besar Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara khususnya Bapak Sujimin atas semua ijin, bantuan, dan arahan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Sahabat-sahabat tercinta, Ajeng, Neny, Alifira, Ardha, dan Sayu atas doa, saran, dukungan, perhatian, serta kebersamaan yang telah diberikan selama perkuliahan dan penyelesaian skripsi.
12. Haris Al Fikri karena telah menemani, membantu, menyemangati, membersamai, memberikan perhatian, dan mendukung penulis selama perkuliahan sampai penyelesaian skripsi.
13. Sahabat “Cagor”, Ajeng, Sisilia, Nindi, Bagus, dan Fadel atas dukungan, motivasi, dan keceriaan yang telah diberikan kepada penulis.
14. Sahabat - sahabat seperjuangan di kampus, Refi, Shofi, Faqila, Hafif, Salma, Natasha, Diva, Lulu, Adisti, Anggun, Nisrina, Fahmi, dan Zaky atas bantuan, saran, dukungan, dan hiburan yang telah diberikan kepada penulis selama perkuliahan.
15. Teman - teman seperjuangan Agribisnis 2020, yang tidak bisa disebutkan satu per satu atas bantuan, kebersamaan, keceriaan, keseruan, canda tawa, dan waktu yang telah diberikan kepada penulis selama ini.

16. Keluarga Himaseperta yang telah memberikan pengalaman organisasi, suka duka, kebersamaan, kebahagiaan, dan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
17. Almamater tercinta dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan terbaik atas segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna, akan tetapi semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Mohon maaf atas segala kesalahan dan kekhilafan selama proses penulisan skripsi ini.

Bandar Lampung,
Penulis,

Ulfa Devi Pradila

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	xiii
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	11
A. Tinjauan Pustaka.....	11
1. Bawang Merah.....	11
2. Konsep Agribisnis dan Agroindustri.....	15
3. Preferensi Konsumen	31
4. Jasa Layanan Pendukung.....	33
5. Kajian Peneliti Terdahulu.....	34
B. Kerangka Pemikiran	44
III. METODE PENELITIAN	48
A. Metode Dasar	48
B. Konsep Dasar dan Definisi Operasional	48
C. Lokasi Penelitian, Responden, dan Waktu Penelitian	57
D. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data.....	58
E. Metode Analisis Data.....	59
1. Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku.....	59
2. Analisis Pengadaan Bahan Baku	63
3. Analisis Nilai Tambah.....	65
4. Analisis Keuntungan	66
5. Analisis Bauran Pemasaran	68
6. Analisis Preferensi Konsumen.....	69
7. Analisis Jasa Layanan Pendukung	75

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	78
A. Gambaran Umum Kabupaten Bogor	78
1. Sejarah Kabupaten Bogor.....	78
2. Keadaan Geografis dan Topografi Kabupaten Bogor.....	79
3. Keadaan Iklim Kabupaten Bogor	80
4. Keadaan Demografi Kabupaten Bogor	80
B. Gambaran Umum Kecamatan Ciomas.....	81
1. Sejarah Kecamatan Ciomas	81
2. Keadaan Geografis Kecamatan Ciomas	81
3. Keadaan Demografi Kecamatan Ciomas	83
4. Keadaan Perekonomian Kecamatan Ciomas	84
C. Gambaran Umum Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara	85
1. Sejarah dan Profil Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara	85
2. Struktur Organisasi Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara	87
3. Sumber Daya Manusia Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara....	88
4. Tata Letak (<i>Layout</i>) Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara	88
V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	91
A. Karakteristik Responden	91
1. Karakteristik Umum Pemilik Agroindustri dan Tenaga Kerja Agroindustri.....	91
2. Karakteristik Umum Konsumen Bawang Goreng Dua Saudara	93
B. Proses Produksi Bawang Goreng	94
C. Penggunaan Sarana Produksi	99
1. Penggunaan Bahan Baku Langsung.....	99
2. Penggunaan Bahan Baku Tidak Langsung, Bahan Tambahan, dan Bahan Penolong	100
3. Penggunaan Tenaga Kerja	101
4. Penggunaan Peralatan	104
5. Penggunaan Biaya Lain – lain	106
D. Manajemen Pengendalian Persediaan dan Pengadaan Bahan Baku.....	106
1. Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku.....	107
2. Analisis Pengadaan Bahan Baku	138
E. Analisis Nilai Tambah	141
F. Analisis Keuntungan.....	148
G. Bauran Pemasaran Bawang Goreng	154
1. Produk (<i>product</i>).....	155
2. Harga (<i>price</i>).....	156
3. Tempat (<i>place</i>).....	157
4. Promosi (<i>promotion</i>)	158
H. Analisis Preferensi Konsumen	159
I. Peran Jasa Layanan Pendukung.....	162
1. Lembaga Keuangan.....	164
2. Lembaga Penyuluhan.....	164
3. Pasar	164
4. Sarana Transportasi.....	165
5. Sarana Teknologi Informasi dan Komunikasi	165
6. Lembaga Pemerintah.....	165

VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	167
1. Kesimpulan.....	167
2. Saran	168
DAFTAR PUSTAKA.....	170
LAMPIRAN	181

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Produksi subsektor hortikultura Indonesia tahun 2017 - 2021	2
2. Data 6 provinsi sentra produksi bawang merah terbesar tahun 2017 - 2021	4
3. Perhitungan nilai tambah Hayami	24
4. Kajian penelitian terdahulu	36
5. Indikator penilaian 6 tepat pengadaan bawang merah brebes	64
6. Indikator penilaian 6 tepat pengadaan bawang merah sumenep	64
7. Kriteria penilaian analisis pengadaan bahan baku	65
8. Perhitungan nilai tambah Hayami	66
9. Perhitungan biaya produksi	68
10. Indikator bauran pemasaran	68
11. Atribut dan level atribut bawang goreng Dua Saudara	70
12. Hasil prosedur orthogonal kombinasi atribut bawang goreng Dua Saudara	70
13. Skala likert	71
14. Hasil uji validitas dan reliabilitas stimulus untuk analisis preferensi konsumen bawang goreng	74
15. Lambang variabel tiap atribut dan level atribut	75
16. Indeks penilaian lembaga jasa layanan pendukung	76

17. Kriteria penilaian analisis peran jasa layanan pendukung.....	77
18. Jumlah penduduk dan kepadatan penduduk di Kecamatan Ciomas tahun 2020.....	83
19. Sebaran responden agroindustri berdasarkan kelompok umur, tingkat pendidikan, dan jenis kelamin.	92
20. Sebaran konsumen bawang goreng berdasarkan kelompok umur, tingkat pendidikan, dan jenis kelamin.....	93
21. Sebaran konsumen bawang goreng berdasarkan jenis pekerjaan dan rata – rata keuntungan dagang per bulan	94
22. Penggunaan bawang merah brebes dan sumenep per bulan.....	99
23. Penggunaan bahan lain – lain per satu hari produksi bawang merah brebes dan sumenep	101
24. Penggunaan tenaga kerja Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara.....	102
25. Penggunaan peralatan pada Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara	104
26. Biaya penyusutan peralatan per tahun.....	105
27. Penggunaan biaya lain - lain per minggu	106
28. Permintaan bawang merah brebes dan produksi bawang goreng brebes periode Januari 2023 – September 2023	108
29. Perhitungan peramalan produksi bawang goreng brebes dengan metode kuadrat terkecil	109
30. Hasil peramalan produksi bawang goreng brebes dengan metode kuadrat terkecil	110
31. Hasil regresi sederhana varietas brebes menggunakan EViews-12.....	111
32. Hasil peramalan permintaan bawang merah brebes.....	113
33. Permintaan bawang merah sumenep dan produksi bawang goreng sumenep periode Januari 2023 – September 2023	113
34. Perhitungan peramalan produksi bawang goreng sumenep dengan metode kuadrat terkecil	114

35. Hasil peramalan produksi bawang goreng sumenep dengan metode kuadrat terkecil	115
36. Hasil regresi sederhana varietas sumenep menggunakan EViews 12	116
37. Hasil peramalan permintaan bawang merah sumenep	118
38. Komponen biaya pemesanan bawang merah brebes dan sumenep	119
39. Biaya kehabisan bahan baku.....	121
40. Perhitungan standar deviasi permintaan bawang	126
41. Perhitungan standar deviasi permintaan bawang	127
42. Pemakaian bawang merah brebes selama <i>lead time</i>	130
43. Pemakaian bawang merah brebes selama <i>lead time</i>	131
44. Probabilitas pemakaian bawang merah brebes selama <i>lead time</i>	132
45. Probabilitas pemakaian bawang merah sumenep selama <i>lead time</i>	133
46. Perbandingan total biaya persediaan.....	137
47. Pengadaan bawang merah brebes	139
48. Pengadaan bawang merah sumenep.....	139
49. Rata – rata sumbangan input lain pada proses pengolahan bawang merah menjadi bawang goreng dalam satu hari produksi	141
50. Analisis nilai tambah bawang merah menjadi bawang goreng	142
51. Keuntungan produksi bawang goreng brebes.....	150
52. Keuntungan produksi bawang goreng sumenep	152
53. Bauran pemasaran Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara.....	154
54. Hasil nilai kegunaan (utilitas) dan nilai kepentingan atribut	159
55. Hasil tingkat ketepatan atau keakurasian	162
56. Peran jasa layanan pendukung pada Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara	163

57. Data mentah uji validitas dan reliabilitas	182
58. Hasil uji validitas dan reliabilitas terhadap stimuli analisis preferensi konsumen bawang goreng Dua Saudara	183
59. Identitas responden Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara	183
60. Identitas responden konsumen bawang goreng Dua Saudara	184
61. Pembelian bawang merah brebes bulan Januari – September tahun 2023....	186
62. Pembelian bawang merah sumenep bulan Januari – September tahun 2023	186
63. Biaya pemesanan bawang merah brebes	186
64. Biaya pemesanan bawang merah sumenep	186
65. Perkiraan produksi bawang goreng brebes (kuadrat terkecil)	187
66. Perkiraan produksi bawang goreng sumenep (kuadrat terkecil).....	187
67. Perkiraan permintaan bawang merah sumenep (Regresi Sederhana)	187
68. Perkiraan permintaan bawang merah brebes (Regresi Sederhana).....	188
69. Perhitungan safety stock bawang merah brebes	188
70. Perhitungan safety stock bawang merah sumenep.....	188
71. Penggunaan bawang merah brebes selama <i>lead time</i>	189
72. Penggunaan bawang merah sumenep selama <i>lead time</i>	189
73. Probabilitas pemakaian bawang merah brebes selama <i>lead time</i>	189
74. Probabilitas pemakaian bawang merah sumenep selama <i>lead time</i>	190
75. Perbandingan persediaan bawang merah brebes berdasarkan kebijakan agroindustri dan metode EOQ probabilistik	190
76. Perbandingan persediaan bawang merah sumenep berdasarkan kebijakan agroindustri dan metode EOQ probabilistik	190
77. Penyusutan peralatan per tahun	191
78. Penggunaan tenaga kerja langsung pengolahan bawang goreng brebes.....	192

79. Penggunaan tenaga kerja langsung pengolahan bawang goreng sumenep	192
80. Biaya overhead per satu hari produksi	192
81. Keuntungan per produksi agroindustri pada pengolahan bawang goreng brebes.....	193
82. Keuntungan per produksi agroindustri pada pengolahan bawang goreng sumenep	194
83. Hasil nilai utilitas dan nilai kepentingan atribut per responden	195

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Rata - rata konsumsi per kapita seminggu bawang merah di Provinsi Jawa Barat	5
2 Bagan sistem agribisnis	15
3. Kerangka pemikiran analisis keragaan dan preferensi konsumen Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara	47
4. Peta wilayah Kecamatan Ciomas	82
5. Struktur organisasi Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara	87
6. Tata letak (layout) pabrik Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara	89
7. Bagan alir proses produksi bawang goreng	95
8. Proses pencucian bawang merah	96
9. Proses pengirisan bawang merah	96
10. Proses spin bawang merah iris	97
11. Proses pencampuran tepung	97
12. Proses penggorengan bawang merah	98
13. Proses spin bawang goreng	98
14. Pendinginan bawang goreng	98
15. Proses pengemasan bawang goreng	99
16. Bawang goreng brebes	156

17. Bawang goreng sumenep.....	156
18. Tempat penjualan di rumah	157
19. Tempat penjualan di Pasar Anyar	158

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pertanian merupakan salah satu sektor yang memiliki kontribusi besar bagi perekonomian Indonesia. Pertanian berperan sebagai penyedia pangan, bahan pakan, bahan baku industri, penyedia lapangan kerja, dan sebagai sumber devisa negara. Pentingnya peran pertanian dapat dilihat dari besarnya kontribusi sektor tersebut terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) atas harga berlaku dengan porsi 9,85 persen pada tahun 2021. Beberapa subsektor yang termasuk di dalamnya antara lain, tanaman pangan dengan porsi 2,60 persen, tanaman hortikultura dengan porsi 1,55 persen, tanaman perkebunan dengan porsi 3,94 persen, peternakan dengan porsi 1,58 persen, dan jasa pertanian dengan porsi 0,19 persen (BPS, 2022).

Menurut BPS (2022), terjadi perubahan struktur dalam sektor pertanian. Pada Triwulan IV 2019, subsektor hortikultura ditampilkan sebagai subsektor tersendiri yang sebelumnya merupakan bagian dari subsektor tanaman bahan makanan. Perubahan tersebut dilakukan dengan perkiraan bahwa hortikultura merupakan subsektor strategis yang harganya sangat berfluktuasi dalam waktu singkat. Adanya fluktuasi harga pada subsektor hortikultura, maka perlu dilakukan pemantauan yang intensif. Hal tersebut perlu dilakukan karena hortikultura memberikan kontribusi yang cukup besar dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Kontribusi subsektor hortikultura pada PDB atas harga berlaku yaitu sebesar Rp262.547,6 milyar rupiah pada tahun 2021. Angka tersebut terus mengalami peningkatan selama lima tahun terakhir.

Subsektor hortikultura terdiri dari produk obat-obatan (biofarmaka), buah, sayuran, dan tanaman hias (florikultura). Tanaman sayuran merupakan produk hortikultura yang memiliki prospek untuk dikembangkan karena tingkat kebutuhan masyarakat akan sayuran tinggi bahkan meningkat. Salah satu produk sayuran yang banyak dibudidayakan di Indonesia adalah tanaman bawang merah. Produksi subsektor hortikultura disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Produksi subsektor hortikultura Indonesia tahun 2017 - 2021

	Tahun				
	2017	2018	2019	2020	2021
Jengkol (ton)	66.065	87.854	96.926	129.143	152.609
Petai (ton)	213.356	306.651	310.103	350.638	387.691
Jamur (kg)	3.702	3.7020	3.702	3.702	3.702
Paprika (ton)	7.390	18.151	19.358	17.822	12.665
Melinjo (ton)	201.041	239.213	238.419	255.985	292.167
Bawang Merah (ton)	1.470.155	1.503.438	1.580.247	1.815.445	2.004.590
Bawang Putih (ton)	19.510	39.302	88.816	81.805	45.092
Bawang Daun (ton)	510.476	573.228	590.596	579.748	627.853
Kentang (ton)	1.164.738	1.284.762	1.314.657	1.282.768	1.361.064
Kubis (ton)	1.442.624	1.407.932	1.413.060	1.406.985	1.434.670
Kembang Kol (ton)	152.869	152.122	183.816	204.238	203.385
Petsai/Sawi (ton)	627.598	635.990	652.727	667.473	727.467
Wortel (ton)	537.341	609.634	674.634	650.858	720.090
Lobak (ton)	22.417	27.239	24.248	24.902	-
Kacang Merah (ton)	74.364	67.868	61.520	66.210	-
Kacang Panjang (ton)	381.185	370.202	352.700	359.158	383.685
Cabai Besar (ton)	1.206.266	1.206.750	1.214.419	1.264.190	1.360.571
Cabai Rawit (ton)	1.153.155	1.335.608	1.374.217	1.508.404	1.386.447
Tomat (ton)	962.845	976.790	1.020.333	1.084.993	1.114.399
Terung (ton)	535.419	551.552	575.393	575.392	676.339
Buncis (ton)	279.040	304.445	299.311	305.923	320.774
Ketimun (ton)	424.917	433.931	435.975	441.286	471.941
Labu Siam (ton)	566.845	454.001	407.963	511.014	516.954
Kangkung (ton)	276.970	289.563	295.556	312.336	341.196
Bayam (ton)	148.288	162.277	160.306	157.024	171.706

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2022

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa bawang merah merupakan komoditas hortikultura dengan produksi tertinggi yang terus mengalami peningkatan selama lima tahun terakhir. Produksi tertinggi terjadi pada tahun 2021 yaitu sebesar 2.004.590 ton atau meningkat sebesar 10,42 persen dari tahun sebelumnya. Akan tetapi, tingginya produksi bawang merah di

Indonesia justru menyebabkan permasalahan berupa ketidakstabilan harga. Ketidakstabilan harga disebabkan karena komoditas bawang merah yang musiman. Harga sangat dipengaruhi oleh masa panen, dimana pada saat masa panen raya akan menyebabkan pasokan berlimpah, akibatnya harga akan turun. Sebaliknya, ketika masa panen raya berakhir akan terjadi keterbatasan pasokan bawang merah yang dapat menyebabkan peningkatan harga. Keterbatasan pasokan pada saat masa panen raya berakhir juga disebabkan karena sifat komoditas bawang merah yang mudah rusak dan *bulky*.

Bank Indonesia (2022) menetapkan bawang merah sebagai salah satu komoditas pengendali inflasi. Inflasi bulan Juni 2022 dipengaruhi oleh kenaikan harga dari berbagai komoditas, salah satunya adalah bawang merah. Komoditas bawang merah mengalami inflasi sebesar 19,54 persen, angka tersebut lebih tinggi dibandingkan bulan sebelumnya yaitu sebesar 11,30 persen. Inflasi yang terjadi di Pulau Jawa tercatat lebih tinggi dibandingkan dengan bulan sebelumnya sebesar 0,49 persen. Provinsi yang ada di Pulau Jawa hampir semuanya mengalami inflasi. Tiga provinsi dengan inflasi tertinggi terjadi di Jawa Tengah sebesar 0,85 persen, Banten 0,65 persen, dan Jawa Barat 0,57 persen. Inflasi yang terjadi disebabkan oleh terbatasnya pasokan dari sentra produksi dan berakhirnya masa panen. Selain itu, keterbatasan pasokan disebabkan adanya curah hujan tinggi yang menyebabkan gangguan pada masa pasca panen dan penurunan luas panen.

Menurut Saleh *et al.* (2019), salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk menghadapi inflasi yang disebabkan oleh sektor pertanian adalah melalui kegiatan pengolahan atau disebut dengan agroindustri. Menurut Suwandi *et al.* (2022), kata agroindustri berasal dari dua kata "*agricultural*" dan "*industry*" yang dapat didefinisikan sebagai kegiatan industri yang menggunakan bahan baku utama berupa hasil pertanian. Agroindustri juga dapat didefinisikan sebagai kegiatan industri yang menghasilkan *output* untuk digunakan sebagai *input* dalam kegiatan pertanian. Kegiatan agroindustri dapat mengubah bentuk bawang merah menjadi aneka bentuk olahan.

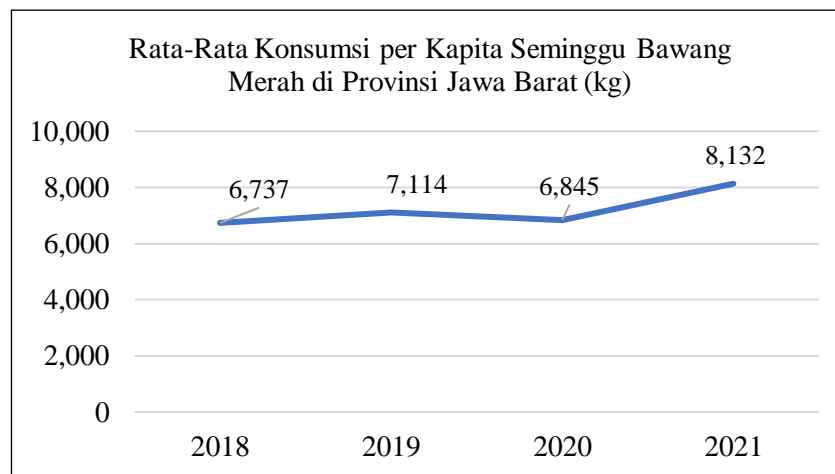
Bawang merah banyak diolah menjadi berbagai produk olahan, seperti bumbu masakan, kerupuk bawang, oleoresin, pasta bawang, tepung bawang, bawang giling, bawang goreng, dan minyak bawang (Nopitania, 2020). Melalui kegiatan agroindustri, maka permasalahan berupa terbatasnya pasokan bawang merah dapat diatasi karena agroindustri mampu mengubah sifat bawang merah menjadi lebih tahan lama dan dapat dikonsumsi dalam jangka waktu panjang (Putra *et al.*, 2018).

Tabel 2. Data 6 provinsi sentra produksi bawang merah terbesar tahun 2017 - 2021

Provinsi	Produksi Tanaman Sayuran				
	Bawang Merah (Ton)				
	2017	2018	2019	2020	2021
Sumatera Barat	95.534	113.865	122.399	153.770	200.366
Jawa Barat	166.865	167.769	173.463	164.827	170.650
Jawa Tengah	476.337	445.585	481.890	611.165	564.255
Jawa Timur	306.316	367.031	407.877	454.584	500.992
Nusa Tenggara Barat	195.458	212.885	188.255	188.740	222.620
Sulawesi Selatan	129.181	92.392	101.762	124.381	183.210

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2022

Berdasarkan Tabel 2, dapat diketahui bahwa Provinsi Jawa Barat merupakan provinsi sentra produksi bawang merah dengan produksi terendah pada tahun 2021. Akan tetapi, pada tahun – tahun sebelumnya jumlah produksi Provinsi Jawa Barat lebih besar dibandingkan dengan Provinsi Sumatera Barat dan Sulawesi Selatan. Provinsi Jawa Barat masih belum menjadi provinsi sentra utama penyedia bawang merah karena pasokan yang dibutuhkan di dalam daerah masih mengandalkan pasokan dari luar provinsi. Oleh karena itu, dalam menjaga ketersediaan perlu dilakukan pengolahan terhadap bawang merah melalui kegiatan agroindustri. Keberadaan agroindustri juga memberikan peluang keuntungan pengusaha olahan bawang goreng dan dapat memenuhi kebutuhan konsumsi bawang merah masyarakat yang mengalami peningkatan.



Gambar 1. Rata - rata konsumsi per kapita seminggu bawang merah di Provinsi Jawa Barat

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2022

Bawang merah merupakan komoditas yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat, baik dari tingkat rumah tangga maupun industri. Berdasarkan grafik pada Gambar 1, dapat diketahui bahwa tingkat konsumsi rata – rata per kapita seminggu bawang merah di Provinsi Jawa Barat cenderung mengalami peningkatan. Pada tahun 2020 terjadi penurunan sebesar 3,8 persen. Penurunan konsumsi diperkirakan terjadi karena adanya kebijakan pembatasan aktivitas jual beli akibat pandemi *Covid-19*. Akan tetapi, pada tahun 2021, konsumsi kembali meningkat cukup tajam sebesar 18,8 persen. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengolahan atau agroindustri pada komoditas bawang merah untuk menjaga kestabilan pasokan di luar musim panen agar kebutuhan konsumen selalu terpenuhi. Pengolahan juga perlu dilakukan sebagai upaya untuk mengatasi sifat bawang merah yang mudah rusak.

Kegiatan agroindustri atau pengolahan merupakan bagian dari sistem agribisnis yang sangat penting karena mampu mendorong pertumbuhan perekonomian melalui pangsa pasar yang luas. Selain itu, kegiatan agroindustri juga mampu mempercepat perubahan struktur perekonomian dari pertanian menuju industri (Khoiriyah *et al.*, 2012). Sektor pertanian dan sektor industri memiliki keterkaitan yang kuat. Oleh karena itu, pembangunan

ekonomi memiliki paradigma baru yang mengarah kepada agroindustri karena dianggap sebagai strategi industrialisasi yang tepat bagi Indonesia (Pratiwi *et al.*, 2017). Selain itu, kedua sektor tersebut memiliki peranan besar dalam PDB. Menurut BPS (2022), sektor industri memberikan kontribusi kepada PDB dengan porsi 19,25 persen pada tahun 2021. Selama kurun waktu lima tahun terakhir, sektor industri memberikan sumbangan terbesar terhadap PDB. Sementara itu, pertanian merupakan sektor yang memberikan sumbangan terbesar kedua terhadap PDB. Kontribusi sektor pertanian pada tahun 2021 sebesar 13,28 persen.

Salah satu industri pengolahan bawang goreng yang berkembang di Provinsi Jawa Barat adalah Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara tepatnya di Kecamatan Ciomas, Kabupaten Bogor. Agroindustri tersebut sudah berdiri selama 20 tahun yang mulanya masih tergolong industri rumahan skala kecil. Pada akhirnya, agroindustri tersebut semakin berkembang dan saat ini sudah memiliki pabrik pengolahan serta memiliki tenaga kerja yang berjumlah 9 orang. Kegiatan yang terdapat dalam Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara meliputi kegiatan pengadaan bahan baku, kegiatan pengolahan, dan kegiatan pemasaran. Dalam pelaksanaan kegiatannya, Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara tidak terlepas dari peranan layanan jasa penunjang yang membantu memperlancar kegiatannya.

Bahan baku merupakan faktor utama yang diperlukan dalam proses pengolahan agroindustri. Pengadaan bahan baku Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara dilakukan dengan memasok bawang merah segar dari daerah Brebes dan Bandung. Bawang merah yang berasal dari Brebes merupakan varietas brebes, sedangkan bawang merah yang berasal dari Bandung merupakan varietas rubaru atau dikenal dengan varietas sumenep. Dalam memenuhi kebutuhan bahan baku, produsen akan melihat daerah mana yang terlebih dahulu melakukan pemanenan. Jumlah bahan baku yang dipesan berjumlah 2,5 sampai 3 ton setiap satu kali pemesanan. Selama ini, Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara belum melakukan manajemen

pada pengadaan bahan baku. Pengadaan bahan baku dilakukan berdasarkan pengalaman dan hanya mempertimbangkan harga bahan baku. Menurut Mayaningrum & Purnomo (2021), dalam proses pengadaan bahan baku, sering terjadi permasalahan berupa optimalisasi bahan baku. Produsen harus mengatur perencanaan dan pengendalian terhadap persediaan bahan baku untuk menekan biaya pengeluaran berupa biaya pemesanan dan biaya penyimpanan, sehingga dapat meningkatkan keuntungan. Oleh karena itu, dalam penelitian akan dianalisis mengenai pengendalian persediaan bahan baku yang dilakukan oleh Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara untuk melihat apakah pengadaan bahan baku yang dilakukan agroindustri sudah optimal atau belum optimal.

Proses produksi bawang goreng membutuhkan beberapa bahan lain, seperti minyak goreng, tepung beras, tepung terigu, tepung aren, dan bahan bakar (pelet kayu). Proses pengolahan Bawang Goreng Dua Saudara tidak seluruhnya menggunakan tenaga kerja manusia, melainkan menggunakan mesin. Produksi Bawang Goreng Dua Saudara dalam satu hari menggunakan bawang merah sebagai bahan baku sebanyak 1 ton dan akan menghasilkan bawang goreng sebanyak 4 kwintal. Proses produksi memerlukan kinerja yang baik agar nilai tambah yang dihasilkan semakin tinggi dan keuntungan yang diperoleh juga semakin besar. Dalam proses produksi, Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara memiliki strategi dalam menjaga kestabilan harga jual untuk menjaga ketersediaan pasokan bawang goreng yang siap jual setiap harinya. Produksi bawang goreng yang dihasilkan tidak dijual keseluruhan, tetapi hanya menjual sejumlah 3 kwintal dalam sehari dengan tujuan menjaga harga jual bawang goreng saat harga bahan baku naik. Produksi bawang goreng yang dihasilkan tidak hanya dipasok untuk wilayah Bogor saja, namun dipasarkan ke luar provinsi, di antaranya Aceh, Medan, Padang, Palembang, Lampung, Kalimantan, dan Jayapura.

Produksi bawang goreng yang dihasilkan oleh Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara cukup tinggi dan terdiri dari dua jenis, yaitu bawang goreng

brebes dan bawang goreng sumenep yang masing – masing memiliki perbedaan karakteristik. Oleh karena itu, hal tersebut dapat dijadikan sebagai salah satu peluang untuk memperluas dan mengembangkan agroindustri. Salah satu cara untuk mencapai tujuan sebuah agroindustri dapat dilakukan melalui pemenuhan kepuasan konsumen dalam pembelian produk. Kepuasan konsumen dapat dipenuhi dengan cara berinovasi dan memberikan pilihan produk akhir kepada konsumen yang sesuai dengan keinginan konsumen, mulai dari segi bentuk, warna, tekstur, rasa, bentuk, harga dan lainnya. Inovasi merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk memenuhi keinginan pasar dan sebagai upaya untuk mempertahankan serta meningkatkan daya saing dengan pesaing (Prihadyanti & Sari, 2020). Cara yang dapat dilakukan untuk memenuhi keinginan konsumen dapat dilakukan dengan cara melakukan analisis terhadap preferensi atau kesukaan konsumen. Konsumen akan memperhatikan berbagai macam atribut atau karakteristik produk untuk dipertimbangkan dalam mengambil keputusan pembelian. Oleh karena itu, dalam melakukan pemasaran diperlukan pengetahuan terhadap preferensi atau kesukaan konsumen untuk memberikan produk sesuai dengan apa yang konsumen inginkan (Hidayati & Gusteti, 2016).

Respon dan penilaian terhadap atribut – atribut yang diharapkan konsumen dapat dijadikan sebuah dasar untuk melakukan pengembangan usaha dalam agroindustri. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengetahui tingkat preferensi konsumen terhadap atribut produk adalah metode konjoin. Hasil preferensi konsumen dengan metode konjoin dapat memperlihatkan kombinasi atribut – atribut yang diinginkan konsumen, sehingga hasilnya dapat digunakan sebagai dasar penentuan jenis bawang goreng mana yang potensial untuk dikembangkan (Sundari & Umbara, 2019). Responden pada analisis preferensi konsumen dalam penelitian ini merupakan para pedagang makanan yang melakukan pembelian bawang goreng di Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara dengan pertimbangan bahwa pembelian bawang goreng sebagian besar dilakukan oleh pedagang makanan.

Serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara tentunya tidak terlepas dari kendala yang dapat menghambat proses produksi hingga menurunkan besarnya nilai keuntungan yang diperoleh. Oleh karena itu diperlukan kajian penelitian mengenai analisis keragaan untuk menganalisis proses pengadaan bahan baku yang memenuhi enam tepat (tepat waktu, tepat tempat, tepat kualitas, tepat kuantitas, tepat jenis, dan tepat harga), pengendalian persediaan bahan baku, mengetahui proses produksi untuk menganalisis nilai tambah dan keuntungan, mengetahui kegiatan pemasaran produk untuk menganalisis bauran pemasaran, dan mengetahui peranan jasa penunjang dalam kegiatan agroindustri. Selain itu, diperlukan analisis preferensi konsumen untuk mengetahui keinginan konsumen terhadap pembelian bawang goreng dan meningkatkan inovasi agroindustri dalam menyediakan pilihan produk bawang goreng terhadap konsumen agar dapat memenuhi kepuasan konsumen serta mempertahankan dan meningkatkan daya saing terhadap kompetitor.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengendalian persediaan bahan baku dan proses pengadaan bahan baku yang dilakukan Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara?
2. Berapa nilai tambah dan keuntungan Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara?
3. Bagaimana bauran pemasaran Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara?
4. Bagaimana preferensi konsumen Bawang Goreng Dua Saudara?
5. Bagaimana peranan jasa layanan penunjang terhadap Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Menganalisis pengendalian persediaan bahan baku dan proses pengadaan bahan baku yang dilakukan Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara.
2. Menganalisis nilai tambah dan keuntungan Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara.
3. Menganalisis bauran pemasaran Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara.
4. Menganalisis preferensi konsumen Bawang Goreng Dua Saudara.
5. Menganalisis peranan jasa layanan penunjang terhadap Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak, antara lain:

1. Bagi pemilik Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara, sebagai informasi dan bahan pertimbangan untuk mengembangkan usahanya.
2. Bagi pemerintah atau instansi terkait, sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pengembangan dan evaluasi agroindustri sejenis.
3. Bagi pembaca atau peneliti lain, sebagai bahan referensi atau rujukan untuk melakukan penelitian sejenis.

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Tinjauan Pustaka

1. Bawang Merah

a. Agronomis Bawang Merah

Bawang merah (*Allium ascalonicum* L) merupakan tanaman subsektor hortikultura produk sayuran yang dikonsumsi sehari – hari sebagai bumbu penyedap masakan atau digunakan sebagai obat – obatan oleh masyarakat. Bawang merah berasal dari Asia Tengah yang banyak dibudidayakan di Indonesia. Komoditas tersebut memiliki peranan penting dalam perekonomian karena nilai ekonomisnya tinggi. Selain itu, bawang merah juga memiliki kandungan senyawa gizi dan non gizi serta enzim yang dapat meningkatkan daya tahan tubuh manusia (Pujiati *et al.*, 2017).

Proses budidaya bawang merah membutuhkan beberapa syarat tumbuh berupa kondisi iklim dan tanah. Iklim yang cocok untuk pembentukan umbi adalah iklim kering dengan rata – rata suhu udara 22°C. Apabila penanaman dilakukan di daerah dengan penyinaran lebih dari 12 jam, maka umbi yang terbentuk akan lebih besar. Budidaya bawang merah dapat dilakukan di daerah dataran rendah maupun dataran tinggi. Penanaman di dataran rendah yang optimal pada ketinggian 0 – 450 meter dan dapat dilakukan hingga ketinggian 1.000 meter di atas permukaan laut. Budidaya pada daerah dataran tinggi akan

menyebabkan umur tanam yang lebih lama dan umbi yang dihasilkan berukuran lebih kecil. Budidaya bawang merah dilakukan di tanah yang memiliki struktur remah sampai liat. Kondisi drainase dan kandungan bahan organik yang tersedia pada tanah juga harus mencukupi kebutuhan. Kemasaman tanah budidaya bawang merah harus berada pada pH tidak masam, sekitar 5,6 – 6,5 (Sumarni & Hidayat, 2005).

Menurut Fajriyah (2017), varietas bawang merah yang dikenal oleh masyarakat Indonesia terdiri dari dua jenis varietas, yaitu varietas lokal dan varietas impor. Varietas lokal lebih banyak diminati dan digunakan oleh masyarakat karena memiliki kualitas yang lebih baik. Beberapa varietas lokal yang banyak dibudidayakan, antara lain sebagai berikut.

1) Bawang Merah Varietas Bima Brebes

Bawang merah varietas Bima Brebes adalah bawang merah yang berasal dari Brebes, Jawa Tengah. Sebagian besar lahan pertanian di Kabupaten Brebes digunakan untuk membudidayakan bawang merah. Oleh karena itu, Brebes menjadi daerah pemasok utama bawang merah di Indonesia. Bawang merah Brebes dikenal memiliki kualitas yang baik. Proses pemanenan dapat dilakukan pada hari ke 60 – 70 setelah masa penanaman. Beberapa kekurangan dalam budidaya bawang merah Brebes di antaranya adalah sangat rentan terhadap penyakit busuk ujung daun. Kelebihan dari bawang merah Brebes adalah tahan terhadap penyakit busuk umbi, sehingga memiliki produktivitas yang tinggi.

2) Bawang Merah Varietas Keling

Bawang merah varietas Keling berasal dari daerah Majalengka, Jawa Barat. Varietas Keling baik dibudidayakan di daerah dataran rendah. Pemanenan dapat dilakukan 70 hari setelah masa tanam.

Secara keseluruhan, sifat bawang merah keling sama dengan varietas bima brebes. Varietas keling tahan terhadap serangan penyakit umbi, namun sangat rentan terhadap serangan penyakit busuk ujung daun.

3) Bawang Merah Varietas Medan

Sesuai dengan Namanya, bawang merah varietas medan berasal dari Medan, Sumatera Utara. Bawang merah ini termasuk varietas yang mudah berbunga. Proses pemanenan dapat dilakukan pada hari ke 70 setelah penanaman. Satu rumpun biasanya terdiri dari 6 sampai 12 anakan. Bawang merah medan dapat dibudidayakan di dataran rendah dan dataran tinggi. Varietas medan sangat rentan terhadap serangan penyakit busuk ujung, namun tahan terhadap penyakit busuk umbi.

4) Bawang Merah Sumenep

Bawang merah varietas sumenep berasal dari daerah Sumenep, Madura, Jawa Timur. Bawang merah sumenep dapat dipanen setelah 3 bulan masa tanam. Varietas ini berbeda dengan varietas lainnya karena tahan terhadap serangan penyakit layu fusarium, bercak ungu, dan antraknosa. Budidaya varietas sumenep dapat dilakukan di dataran rendah maupun dataran tinggi. Bawang merah sumenep banyak dijadikan olahan bawang goreng. Hal tersebut dikarenakan bawang merah sumenep memiliki kandungan air rendah dan bertekstur renyah.

5) Bawang Merah Varietas Maja Cipanas

Bawang merah varietas maja berasal dari daerah Cipanas, Cianjur, Jawa Barat. Masa pemanenan dapat dilakukan pada hari ke 60 setelah penanaman. Satu rumpun bawang merah maja terdiri dari 6 sampai 12 umbi. Bawang merah maja dapat berkembang di daerah dataran rendah maupun dataran tinggi. Bawang merah

maja rentan terhadap penyakit busuk ujung daun, namun tahan terhadap penyakit busuk umbi.

2. Olahan Bawang Merah

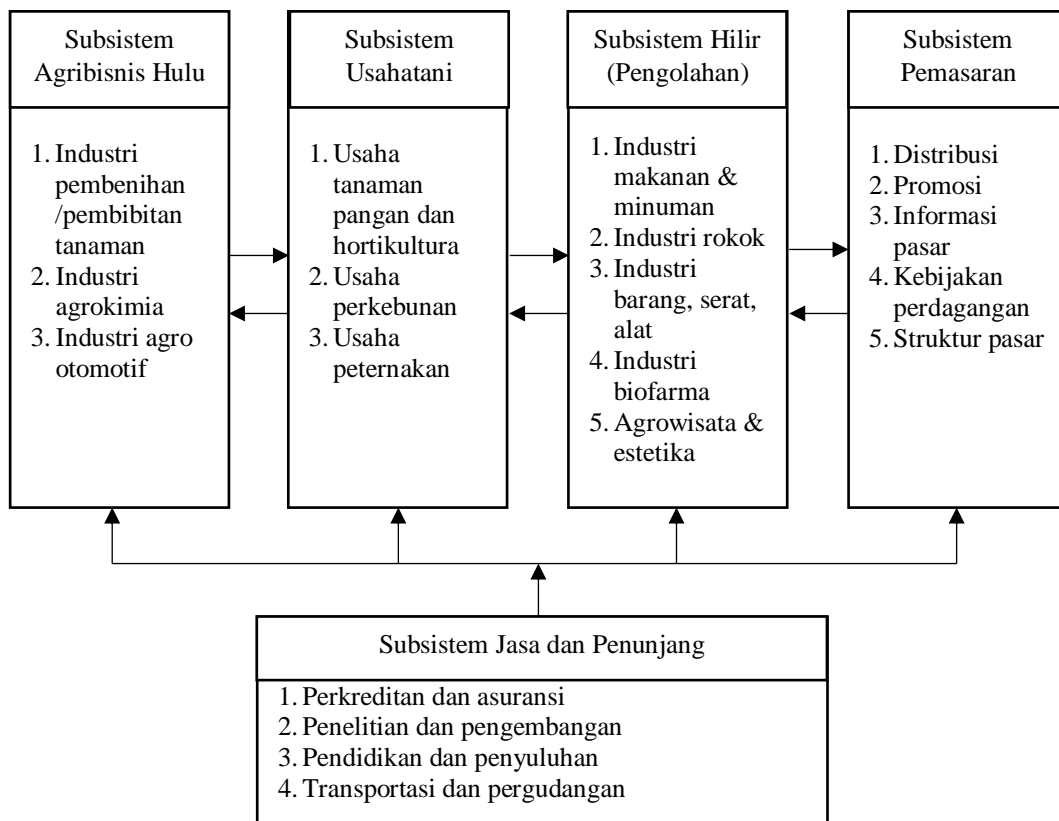
Menurut Ibrahim & Elihami (2020), bawang goreng merupakan salah satu jenis makanan olahan siap saji yang berbahan dasar bawang merah. Bawang goreng dapat memberikan nilai tambah terhadap komoditas bawang merah. Meskipun bawang goreng tidak termasuk ke dalam jenis makanan pokok, namun kebutuhan oleh masyarakat tergolong tinggi. Bawang goreng dijadikan sebagai bahan pelengkap masakan sehari – hari karena dapat menambah cita rasa dan kenikmatan pada makanan.

Bawang merah yang digunakan sebagai bahan baku dalam Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara terdiri dari dua varietas, yaitu bawang merah brebes dan bawang merah sumenep. Akan tetapi, proses pengolahan yang dilakukan tetap sama. Perbedaan hasil bawang goreng antara kedua varietas yang digunakan yaitu, bawang goreng brebes berwarna coklat kemerahan dengan rasa gurih agak manis, sedangkan bawang goreng sumenep berwarna coklat kekuningan dengan rasa yang gurih agak pahit.

Menurut Alam & Rostianti (2014), kualitas bawang goreng yang dihasilkan dari sebuah pengolahan dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain kualitas bahan baku yang digunakan, komposisi bahan pelengkap berupa adonan campuran, dan proses pengolahan yang dilakukan. Malik *et al.* (2017) menyatakan bahwa permasalahan umum yang dialami oleh pengusaha olahan bawang goreng terdapat pada bagian pengadaan. Harga bawang merah sangat berfluktuasi, sehingga biaya produksi dan hasil produksi juga menjadi tidak stabil.

2. Konsep Agribisnis dan Agroindustri

Agribisnis berasal dari kata ‘agri’ atau pertanian dan ‘bisnis’ atau usaha komersial, sehingga dalam arti luas agribisnis dapat didefinisikan sebagai usaha komersial di bidang pertanian dan bidang lainnya yang masih berhubungan langsung dengan kegiatan pertanian. Bidang yang berkaitan, antara lain, usaha produksi alat dan mesin pertanian, sarana produksi pertanian (benih, bibit, pupuk, pestisida, dll); bidang pengolahan dan *manufacturing* hasil pertanian, bidang pemasaran, dan kegiatan penunjang oleh lembaga penyedia kredit, asuransi, konsultasi, transportasi, dan lainnya (Hastuti, 2017). Dengan demikian, sistem agribisnis terdiri dari beberapa subsistem, antara lain subsistem hulu, subsistem usahatani, subsistem hilir (pengolahan), subsistem pemasaran, dan subsistem jasa layanan penunjang. Bagan sistem agribisnis disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2 Bagan sistem agribisnis

Sumber: Saragih, 2010

Menurut Hastuti (2017), berdasarkan uraian mengenai sistem agribisnis yang terdiri dari subsistem hulu sampai hilir serta subsistem penunjang, maka muncul sebuah sistem manajemen agribisnis yang merupakan kegiatan manajemen dalam setiap subsistem agribisnis. Manajemen agribisnis dapat diintegrasikan menjadi satu bidang ilmu dari berbagai disiplin ilmu. Dalam sistem agribisnis dikenal dengan istilah agroindustri yang merupakan bagian dari subsistem hilir atau pengolahan. Kegiatan dalam agroindustri terdiri dari proses pengolahan hasil – hasil pertanian, sedangkan agribisnis berisi serangkaian kegiatan yang berkaitan dengan usaha pertanian.

Agroindustri merupakan gabungan dari dua kata, yaitu “*agricultural*” dan “*industry*” yang dapat didefinisikan sebagai suatu industri pengolahan dengan menggunakan hasil produk pertanian sebagai bahan baku utama. Agroindustri juga dapat didefinisikan sebagai suatu industri penghasil produk yang dapat digunakan sebagai sarana *input* dalam kegiatan usahatani. Dalam arti luas, agroindustri diartikan sebagai industri yang melakukan kegiatan pengolahan hasil pertanian yang berorientasi kepada mutu dan nilai tambah. Kegiatan agroindustri melakukan pengolahan hasil pertanian mulai dari subsistem hulu sampai hilir untuk produk berbentuk pangan maupun non – pangan. Jenis pengolahan agroindustri terbagi menjadi dua macam, yaitu pengolahan sederhana (pemasakan dan pengeringan) dan pengolahan proses panjang. Skala pada agroindustri terdiri dari usaha skala mikro, kecil, menengah, dan besar (Dwiyono, 2019).

Agroindustri merupakan salah satu bagian dari sistem agribisnis yang terdiri dari kegiatan pengolahan hasil – hasil pertanian menjadi bahan setengah jadi yang dapat dikonsumsi langsung atau bahan yang digunakan dalam proses produksi atau usahatani. Agribisnis merupakan subsektor yang memiliki cakupan luas karena meliputi industri subsistem hulu sampai hilir. Pada industri hulu, agroindustri terdiri dari kegiatan yang

memproduksi sarana prasarana untuk kegiatan budidaya. Sementara itu, industri hilir berisi kegiatan pengolahan yang mengolah hasil pertanian (Udayana, 2011).

Menurut Rachman & Sumedi (2002), terdapat beberapa permasalahan umum dalam sebuah pengembangan agroindustri, antara lain (a) produk pertanian bersifat mudah rusak dan *bulky*; (b) produk pertanian bersifat musiman dan dipengaruhi oleh iklim; (c) hasil produk pertanian dan agroindustri umumnya masih berkualitas rendah; dan (d) teknologi yang digunakan masih tergolong rendah. Akan tetapi, terdapat beberapa kelebihan dari karakteristik agroindustri, antara lain (a) terdapat hubungan yang baik antara industri hulu maupun industri hilir; (b) sumberdaya yang digunakan dapat diperbarui; (c) memiliki keunggulan komparatif dan kompetitif di pasar skala internasional maupun domestik; (d) menciptakan lapangan pekerjaan; (e) produk agroindustri sebagian besar bersifat elastis, sehingga dapat meningkatkan keuntungan.

Menurut Nurviana (2016), agroindustri memberikan sumbangan besar terhadap perekonomian yang diwujudkan dengan beberapa bentuk, antara lain (a) menciptakan lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat; (b) meningkatkan kualitas pertanian dan menyediakan pengadaan bahan baku untuk industri pengolahan hasil pertanian; (c) terwujudnya pemerataan pembangunan pertanian ke berbagai daerah; (d) menciptakan nilai tambah produk hasil pertanian.

Beberapa kegiatan yang terdapat dalam sebuah agroindustri, antara lain:

a. Pengadaan dan Pengendalian Persediaan Bahan Baku

Bahan baku merupakan bahan yang secara fisik berhubungan langsung dengan proses produksi dan sangat mempengaruhi proses produksi.

Kelancaran proses produksi dipengaruhi oleh ada tidaknya bahan baku

yang akan diolah. Oleh karena itu, diperlukan sebuah pengendalian terhadap proses pengadaan bahan baku untuk menentukan keputusan terbaik. Pengendalian pengadaan bahan baku dilakukan dengan tujuan untuk mengatur pelaksanaan pengadaan agar bahan baku sesuai dengan jumlah yang dibutuhkan dengan biaya yang minimal. Selain itu, pengendalian pengadaan bahan baku juga berguna untuk mengatur penyimpanan dan pemeliharaan barang agar bahan baku tetap tersedia dalam jumlah yang optimal. Apabila proses pengadaan tidak diatur dengan baik, maka kegiatan produksi dapat terganggu dan berdampak terhadap penurunan hasil produksi (Yusniaji & Widajanti, 2013)

Cahyani (2019), menegaskan bahwa pengendalian pengadaan bahan baku perlu dilakukan untuk menghindari terjadinya *over stock* dan *low stock*. *Over stock* terjadi apabila pengadaan bahan baku terlalu banyak, sehingga dapat menimbulkan kerugian. Sebaliknya, *low stock* terjadi apabila pengadaan bahan baku yang jumlahnya terlalu kecil, sehingga dapat menekan keuntungan yang diperoleh.

Menurut Wulandari *et al.* (2018), pengendalian persediaan bahan baku dapat dilakukan dengan menggunakan perhitungan *Economics Order Quantity* (EOQ), total biaya persediaan, persediaan pengaman (*safety stock*), dan titik pemesanan kembali (*reorder point*). Perhitungan EOQ digunakan untuk mengidentifikasi kuantitas pembelian bahan baku yang optimal agar biaya persediaan dapat diminimalkan. Biaya persediaan terdiri dari biaya pemesanan dan biaya penyimpanan. Siswanto (1985) dalam Barus (2019) menjelaskan bahwa EOQ merupakan model manajemen persediaan yang membantu dalam menentukan pengambilan keputusan mengenai jumlah unit bahan baku yang harus dipesan agar tidak terjadi kelebihan jumlah dan tidak menyebabkan kehabisan persediaan. Apabila hal tersebut terjadi, maka dapat menyebabkan pemberhentian produksi, penundaan pesanan, dan kehilangan laba potensial.

Metode EOQ terdiri dari dua model, yaitu EOQ deterministik dan EOQ probabilistik. Model deterministik digunakan apabila permintaan yang akan datang dapat diketahui secara pasti. Sementara itu, model probabilistik digunakan apabila permintaan yang akan datang tidak dapat diketahui secara pasti (Siswanto, 1985 dalam Barus, 2019). Penelitian ini menggunakan metode EOQ probabilistik karena Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara masih belum konsisten terhadap periode datangnya pesanan bahan baku. Hal tersebut disebabkan karena adanya fluktuasi harga pada bawang merah.

Metode EOQ probabilistik digunakan apabila terdapat satu atau lebih komponen yang bersifat probabilistik atau berupa ketidakpastian, seperti permintaan maupun periode datangnya pesanan (*lead time*). Faktor ketidakpastian komponen tersebut dapat disebabkan oleh lingkungan internal maupun eksternal, sehingga menyebabkan fluktuasi permintaan. Selain itu, ketidakpastian periode datangnya pesanan juga dapat disebabkan karena terdapat masalah dalam proses pengangkutan atau tidak tersedianya bahan baku (Barus, 2019).

Menurut Hernando (2017), terdapat beberapa tahapan dalam menghitung EOQ probabilistik, antara lain:

- 1) Mengetahui penggunaan bahan baku

Penggunaan bahan baku merupakan besaran bahan baku yang digunakan untuk memproduksi produk pada periode tertentu. Setelah diketahui penggunaan bahan baku, maka langkah selanjutnya adalah melakukan peramalan penggunaan bahan baku dengan menggunakan metode kuadrat terkecil.

2) Menghitung biaya pemesanan

Biaya pemesanan yang dihitung terdiri dari beberapa komponen biaya, seperti biaya telepon, ongkos pengiriman, biaya bongkar muat, dll.

3) Menghitung biaya penyimpanan

Biaya penyimpanan dihitung berdasarkan beberapa komponen biaya, seperti biaya gaji pegawai, biaya penyusutan gudang, biaya perawatan gudang, dll.

4) Menghitung biaya kehabisan persediaan (BKP)

Biaya kehabisan terjadi pada saat persediaan bahan baku yang ada tidak mampu mencukupi kebutuhan produksi, sehingga perusahaan melakukan pemesanan tambahan yang jumlahnya lebih sedikit dibandingkan dengan pemesanan sebelumnya.

5) Menghitung *reorder point*

Perhitungan *reorder point* dapat dilakukan melalui beberapa tahapan, sebagai berikut:

- a. Menentukan nilai Q sementara dengan menganggap tidak ada kehabisan, sehingga digunakan rumus berikut:

$$EOQ_s = \sqrt{\frac{2DS}{H}}$$

Keterangan:

EOQ_s = Jumlah pemesanan ekonomis sementara

D = Penggunaan atau permintaan yang diperkirakan per periode waktu

S = Biaya pemesanan

H = Biaya penyimpanan

- b) Menentukan peluang kehabisan untuk mengetahui faktor keamanan dalam menentukan *safety stock*. Perhitungan peluang kehabisan (P(KP)) sebagai berikut:

$$P(KP) = \frac{H \times EOQ_s}{D \times BKP}$$

Keterangan:

P(KP) = Peluang kehabisan persediaan

H = Biaya penyimpanan

EOQ_s = Jumlah pemesanan ekonomis sementara waktu

D = Penggunaan atau permintaan yang diperkirakan per periode waktu

BKP = Biaya kehabisan persediaan

- c) Menentukan *safety stock* untuk berjaga – jaga apabila terjadi fluktuasi permintaan. Sebelum melakukan perhitungan *safety stock*, terlebih dahulu perhitungan standar deviasi dengan rumus sebagai berikut:

$$\sigma_D = \sqrt{\frac{\sum(X - \bar{x})^2}{N}}$$

Keterangan:

σ_D = Standar deviasi

X = Pemakaian sesungguhnya

\bar{x} = Perkiraan pemakaian

N = Jumlah data

Setelah mengetahui standar deviasi, maka langkah selanjutnya adalah melakukan perhitungan *safety stock* dengan rumus sebagai berikut:

$$SS = SD \times Z$$

Keterangan:

SS = *Safety stock*

SD = Standar deviasi

Z = Z tabel kurva normal

- d) Menghitung *reorder point* (ROP)

$$ROP = \text{safety stock} + (\text{lead time} \times Q)$$

Keterangan:

ROP = *Reorder point*

Q = Rata – rata pemakaian bahan baku dalam sehari

- 6) Menghitung pemakaian bahan baku selama *lead time* (K)

Pemakaian bahan baku selama *lead time* dihitung dengan mengalikan antara rata – rata pemakaian bahan baku dalam sehari saat *lead time*.

7) Menghitung nilai probabilitas pemakaian selama *lead time* (K_i)

Probabilitas pemakaian bahan baku selama *lead time* (K_i) diketahui dari frekuensi pemakaian bahan baku selama *lead time* dalam periode tertentu dengan terlebih dahulu menentukan interval K .

8) Menghitung kuantitas pemesanan paling ekonomis (q optimal)

Perhitungan kuantitas pemesanan bahan baku paling ekonomis (q optimal) dilakukan dengan menggunakan rumus berikut:

$$q \text{ optimal} = \sqrt{\frac{2 D(S+BK \times \sum(K_i-ROP) \times P(K_i))}{H}}$$

Keterangan:

q optimal	= Jumlah pemesanan paling ekonomis
D	= Penggunaan atau permintaan yang diperkirakan per periode waktu
S	= Biaya pemesanan
BKP	= Biaya kehabisan persediaan
K_i	= Pemakaian bahan baku selama <i>lead time</i>
ROP	= <i>Reorder point</i>
$P(K_i)$	= Probabilitas selama <i>lead time</i>
H	= Biaya penyimpanan

9) Total biaya persediaan (TIC)

$$TIC = \frac{D}{q \text{ opt}} S + \frac{q \text{ opt}}{2} H$$

Keterangan:

TIC	= <i>Total Inventory Cost</i> (total biaya persediaan)
D	= Penggunaan atau permintaan yang diperkirakan per periode waktu
$q \text{ opt}$	= Jumlah pemesanan paling ekonomis
S	= Biaya pemesanan
H	= Biaya penyimpanan

Menurut Assauri (1999), dalam proses pengadaan bahan baku terdapat enam faktor penting atau disebut enam tepat yang harus diperhatikan, antara lain tepat kuantitas, tepat kualitas, tepat tempat, tepat waktu, tepat harga, dan tepat jenis.

- 1) Tepat waktu, artinya pengadaan bahan baku harus memperhatikan waktu dan disesuaikan dengan kebutuhan bahan baku dalam proses produksi.
- 2) Tepat tempat, artinya lokasi untuk perolehan bahan baku harus mudah dijangkau.
- 3) Tepat harga, artinya harga bahan baku sesuai dengan harga di pasaran dan apabila terjadi perubahan tidak terlalu signifikan.
- 4) Tepat jenis, artinya penggunaan bahan baku sesuai dengan standar jenis yang digunakan oleh agroindustri.
- 5) Tepat kuantitas, artinya bahan baku mampu mencukupi target ketersediaan pada agroindustri, sehingga dapat mencukupi target *output* yang diharapkan.
- 6) Tepat kualitas, artinya bahan baku sesuai dengan standar kualitas yang ditetapkan oleh agroindustri.

b. Proses Pengolahan

Proses pengolahan pada agroindustri merupakan kegiatan untuk mengubah *input* menjadi *output* (hasil produksi). Proses produksi bertujuan untuk memberikan nilai tambah dari produk hasil pertanian yang digunakan sebagai bahan baku. Selain itu, proses pengolahan juga bertujuan untuk menghasilkan keuntungan bagi pemilik agroindustri. Pada proses pengolahan akan dianalisis mengenai nilai tambah dan keuntungan yang diperoleh agroindustri bawang goreng.

1) Teori Nilai Tambah

Nilai tambah merupakan hasil pertambahan nilai dari suatu komoditas yang disebabkan oleh adanya *input* fungsional pada komoditas yang digunakan. Nilai tambah diperoleh dari selisih antara komoditas yang mendapat perlakuan tertentu dengan nilai

pengorbanan yang diberikan selama proses pengolahan berlangsung (Kusuma *et al.*, 2020).

Salah satu metode analisis nilai tambah yang umum digunakan adalah metode Hayami. Analisis nilai tambah Hayami dilakukan dengan mengidentifikasi komponen utama yang terdiri dari *input* yang digunakan, *output* yang dihasilkan, harga bahan baku, harga jual produk, biaya tenaga kerja, dan sumbangan *input* lain. Metode nilai tambah Hayami memiliki beberapa keunggulan, yaitu dapat mengetahui nilai *output* dan besarnya nilai tambah serta mengetahui nilai balas jasa pemilik faktor – faktor produksi (Artika & Marini, 2016). Perhitungan nilai tambah Hayami disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Perhitungan nilai tambah Hayami

No	Keterangan	Rumus Perhitungan
Input, Output, Harga		
1.	<i>Output</i> (kg/produksi)	A
2.	<i>Input</i> (kg/produksi)	B
3.	Tenaga kerja (jam/produksi)	C
4.	Faktor konversi	$D = A/B$
5.	Koefisien tenaga kerja	$E = C/B$
6.	Harga <i>output</i>	F
7.	Upah rata - rata tenaga kerja (Rp/produksi)	G
Nilai Tambah dan Keuntungan		
8.	Harga bahan baku (Rp/kg)	H
9.	Nilai <i>input</i> lain (Rp/kg)	I
10.	Nilai <i>output</i> (Rp/kg)	$J = D \times F$
11.	(a) Nilai tambah (Rp/kg)	$K = J - I - H$
	(b) Rasio nilai tambah (%)	$L\% = (K/J) \times 100\%$
12.	(a) Imbalan tenaga kerja (Rp/kg)	$M = E \times G$
	(b) Bagian tenaga kerja (%)	$N\% = (M/K) \times 100\%$
13.	(a) Keuntungan (Rp/kg)	$O = K - M$
	(b) Tingkat keuntungan (%)	$P\% = (O/K) \times 100\%$
Balas Jasa Faktor Produksi		
14.	Margin keuntungan (Rp/kg)	$Q = J - H$
	(a) Keuntungan (Rp/kg)	$R = O/Q \times 100\%$
	(b) Tenaga kerja (%)	$S = (M/Q) \times 100\%$
	(c) Input lain (%)	$T = (I/Q) \times 100\%$

Sumber: Hayami *et al.* (1987)

Keterangan :

- A = *Output*/total produksi bawang goreng yang dihasilkan agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara
- B = *Input*/bahan baku bawang merah yang digunakan
- C = Tenaga kerja yang digunakan dalam produksi bawang goreng dihitung dalam satuan jam
- F = Harga produk yang berlaku pada satu periode analisis
- G = Jumlah upah rata-rata tenaga kerja dalam satu periode produksi, yang dihitung berdasarkan upah per jam
- H = Harga *Input* bahan baku utama bawang goreng per kilogram pada saat periode analisis
- I = Sumbangan/biaya *Input* lainnya yang terdiri dari biaya bahan baku pendukung, biaya pengemasan

Menurut Hasanah (2015), hasil perhitungan nilai tambah Hayami menghasilkan beberapa informasi, antara lain (a) besarnya perolehan nilai tambah (Rp); (b) persentase nilai tambah dari nilai produk (%); (c) besarnya imbalan yang diterima tenaga kerja; (d) persentase imbalan tenaga kerja dan nilai tambah yang dihasilkan (%); nilai keuntungan yang diperoleh pengusaha agroindustri (Rp); (e) persentase keuntungan terhadap nilai tambah (%); (f) nilai kontribusi pemilik faktor produksi selain bahan baku yang digunakan dalam proses produksi (Rp); (g) persentase pendapatan tenaga kerja langsung terhadap margin (%); (h) persentase keuntungan perusahaan terhadap margin (%); dan (i) persentase sumbangan *input* lain terhadap margin (%).

2) Teori Keuntungan

Keuntungan atau laba memiliki pendefinisian biaya yang berbeda dalam lingkup ekonomi murni dan akuntansi. Keuntungan dalam ilmu ekonomi murni didefinisikan sebagai sebuah peningkatan kekayaan investor dari hasil penanaman modal setelah dikurangi dengan biaya – biaya yang berhubungan dengan penanaman modal. Sementara itu, keuntungan dalam ilmu akuntansi

didefinisikan sebagai selisih antara pendapatan dengan biaya produksi (Baene, 2020).

Menurut Kartadinata (2000), terdapat beberapa pengertian yang harus dipahami dalam menganalisis keuntungan, antara lain:

- a) Pendapatan merupakan jumlah produksi yang dihasilkan dalam kegiatan usaha dikalikan dengan harga jual yang berlaku di pasar.
- b) Beban produksi merupakan semua pengeluaran dalam usaha yang dinyatakan dalam uang untuk menghasilkan produksi.
- c) Keuntungan bersih merupakan pendapatan yang dikurangi dengan total beban produksi atau pendapatan kotor dikurangi dengan beban variabel dan beban tetap.

Besarnya keuntungan agroindustri menurut Kartadinata (2000), dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\Pi = \text{Pendapatan Total} - \text{Biaya Operasional}$$

$$\Pi = (Y \cdot P_y) - (\sum X_i \cdot P_{X_i} + BOP)$$

Keterangan:

Π = Keuntungan (Rp)

Y = Hasil produksi (Kg)

P_y = Harga hasil produksi (Rp/Kg)

X_i = Faktor produksi variabel ($i= 1,2,3,\dots,n$)

P_{X_i} = Harga faktor produksi ke-I (Rp)

BOP = Biaya *overhead* pabrik (Rp)

Menurut Suroto (2000), pendapatan didefinisikan sebagai keseluruhan penerimaan dalam bentuk uang maupun barang yang diterima dari pihak lain atau dari hasil produksi yang dinilai dengan satuan uang yang berlaku pada saat itu. Pendapatan dijadikan sebagai sumber penghasilan untuk memenuhi kebutuhan hidup dan menunjang keberlangsungan hidup. Pendapatan dapat diperoleh dari upah, gaji, sewa, deviden, atau keuntungan yang

diukur dalam jangka waktu tertentu. Jangka waktu perolehan pendapatan dapat diukur dalam jangka waktu seminggu, sebulan, setahun, atau jangka waktu yang lebih lama. Pendapatan diperoleh dari adanya aktivitas produktif, karena arus pendapatan dapat timbul akibat adanya jasa produktif dari masyarakat ke bisnis.

Biaya operasional merupakan faktor yang mempengaruhi besar kecilnya keuntungan yang diperoleh oleh suatu perusahaan. Biaya operasional didefinisikan sebagai biaya – biaya yang dikeluarkan untuk menjalankan kegiatan perusahaan atau proses produksi. Dalam sebuah perusahaan, meskipun kegiatan produksi dan operasional berjalan dengan baik tetapi tidak didukung dengan pengendalian biaya – biaya yang dikeluarkan, maka akan menyebabkan kenaikan biaya. Kenaikan total biaya produksi akan mempengaruhi tingkat penjualan karena biaya produksi yang dikeluarkan menjadi penentu besarnya harga jual produk atau jasa, sehingga akan berdampak juga terhadap besarnya keuntungan yang diperoleh (Fathony & Wulandari, 2020).

Menurut Setiawan (2021), biaya operasional terdiri dari biaya produksi langsung dan tidak langsung. Biaya produksi langsung meliputi biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung, sedangkan biaya produksi tidak langsung meliputi Biaya *Overhead* Pabrik (BOP). Berikut merupakan uraian terkait unsur – unsur biaya operasional:

- a) Biaya bahan baku merupakan biaya yang dikeluarkan untuk membeli *input* utama atau bahan baku dalam proses produksi untuk diolah menjadi *output* atau hasil produksi.
- b) Biaya tenaga kerja langsung merupakan biaya dalam bentuk upah atau gaji yang dikeluarkan sebagai bentuk bayaran atas jasa tenaga kerja yang langsung terlibat dalam kegiatan produksi.

- c) Biaya *Overhead* Pabrik (BOP) merupakan biaya penunjang dalam kegiatan produksi. Beberapa biaya yang termasuk ke dalam BOP, antara lain biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya penyusutan, biaya listrik, biaya asuransi, biaya telepon, dll.

Perhitungan biaya produksi dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *full costing* karena metode tersebut dapat menyajikan biaya produksi yang sesungguhnya. Menurut Iryanie & Handayani (2019), metode *full costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang dilakukan dengan menghitung seluruh biaya yang digunakan dalam sebuah perusahaan atau industri, yaitu dengan memasukkan biaya produksi tetap dan biaya produksi variabel.

c. Kegiatan Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang sangat penting dalam sebuah agroindustri. Kegiatan pemasaran meliputi proses pengenalan produk kepada konsumen potensial. Dalam sebuah agroindustri, pemasaran menjadi faktor penting untuk mendorong peningkatan penjualan dan perolehan keuntungan. Pengetahuan mengenai pemasaran sangat penting bagi sebuah pengusaha ketika menghadapi masalah, seperti menurunnya daya beli konsumen yang menyebabkan penurunan pendapatan. Pelaksanaan kegiatan pemasaran harus didukung oleh strategi pemasaran agar produk yang dikenalkan kepada konsumen tepat sasaran.

Strategi pemasaran merupakan suatu langkah kegiatan yang bertujuan agar suatu unit usaha dapat mencapai sasaran atau tujuannya. Suatu usaha atau investasi memerlukan adanya strategi persaingan yang tepat agar usaha yang dijalankan dapat mencapai keberhasilan. Dalam

strategi persaingan terdapat unsur – unsur strategi persaingan, antara lain menetapkan segmentasi pasar, menetapkan pasar sasaran, dan menentukan posisi pasar. Unsur – unsur tersebut sering disebut dengan bauran pemasaran yang dapat didefinisikan sebagai strategi pemasaran yang dilakukan untuk mencapai tujuan industri dan konsumen (Dysyandi *et al.*, 2019). Menurut Sefudin (2017), bauran pemasaran (*marketing mix*), dapat dikelompokkan menjadi empat variabel yang disebut dengan 4P yaitu *product* (produk), *place* (tempat), *price* (harga), dan *promotion* (promosi). Variabel 4P tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Produk (*Product*)

Produk merupakan barang atau jasa yang ditawarkan di pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk dalam bentuk barang memiliki keragaman kualitas, desain, merek, ciri, ukuran, dan kemasan. Produk dalam bentuk jasa meliputi orang, acara, tempat, atau ide. Produk yang dimaksud dalam bauran pemasaran merupakan produk yang memiliki kualitas baik dengan harga relatif terjangkau. Produk yang ditawarkan perlu ditampilkan brand atau merek agar menjadi daya tarik konsumen untuk memilih produk yang ditawarkan.

2) Harga (*Price*)

Harga merupakan nilai dalam satuan uang yang diberikan kepada suatu barang. Hal yang perlu ditampilkan pada harga meliputi daftar harga, potongan atau diskon, periode pembayaran, dan syarat kredit. Harga merupakan elemen penting yang ada pada suatu produk karena harga menjadi sebuah kunci utama bagi konsumen untuk membeli barang. Penentuan harga menjadi kekuatan dalam strategi persaingan dalam pasar.

3) Tempat (*Place*)

Tempat merupakan hal yang berkaitan dengan akses lokasi maupun proses distribusi produk. Lokasi menjadi hal yang penting dalam sebuah pemasaran karena berkaitan dengan *after – sales satisfaction* maupun *before – sales satisfaction* pelanggan.

Distribusi juga merupakan hal yang penting karena di dalamnya meliputi saluran pemasaran, cakupan pemasaran, penentuan lokasi, dan penentuan transportasi.

4) Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan kegiatan yang terdiri dari komunikasi terhadap calon pelanggan untuk memberikan penjelasan dan meyakinkan terkait barang atau jasa yang ditawarkan. Kegiatan promosi terdiri dari penjualan, periklanan, *public relation*, dan pemasaran langsung. Promosi merupakan alat utama yang digunakan dalam memasarkan sebuah produk. Biasanya, suatu perusahaan atau industri menggunakan uang dalam jumlah besar untuk melakukan sebuah promosi. Alat yang dapat digunakan dalam promosi meliputi iklan media cetak atau media elektronik, brosur, baliho, dan *sponsorship*.

Analisis bauran pemasaran dalam penelitian ini dilihat berdasarkan perspektif produsen. Bauran pemasaran dianalisis secara deskriptif berdasarkan kenyataan yang terjadi pada Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara dengan melihat beberapa indikator dari setiap atribut. Indikator bauran pemasaran yang akan dianalisis disajikan pada Tabel 10.

3. Preferensi Konsumen

Analisis preferensi konsumen merupakan analisis yang bertujuan untuk mengetahui apa yang disukai dan tidak disukai konsumen serta untuk menentukan urutan kepentingan dari atribut suatu produk (Sokoastri, 2020). Menurut Aiman *et al.* (2017), preferensi konsumen merupakan sesuatu yang perlu dianalisis dan dipahami dalam melakukan pemasaran produk. Pemahaman mengenai preferensi konsumen erat kaitannya dengan proses pemasaran karena pelaku usaha dapat mengetahui apa yang diminati konsumen untuk selanjutnya melakukan pemasaran produk atau jasa yang sesuai dengan keinginan konsumen. Apabila hal tersebut terjadi, maka akan tercipta strategi pemasaran yang berkelanjutan.

Preferensi konsumen dapat diketahui dengan melakukan pengukuran terhadap nilai kegunaan dan nilai kepentingan dari atribut – atribut yang terdapat pada suatu produk. Atribut merupakan sifat atau fisik yang ditampilkan pada suatu produk yang dapat memberikan daya tarik untuk mempengaruhi konsumen. Penilaian konsumen terhadap produk merupakan gambaran dari sikap konsumen terhadap suatu produk dan mencerminkan perilaku konsumen dalam melakukan pembelian atau konsumsi suatu produk tertentu (Putri, 2017).

Produksi bawang goreng yang ada di Indonesia cukup banyak, namun tentunya ada olahan bawang goreng yang menjadi preferensi konsumen ketika melakukan pembelian. Demikian juga, jenis varietas bawang merah yang digunakan Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara berbeda, yaitu varietas brebes dan varietas sumenep. Kedua jenis bawang merah tersebut memiliki perbedaan karakteristik. Oleh karena itu, dalam penelitian dilakukan analisis preferensi konsumen bawang goreng untuk mengetahui atribut apa saja yang menjadi preferensi konsumen dalam membeli bawang goreng.

Analisis konjoin merupakan salah satu modul di dalam *Statistical Program for Social Sciences* (SPSS) dan termasuk dalam statistika multivariat yang digunakan untuk memperoleh kombinasi dari atribut – atribut pada barang atau jasa yang menjadi preferensi atau kesukaan konsumen. Preferensi konsumen dapat digambarkan dari hasil analisis konjoin berdasarkan analisis *consumer trade-offs* dari berbagai atribut produk. Asumsi model konjoin adalah bahwa produk dapat didefinisikan sebagai suatu serial dari tingkatan atribut spesifik dan utilitas konsumen total ditentukan berdasarkan utilitas parsial (*part – worths*) yang diberikan dari setiap tingkatan atribut produk. Hasilnya akan memberikan identifikasi kombinasi atribut yang paling disukai oleh konsumen dan akan memberikan hasil dari identifikasi kepentingan relatif setiap atribut produk (Adelawati, 2020).

Menurut Hair *et al.* (2010), terdapat tiga metode presentasi rancangan stimuli yang dapat digunakan dalam analisis konjoin, antara lain:

a. Metode *Full Profile*

Pendekatan *full profile* merupakan metode yang setiap stimulinya berisi seluruh atribut dengan berbagai kombinasi level. Metode ini dapat mengurangi sejumlah stimuli dengan menggunakan *fractional factorial design*.

b. Metode *Pairwise Comparison*

Metode *pairwise comparison* disebut juga dengan metode evaluasi dua faktor karena responden akan melakukan evaluasi terhadap dua faktor secara bersamaan sampai semua kemungkinan kombinasi terevaluasi. Dalam penggunaan metode ini, biasanya tidak semua atribut dimasukkan ke dalam stimuli seperti pada metode *full profile*, melainkan hanya sebagian dari atribut yang telah ditentukan.

c. Metode *Trade-Off*

Keuntungan penggunaan metode *trade – off* yaitu dapat lebih mudah dipahami oleh responden dan dapat menghindari dua atribut dalam satu waktu. Akan tetapi, metode ini juga memiliki kelemahan yaitu hanya dapat membandingkan dua atribut dalam suatu waktu. Apabila atribut dan level yang digunakan semakin banyak, maka akan semakin banyak matriks *trade-off* yg harus dievaluasi.

Penelitian ini menggunakan metode presentasi *full profile* karena atribut yang digunakan berjumlah empat, yaitu harga, kerenyahan, rasa, dan warna. Menurut Hair *et al.* (2010), metode *full profile* direkomendasikan untuk digunakan apabila atribut yang dianalisis berjumlah enam atau kurang dari enam. Adhi & Safitri (2011) menegaskan bahwa penggunaan metode *full profile* lebih populer digunakan karena metode tersebut dapat membandingkan atribut secara keseluruhan. Penilaian dengan metode *full profile* bersifat parsial, sehingga penilaiannya dianggap dapat mendekati keadaan sesungguhnya atau lebih realistis.

4. Jasa Layanan Pendukung

Subsistem jasa layanan pendukung merupakan kelembagaan yang melaksanakan kegiatan dengan tujuan untuk mendukung dan memberikan pelayanan untuk mengembangkan kegiatan dari subsisten hulu hingga hilir pada suatu usahatani yang di dalamnya juga termasuk kegiatan pengolahan atau agroindustri. Lembaga – lembaga yang terlibat di dalamnya antara lain, lembaga keuangan, lembaga penyuluhan, pasar, sarana transportasi, sarana teknologi informasi dan komunikasi, serta lembaga pemerintah (Maulidah, 2012).

Lembaga keuangan merupakan lembaga yang memberikan layanan dalam bentuk keuangan, seperti perbankan. Lembaga keuangan memberikan layanan keuangan berupa pinjaman atau perkreditan. Kredit digunakan

untuk memenuhi kebutuhan modal dalam menjalankan kegiatan produksi. Selain memberikan layanan perkreditan, lembaga keuangan juga memberikan layanan berupa asuransi. Kegiatan penyuluhan dilakukan oleh para penyuluh sebagai komunikator yang berperan sebagai pembimbing, guru, pembimbing, penyampai informasi, atau sebagai mitra. Pasar merupakan tempat berlangsungnya kegiatan jual beli. Sarana transportasi merupakan penyedia layanan akses transportasi untuk menunjang berlangsungnya kegiatan mulai dari proses pengadaan hingga pemasaran. Lembaga teknologi sarana informasi dan komunikasi menjadi lembaga penunjang yang memberikan layanan dalam bentuk teknologi atau media yang memudahkan segala macam bentuk kegiatan. Lembaga pemerintah memiliki tanggung jawab dan wewenang dalam menjalankan tugas pemerintahan (Hulopi *et al.*, 2018).

5. Kajian Peneliti Terdahulu

Kajian peneliti terdahulu digunakan sebagai bahan referensi dan pembandingan antara penelitian yang dilakukan dengan penelitian sebelumnya. Kajian penelitian terdahulu juga digunakan untuk mengetahui perbedaan dan persamaan pada kajian yang berjudul “Analisis Keragaan dan Preferensi Konsumen Bawang Goreng di Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara Kecamatan Ciomas, Kabupaten Bogor”. Terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian yang dilakukan dengan penelitian terdahulu. Berdasarkan kajian penelitian terdahulu, sudah banyak peneliti yang melakukan penelitian untuk analisis keragaan agroindustri. Akan tetapi, masih sangat sedikit yang melakukan analisis keragaan agroindustri bawang goreng.

Persamaan penelitian yang dilakukan dengan penelitian terdahulu terletak pada penggunaan metode analisis. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis pengadaan bahan baku, bauran pemasaran, dan peran jasa layanan pendukung. Analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk

menghitung pengendalian pengadaan bahan baku, nilai tambah, keuntungan, dan preferensi konsumen. Selain itu, persamaan lainnya terletak pada metode penelitian dengan menggunakan metode penelitian studi kasus yang dilakukan pada Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara dan konsumen bawang goreng Dua Saudara.

Perbedaan antara topik analisis keragaan dan preferensi konsumen bawang goreng di Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara dengan penelitian sebelumnya yaitu menganalisis agroindustri di lokasi yang berbeda dan belum pernah ada penelitian terkait topik yang diambil di lokasi tersebut. Selain itu, pada penelitian terdahulu belum ada yang memadukan dua analisis yang berbeda antara analisis keragaan agroindustri dengan preferensi konsumen bawang goreng dengan menggunakan metode konjoin. Kajian penelitian terdahulu dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Kajian penelitian terdahulu

No	Judul/Peneliti/Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1.	Analisis Keragaan Agroindustri Klanting di Desa Gantimulyo Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur/Aidawati, Murniati, & Riantini /2021	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis pengadaan bahan baku pada agroindustri kelanting. 2. Menganalisis keuntungan pada agroindustri. 3. Menganalisis bauran pemasaran pada agroindustri klanting. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis pengadaan bahan baku menggunakan metode 6 tepat. 2. Analisis menggunakan rumus Soekartawi. 3. Analisis bauran pemasaran terdiri dari 7P. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengadaan bahan baku telah memenuhi kriteria tepat tempat dan tepat harga, namun belum memenuhi kriteria tepat jenis, tepat kualitas, tepat kuantitas, dan tepat waktu. 2. Unit usaha kelanting menguntungkan. 3. Strategi pemasaran menekankan kepada bauran sumber daya manusia, produk, tempat, lingkungan fisik, dan proses.
2.	Keragaan Agroindustri Bacang Ayam El Shaddai Food Melalui Pemasaran Konvensional dan Online di Kecamatan Penjaringan, Kota Jakarta Utara/ Faviana & Lestari /2021	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis pengadaan bahan baku. 2. Menganalisis biaya pokok produksi. 3. Menganalisis keragaan pasar. 4. Menganalisis pemanfaatan jasa layanan pendukung. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis pengadaan bahan baku menggunakan metode 6 tepat. 2. Perhitungan biaya pokok dengan menghitung biaya total dan produk yang dihasilkan. 3. Analisis keragaan pasar menggunakan margin pemasaran. 4. Analisis jasa layanan penunjang dilihat dari ketersediaan dan pemanfaatan jasa layanan pendukung. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengadaan bahan baku pada Agroindustri El Shaddai Food sudah memenuhi komponen enam tepat. 2. Agroindustri El Shaddai Food menguntungkan. 3. Saluran distribusi I yang dibagi melalui konvensional dan online merupakan saluran distribusi yang paling efisien. 4. Jasa layanan pendukung yang sudah dimanfaatkan maksimal adalah pasar dan sarana transportasi.
3.	Analisis Keragaan Agroindustri Tahu Kulit di Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung/ Shafira, Lestari, & Affandi/2018	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis pengadaan bahan baku. 2. Menganalisis kinerja produksi. 3. Menganalisis pendapatan agroindustri. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis pengadaan bahan baku menggunakan elemen kuantitas, kualitas, waktu, biaya, dan organisasi. 2. Analisis kinerja produksi dilihat dari aspek 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengadaan bahan baku sudah sesuai dengan elemen yang dianalisis. 2. Kinerja pada tiga agroindustri tahu belum baik karena belum memenuhi komponen produktivitas dan fleksibilitas.

Tabel 4. Lanjutan

No	Judul/Peneliti/Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
		<ol style="list-style-type: none"> 4. Menganalisis nilai tambah produk. 5. Mengetahui bauran pemasaran. 6. Menganalisis peranan jasa layanan pendukung bagi agroindustri. 	<ol style="list-style-type: none"> 3. produktivitas, kapasitas, kualitas, kecepatan pengiriman, dan fleksibilitas. 4. Analisis pendapatan menggunakan rumus Soekartawi. 5. Perhitungan nilai tambah menggunakan metode Hayami. 6. Analisis bauran pemasaran berupa 4 P. 7. Analisis jasa layanan penunjang dilihat dari pemanfaatan lembaga – penunjang. 	<ol style="list-style-type: none"> 3. Pendapatan per produksi untuk tiga agroindustri tahu menguntungkan atau layak untuk diusahakan. 4. Nilai tambah pada tiga agroindustri memberikan nilai tambah positif sehingga usaha agroindustri layak untuk dikembangkan. 5. Kegiatan pemasaran tahu kulit ketiga agroindustri telah menerapkan bauran pemasaran 4P. 6. Jasa layanan pendukung sudah dimanfaatkan oleh ketiga agroindustri tersebut dan berdampak positif bagi kelancaran kegiatan tiga agroindustri tahu.
4.	Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Kopi Dekafeinasi Ghalkoff di Bandar Lampung/ Balqis, Abidin, & Situmorang/2022	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengidentifikasi atribut-atribut yang menjadi preferensi konsumen terhadap pembelian kopi dekafeinasi Ghalkoff dilihat dari tingkat kepentingan atribut. 2. Mengidentifikasi atribut apa yang paling dipertimbangkan konsumen dalam membeli kopi dekafeinasi Ghalkoff. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis data menggunakan analisis konjoin. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Preferensi konsumen terhadap pembelian kopi bubuk dekafeinasi Ghalkoff mengacu pada pilihan produk kopi bubuk dengan aroma tajam dan khas yang memiliki tekstur lembut dengan harga yang terjangkau serta mudah diperoleh oleh konsumen. 2. Berdasarkan tingkat kepentingan atribut, konsumen akan mempertimbangkan pembelian kopi bubuk dekafeinasi Ghalkoff berdasarkan aroma kopi bubuk dekafeinasi.

Tabel 4. Lanjutan

No	Judul/Peneliti/Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
5.	Preferensi dan Tingkat Kepuasan Konsumen Banana Crispy pada Dua Umkm di Kecamatan Gedong Tataan / Nufus, Sayekti, & Adawiyah/2022	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis preferensi atribut. 2. Menganalisis perbandingan preferensi kedua produk banana crispy di dua UMKM. 3. Menganalisis tingkat kepuasan dan pengambilan keputusan konsumen terhadap produk banana crispy di dua UMKM. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis preferensi dan keputusan pembelian menggunakan skala likert. 2. Analisis tingkat kepuasan konsumen menggunakan metode <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atribut yang unggul di Banana Melted Lampung adalah atribut ukuran, sedangkan atribut yang unggul di Banana Monalisa adalah atribut kemudahan memperoleh. 2. Konsumen merasa sangat puas terhadap banana crispy merek Banana Melted Lampung, sedangkan pada Banana Monalisa konsumen merasa puas.
6.	Keragaan Agroindustri Kelapa Parut Kering (<i>Desiccated Coconut</i>) (Studi Kasus Pada Agroindustri Kelapa Parut Kering di Desa Cidadali Kecamatan Cikalong Kabupaten Tasikmalaya/Bahtiar, Noor, & Setia/2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui proses produksi agroindustri. 2. Mengetahui besarnya penerimaan dan pendapatan agroindustri. dalam satu kali proses produksi. 3. Mengetahui besarnya <i>Price Cost Margin</i> (PCM) agroindustri dalam satu kali proses produksi. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proses produksi menggunakan analisis deskriptif kualitatif. 2. Analisis usaha menggunakan analisis biaya, perhitungan penerimaan, dan perhitungan pendapatan. 3. Analisis PCM menggunakan rumus $PCM = (TR-TC)/TR$ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keragaan produksi agroindustri kelapa parut kering (<i>dessicated coconut</i>) sesuai dengan kriteria pasaran. 2. Penerimaan yang diperoleh sebesar Rp28.600.000 dan pendapatan sebesar Rp1.955.000. 3. Nilai rasio keuntungan terhadap total biaya dalam satu kali proses produksi sebesar 0,7 %. Artinya perusahaan tidak dapat menaikkan harga produk.
7.	Keragaan Karakteristik Pengrajin dan Agroindustri Gula Aren di Kecamatan Benai Kabupaten Kuantan Singingi/Maharani, Edwina, Rosnita, & Muslimah/ 2017	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui karakteristik pengrajin gula aren. 2. Mengetahui sistem pengadaan bahan baku pada pengolahan gula aren. 3. Menganalisis pendapatan dalam agroindustri gula aren. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karakteristik pengrajin gula aren dianalisis secara deskriptif. 2. Pengadaan bahan baku diketahui dengan wawancara dan survei langsung. 3. Analisis pendapatan menggunakan rumus Soekartawi. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karakteristik pengrajin gula aren dilihat dari umur termasuk umur yang tidak produktif (>50 tahun), pendidikan rata-rata pengrajin adalah SD, jumlah tanggungan keluarga terbanyak 1-3 (45,50 %), dan pengalaman beragroindustri lebih dari 30 tahun.

Tabel 4. Lanjutan

No	Judul/Peneliti/Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
				2. Beban biaya yang dikeluarkan adalah untuk bahan kayu bakar dan biaya terkecil digunakan untuk penggunaan bahan daun manggis. 3. Pendapatan bersih yang diperoleh pengrajin rata – rata sebesar Rp392.243/bulan dengan efisiensi usaha rata – rata sebesar 1.39.
8.	Keragaan Usaha dan Nilai tambah pada Agroindustri Keripik Tike (Studi Kasus di Desa Jumbleng Kecamatan Losarang Indramayu)/ Djuwendah, Trimo, & Sonjanawati/2018	1. Menganalisis keragaan usaha agroindustri keripik tike. 2. Menganalisis besarnya nilai tambah agroindustri keripik tike.	1. Metode analisis untuk keragaan agroindustri dilakukan survei dan wawancara langsung ke lokasi. 2. Analisis nilai tambah menggunakan metode Hayami.	1. Pengadaan bahan baku diperoleh dari Kecamatan Karangwetan, Kampung laut, dan Pantai Harapan Jaya Kabupaten Bekasi dengan harga Rp16.000 s,d 18.000/Kg. Terjadi keterbatasan bahan baku tike. Tenaga kerja yang digunakan berasal dari desa. Sumber modal penyedia bahan baku berupa modal pribadi dan modal pinjaman. 2. Nilai tambah per kilogram bahan baku adalah Rp 35.320 dan rasio nilai tambah sebesar 45,99 %. Keuntungan per nilai tambah yaitu sebesar 30,36 %.
9.	Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Kopi Bogor di Tiga Kedai Kopi Bogor/ Ruslan, Yoesdiarti, & Miftah/2020	1. Mengidentifikasi proses pengambilan keputusan konsumen terhadap pembelian kopi Bogor. 2. Menganalisis tingkat kepentingan dan kepercayaan konsumen terhadap atribut Kopi Bogor.	1. Analisis preferensi konsumen menggunakan metode Analisis Fishbein. 2. Analisis untuk mengukur hubungan antara harapan konsumen dan prioritas peningkatan kualitas atribut kopi Bogor menggunakan	1. Motivasi dalam pembelian kopi Bogor yaitu citarasa, alternatif pertimbangan konsumen dalam mengkonsumsi kopi Bogor adalah rasa, dan keputusan melakukan pembelian adalah karena teman. 2. Atribut yang dianggap penting dalam Kopi Bogor robusta adalah

Tabel 4. Lanjutan

No	Judul/Peneliti/Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
		3. Menganalisis preferensi konsumen terhadap Kopi Bogor.	<i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).	citarasa dan penyajian serta kondisi ampas kopi dan keasaman.
10.	Analisis Preferensi Konsumen Buah Jeruk di Pasar Keputran Utara, Surabaya/ Priyambodo, Sastryawanto, & Hermawati/2019	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui hubungan antara atribut buah jeruk dengan konsumsi buah jeruk di pasar Keputran Utara Surabaya. 2. Mengetahui atribut buah jeruk yang merupakan preferensi konsumen di pasar Keputran Utara Surabaya. 3. Mengetahui atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam keputusan untuk membeli buah jeruk di pasar Keputran Utara Surabaya. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifikasi hubungan antara buah jeruk dengan atribut buah jeruk menggunakan analisis Chi Square. 2. Penentuan atribut buah jeruk yang paling dipertimbangkan oleh konsumen, menggunakan multiatribut Fishbein. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Buah jeruk yang menjadi preferensi konsumen di pasar Keputran Utara Surabaya adalah buah jeruk yang mempunyai rasa manis, berwarna orange, dan yang berukuran kecil. 2. Atribut buah jeruk yang paling dipertimbangkan dalam keputusan pembelian buah jeruk di Pasar Keputran Utara Surabaya adalah atribut warna. 3. Pertimbangan konsumen dalam memutuskan pembelian buah jeruk (1) Keyakinan = rasa (4,00) korelasi signifikan; (2) Evaluasi = rasa (4,7) korelasi signifikan.
11.	Analisis Keragaan Agroindustri Kopi Luwak: Studi Kasus Pada Agroindustri Ratu Luwak Di Kecamatan Balik Bukit Kabupaten Lampung Barat/ Laksono, Prasmatiwi, & Saleh/2022	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis manajemen pengadaan bahan baku. 2. Menganalisis harga pokok produksi, nilai tambah, dan keuntungan. 3. Menganalisis pemasaran agroindustri kopi luwak. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis pengadaan bahan baku menggunakan <i>economic order quantity</i> (EOQ). 2. Perhitungan harga pokok produksi menurut Kartadinata. 3. Perhitungan nilai tambah menggunakan Metode Hayami. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengadaan bahan baku belum ekonomis, perlu adanya penyesuaian pengadaan bahan baku seperti pada perhitungan EOQ. 2. Nilai tambah yang dihasilkan NT>0 dan keuntungan yang positif. 3. Analisis saluran pemasaran yang dilakukan hanya menerapkan saluran pemasaran tingkat nol dari produsen langsung ke konsumen.

Tabel 4. Lanjutan

No	Judul/Peneliti/Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
			4. Perhitungan keuntungan menggunakan rumus Kartadinata. 5. Analisis saluran pemasaran dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif.	
12.	Keragaan Agroindustri Tempe Anggota Primkopti Kabupaten Pesawaran/ Anggraeni, Lestari, & Indriani/2017	1. Mengetahui proses pengadaan bahan baku. 2. Menganalisis pendapatan dan nilai tambah produk. 3. Menganalisis bauran pemasaran, rantai pemasaran, dan margin pemasaran. 4. Menganalisis peranan jasa layanan pendukung.	1. Analisis pendapatan menggunakan rumus Soekartawi. 2. Perhitungan nilai tambah menggunakan Metode Hayami. 3. Analisis margin pemasaran dihitung menggunakan rumus $MP = Pr - Pf$. 4. Bauran pemasaran dianalisis dengan 4P. 5. Analisis jasa layanan penunjang berdasarkan ketersediaan dan pemanfaatan jasa layanan pendukung.	1. Pengadaan bahan baku agroindustri tempe di Kabupaten Pesawaran belum sesuai dengan 6 tepat. 2. Agroindustri tempe menguntungkan dan layak diusahakan. Nilai tambah agroindustri tempe bertanda positif dan layak untuk dikembangkan. 3. Strategi pemasaran agroindustri tempe sudah menggunakan komponen <i>marketing mix</i> (4P). 4. Rantai pemasaran pada agroindustri tempe terdiri dari dua saluran yaitu produsen langsung ke konsumen dan produsen ke pedagang lalu langsung ke konsumen. 5. Sistem pemasaran pada agroindustri tempe ini belum efisien. 6. Jasa layanan pendukung yang menunjang agroindustri tempe yaitu teknologi informasi dan komunikasi, sarana transportasi, dan pasar.
13.	Keragaan Agroindustri Mi Basah di Kota Bandar Lampung Dan Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Diversifikasi	1. Mengetahui proses pengadaan bahan baku. 2. Menganalisis pendapatan dan nilai tambah.	1. Analisis pendapatan menggunakan rumus Soekartawi.	1. Pengadaan bahan baku Agroindustri MBMSS 99 sudah sesuai dengan konsep 6 tepat. 2. Seluruh produk mi basah menguntungkan untuk diusahakan.

Tabel 4. Lanjutan

No	Judul/Peneliti/Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
	Pangan/Sinaga, Lestari, & Situmorang/2019	<ol style="list-style-type: none"> 3. Menganalisis saluran distribusi mi basah. 4. Menganalisis jasa layanan pendukung. 5. Menganalisis perilaku konsumen tepung terigu agroindustri MBMS 99. 	<ol style="list-style-type: none"> 2. Analisis nilai tambah menggunakan metode Hayami. 3. Analisis kegiatan pemasaran dilakukan secara deskriptif kualitatif. 4. Analisis jasa layanan penunjang dilakukan secara deskriptif kualitatif. 5. Analisis perilaku konsumen dilakukan secara deskriptif kualitatif. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. karena memperoleh hasil R/C > 1 dan memberikan nilai tambah yang positif. 2. Saluran distribusi pemasaran pada agroindustri MBMS 99 terdiri dari dua saluran. 3. Jasa layanan pendukung yang dimanfaatkan adalah pasar, sarana transportasi, dan teknologi informasi dan komunikasi.
14.	Analisis Konjoin Preferensi Konsumen Sayuran Hidroponik Agrofarm Bandungan Kabupaten Semarang/ Yasmin, Prastiwi, & Handayani/2017	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengidentifikasi konsumen sayuran hidroponik di Agrofarm Bandungan. 2. Mengetahui urutan kepentingan konsumen terhadap sayuran hidroponik di Agrofarm Bandungan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis data menggunakan analisis Konjoin Metode analisis Konjoin. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jenis sayuran hidroponik yang paling disukai konsumen adalah Selada Locarno dengan preferensi kombinasi atribut fisik daun lebar dan tidak berlubang, warna daun muda, tingkat kesegaran sayuran kurang dari 6 hari, dan harga sayuran kurang dari Rp 5.000. 2. Urutan kepentingan relatif yang paling diprioritaskan berturut-turut dalam membeli sayuran hidroponik adalah kesegaran sayuran, warna daun, fisik daun, dan harga.
15.	Preferensi Konsumen Terhadap Buah-Buahan Di Kota Bandar Lampung/Anda'u, Ibnu, & Arifin/2021.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis pengaruh faktor sosial dan faktor pribadi konsumen terhadap konsumsi buah mangga, jeruk dan pisang di Kota Bandar Lampung. 2. Menganalisis preferensi konsumen terhadap buah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tujuan pertama dianalisis dengan menggunakan regresi linear berganda. 2. Tujuan kedua dianalisis dengan metode Konjoin. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Faktor sosial terbukti berperan besar pada jumlah konsumsi buah mangga, jeruk dan pisang. 2. Harga adalah atribut terpenting yang dipertimbangkan konsumen dalam mengkonsumsi buah mangga, jeruk dan pisang. Konsumen

Tabel 4. Lanjutan

No	Judul/Peneliti/Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
		mangga, jeruk dan pisang di Kota Bandar Lampung.		menyukai buah yang berukuran lebih kecil. Konsumen mempertimbangkan jumlah anggota keluarga dalam memilih buah.
16.	Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran dan Perilaku Konsumen terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Yoghurt di DKI Jakarta/ Devina, Pujiantio, & Kastaman/2021.	1. Mengetahui pengaruh faktor bauran pemasaran dan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk yoghurt di DKI Jakarta.	1. Data dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda.	1. Faktor perilaku konsumen lebih mempengaruhi keputusan pembelian produk yoghurt di DKI Jakarta dibandingkan faktor bauran pemasaran. Faktor yang memiliki pengaruh besar terdiri dari dua variabel perilaku konsumen dan satu variabel bauran pemasaran yaitu faktor budaya, psikologi, dan distribusi.

B. Kerangka Pemikiran

Bawang merah merupakan jenis tanaman hortikultura yang bersifat musiman. Produksi bawang merah berada pada posisi nomor satu di tingkat nasional untuk jenis tanaman hortikultura. Tingkat konsumsi masyarakat untuk komoditas ini juga tergolong tinggi. Akan tetapi, terdapat permasalahan yang timbul akibat sifat musiman, mudah rusak, dan *bulky* yang dimiliki bawang merah. Akibatnya, pada saat musim panen jumlah pasokan menjadi berlimpah yang menyebabkan kerugian bagi petani karena terjadi penurunan harga yang drastis. Hal tersebut disebabkan karena petani tidak dapat menyimpan bawang merah dalam jangka waktu yang lama. Sementara itu, pada saat tidak masa panen jumlah pasokan menjadi terbatas yang menyebabkan terjadinya kenaikan harga pada komoditas bawang merah. Permasalahan – permasalahan menyebabkan terjadinya fluktuasi harga pada komoditas bawang merah. Oleh karena itu, Bank Indonesia menetapkan bawang merah sebagai komoditas pengendali inflasi. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk menjaga ketersediaan pasokan bawang merah dan mengatasi sifat bawang merah yang mudah rusak adalah dengan melakukan pengolahan melalui kegiatan agroindustri.

Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara adalah salah satu industri yang memanfaatkan hasil pertanian yaitu bawang merah sebagai bahan baku utamanya. Bawang goreng banyak dikonsumsi masyarakat sebagai pangan olahan pendamping atau penyedap makanan. Terdapat tiga kegiatan utama dalam agroindustri bawang goreng, yaitu pengadaan bahan baku, pengolahan, dan pemasaran hasil produk. Pengadaan bahan baku merupakan kegiatan awal yang dilakukan dalam sebuah agroindustri. Bahan baku merupakan *input* utama dalam keberlangsungan agroindustri, namun terdapat *input* lainnya yang terdiri dari bahan baku tidak langsung, bahan tambahan, dan bahan penolong dalam kegiatan agroindustri, antara lain minyak goreng, tepung beras, tepung terigu, tepung aren, kemasan, pelet kayu, tenaga kerja, dll. *Input – input* tersebut menghasilkan harga *input* yang selanjutnya

akan menimbulkan adanya biaya produksi atau biaya *input* pada suatu agroindustri. Dalam pelaksanaan pengadaan bahan baku perlu dilakukan sebuah analisis untuk mengetahui apakah proses pengadaan yang dilakukan sesuai dengan faktor enam tepat yang terdiri dari tepat waktu, tepat tempat, tepat harga, tepat jenis, tepat kualitas, dan tepat kuantitas. Selain itu, perlu dilakukan analisis terhadap pengendalian bahan baku agar bahan baku tetap tersedia dalam jumlah yang optimal untuk menghindari terjadinya *over stock* atau *low stock*.

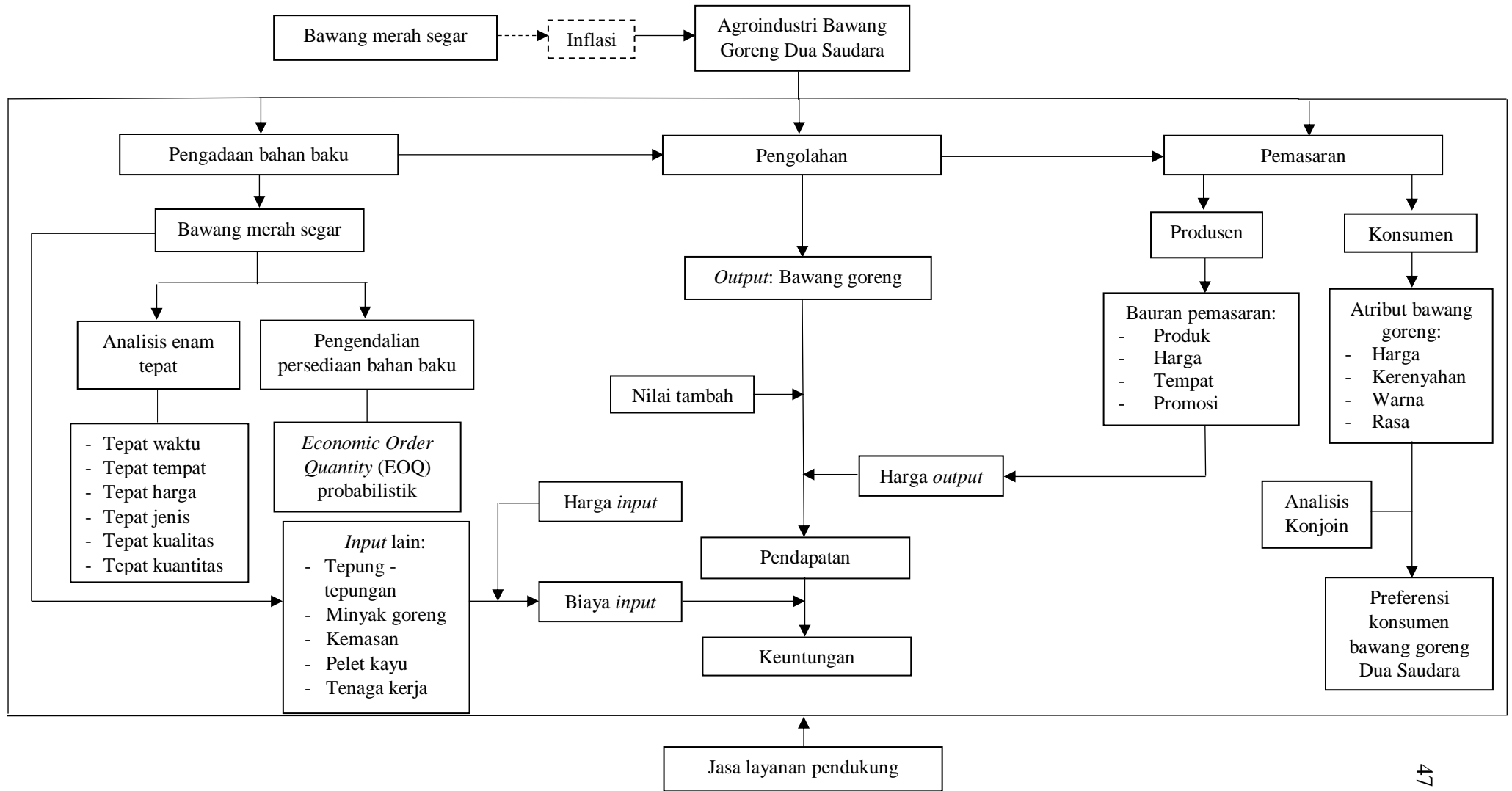
Kegiatan yang dilakukan setelah pengadaan bahan baku adalah kegiatan pengolahan. Tahap pengolahan akan mengubah bentuk bawang merah menjadi bawang goreng. Proses produksi bawang goreng melalui beberapa tahapan antara lain, pencucian dan pengupasan bawang merah segar, pengirisan, pencampuran dengan bahan tambahan berupa tepung – tepungan (tepung beras, tepung terigu, dan tepung aren), penggorengan, penirisan minyak, dan pengemasan. Melalui proses pengolahan bawang merah menjadi bawang goreng dengan bahan lainnya, maka akan menghasilkan nilai tambah. Terdapat dua jenis bawang goreng yang dihasilkan oleh Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara yang dibedakan berdasarkan jenis bawang merah yang digunakan, yaitu bawang goreng brebes dan bawang goreng sumenep.

Tahapan yang dilakukan setelah proses pengolahan adalah kegiatan pemasaran. Pemasaran yang dilakukan oleh Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara ini semakin meluas sejak tahun 2003 sampai saat ini. Oleh karena itu, untuk dapat mempertahankan dan mengembangkan usaha serta memiliki daya saing yang tinggi, pelaku usaha harus memiliki pengetahuan terhadap preferensi atau kesukaan yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian bawang goreng. Selain itu, pengetahuan preferensi konsumen juga dibutuhkan agar terjadi pemasaran yang tepat dan efisien. Analisis preferensi konsumen terhadap pembelian bawang goreng Dua Saudara akan dianalisis dengan menggunakan atribut – atribut yang terdiri dari harga, kerenyahan, warna, dan rasa. Apabila pelaku usaha mengetahui

preferensi konsumen terhadap pembelian bawang goreng, diharapkan agroindustri akan semakin berkembang dan memiliki strategi yang baik dalam menghadapi persaingan. Selain itu, pelaku usaha dapat mengetahui atribut mana yang harus dipertahankan dan diperbaiki.

Kemudian, dalam kegiatan pemasaran juga dilakukan analisis terhadap strategi pemasaran dari perspektif produsen dengan melihat bauran pemasaran yang dikenal dengan 4P terdiri dari produk, harga, tempat, dan promosi. Analisis tersebut dilakukan untuk mengetahui bagaimana strategi persaingan yang tepat dilakukan oleh agroindustri. Proses pemasaran juga menimbulkan adanya harga jual *output* yang digunakan sebagai penentu pendapatan yang diperoleh, yaitu dengan mengalikan harga jual dengan produk. Selanjutnya akan diperoleh keuntungan agroindustri dari hasil pengurangan pendapatan dengan total biaya *input* atau biaya produksi yang dikeluarkan.

Tiga kegiatan utama yang dilakukan oleh agroindustri didukung oleh lembaga jasa layanan pendukung. Adanya jasa lembaga pendukung akan memberikan dampak positif karena mampu mendukung kegiatan agroindustri. Peranan jasa layanan pendukung akan dianalisis untuk mengetahui apakah jasa layanan dimanfaatkan dengan baik oleh agroindustri dan untuk mengetahui apakah jasa layanan pendukung yang dimanfaatkan melaksanakan perannya dengan baik. Kerangka pemikiran analisis keragaan dan preferensi konsumen Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara disajikan pada Gambar 3.



Gambar 3. Kerangka pemikiran analisis keragaan dan preferensi konsumen Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara

III. METODE PENELITIAN

A. Metode Dasar

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah metode studi kasus. Metode studi kasus merupakan suatu metode penelitian yang dilakukan secara terperinci dan mendalam terhadap sesuatu yang berbeda dalam suatu kelompok, lembaga, atau individu tertentu. Metode studi kasus dilakukan dalam latar belakang yang bersifat alamiah, *holistic*, dan mendalam. Alamiah artinya pengambilan data dilakukan berdasarkan kenyataan. *Holistic* artinya informasi yang diperoleh dilakukan secara menyeluruh. Mendalam berarti informasi yang diungkap dilakukan secara mendalam atau terperinci (Hidayat & Purwokerto, 2019). Penggunaan metode penelitian studi kasus bertujuan untuk memperoleh data yang terperinci dan lengkap di Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara mengenai analisis keragaan agroindustri dan preferensi konsumen bawang goreng Dua Saudara.

B. Konsep Dasar dan Definisi Operasional

Konsep dasar dan definisi operasional mencakup pengertian yang digunakan untuk menunjang data dan menganalisis data sesuai dengan tujuan penelitian serta memperjelas pemahaman. Definisi operasional untuk masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian adalah:

Agroindustri bawang goreng merupakan sebuah industri yang mengolah hasil pertanian berupa bawang merah menjadi olahan bawang goreng. Penelitian

ini bertujuan untuk menganalisis keragaan Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara dan preferensi konsumen bawang goreng Dua Saudara.

Bawang goreng adalah hasil olahan siap saji berbahan bawang merah iris yang digoreng hingga berwarna kecoklatan dan bertekstur renyah. Bawang goreng yang dihasilkan diukur dalam satuan kwintal.

Bahan baku langsung adalah bahan mentah yang digunakan untuk diolah dan dijadikan barang jadi atau produk akhir. Bahan baku langsung yang digunakan oleh agroindustri dalam penelitian terdiri dari dua jenis yaitu bawang merah brebes dan bawang merah sumenep. Bawang merah diukur dalam satuan kg.

Pengadaan bahan baku adalah kegiatan yang bertujuan untuk memperoleh bawang merah yang digunakan untuk diolah menjadi barang jadi (bawang goreng). Pengadaan bahan baku dianalisis dengan menggunakan analisis enam tepat. Analisis dilakukan terhadap pengadaan bahan baku langsung.

Enam tepat pengadaan bahan baku terdiri dari tepat waktu, tepat tempat, tepat harga, tepat jenis, tepat kualitas, dan tepat kualitas. Prinsip enam tepat bertujuan untuk memperlancar kegiatan agroindustri bawang goreng agar memberikan keuntungan lebih besar.

Tepat waktu adalah waktu penyediaan bahan baku yang tepat saat dibutuhkan dalam agroindustri bawang goreng. Pengadaan bahan baku dikatakan tepat waktu apabila bawang merah segar dapat terpenuhi setiap minggu.

Tepat tempat adalah lokasi penyedia bahan baku yang strategis, mudah dijangkau, dan dekat dengan agroindustri. Pengadaan bahan baku dikatakan tepat tempat apabila lokasi pemasok bahan baku mudah dijangkau.

Tepat harga adalah harga bahan baku yang diberikan dari penyedia bahan baku relatif terjangkau atau tidak terlalu mahal, sehingga pengusaha agroindustri bawang dapat mencapai target keuntungan. Pengadaan bahan baku dikatakan tepat harga apabila harga bawang merah stabil setiap kali pemesanan.

Tepat jenis adalah jenis bahan baku yang digunakan sesuai dengan yang dibutuhkan. Pengadaan bahan baku dikatakan tepat jenis apabila setiap kali pemesanan tersedia bawang merah varietas brebes dan sumenep.

Tepat kualitas adalah bahan baku yang digunakan dalam agroindustri bawang goreng memiliki kualitas yang baik, yaitu umbi segar dan utuh, bersih dari kotoran, bebas hama dan penyakit, dan bebas dari bau asing.

Tepat kuantitas adalah jumlah bahan baku yang digunakan dalam agroindustri bawang goreng sesuai dengan kebutuhan, sehingga biaya produksi yang dikeluarkan lebih efisien. Pengadaan bahan baku dikatakan tepat kuantitas apabila pemesanan yang dilakukan sesuai dengan perhitungan EOQ probabilistik.

Pengendalian persediaan bahan baku adalah kegiatan untuk mengatur dan menentukan banyaknya persediaan bahan baku langsung, yaitu bawang merah yang digunakan dalam proses produksi agar berjalan dengan efektif dan efisien. Pengendalian persediaan bahan baku dalam penelitian menggunakan metode EOQ probabilistik.

Bahan baku tidak langsung adalah bahan yang berperan langsung dalam proses produksi bawang goreng. Bahan baku tidak langsung yang digunakan adalah minyak goreng.

Minyak goreng adalah bahan pangan yang berasal dari bahan nabati seperti kelapa sawit yang digunakan dalam proses penggorengan bawang goreng.

Minyak goreng yang digunakan dalam proses produksi dihitung dengan satuan liter.

Bahan tambahan adalah bahan yang sengaja ditambahkan ke dalam proses pengolahan bawang goreng dengan jumlah sedikit. Bahan tambahan yang digunakan dalam produksi bawang goreng adalah tepung beras, tepung terigu, dan tepung aren. Bahan tambahan yang digunakan dihitung dengan satuan Rp/kg

Tepung beras adalah tepung dari beras yang dihaluskan dan digunakan untuk memperbaiki tekstur bawang goreng. Tepung beras yang digunakan dalam proses produksi dihitung dalam satuan kilogram (kg).

Tepung terigu adalah tepung dari gandum yang dihaluskan dan digunakan untuk memperbaiki tekstur bawang goreng. Tepung terigu yang digunakan dalam proses produksi dihitung dalam satuan kilogram (kg).

Tepung aren adalah tepung dari batang aren yang dihaluskan dan digunakan untuk memperbaiki tekstur bawang goreng. Tepung aren yang digunakan dalam proses produksi dihitung dalam satuan kilogram (kg).

Bahan penolong adalah bahan yang digunakan untuk menunjang proses produksi, namun tidak sampai di produk akhir. Bahan penolong yang digunakan terdiri dari kemasan dan pelet kayu.

Kemasan adalah bahan yang digunakan untuk mengemas bawang goreng. Kemasan yang digunakan berupa kemasan plastik.

Pelet kayu adalah bahan bakar yang digunakan dalam proses penggorengan bawang merah. Pelet kayu yang digunakan dalam proses produksi dihitung dalam satuan kilogram (kg).

Mesin adalah alat yang mempermudah pekerjaan dalam suatu pabrik atau industri pengolahan. Mesin yang digunakan untuk proses produksi bawang goreng terdiri dari mesin pengiris bawang merah, kompir pelet, dan mesin peniris. Mesin yang digunakan dalam proses produksi akan dihitung nilai penyusutan per tahunnya.

Alat pencuci bawang merah adalah alat yang digunakan untuk memisahkan kotoran yang terdapat pada bawang merah sekaligus untuk membuang kulit terluar bawang merah.

Mesin pengiris bawang merah adalah alat yang digunakan untuk mengiris bawang merah dengan ukuran konsisten yang dapat memudahkan pekerjaan dan menghemat waktu.

Alat peniris air alat *spinner* yang digunakan untuk mengurangi kadar air pada bawang merah yang sudah diiris.

Kompur pelet adalah alat yang digunakan pada proses penggorengan. Kompur pelet lebih aman digunakan dan dapat menghasilkan api yang lebih besar. Kompur pelet dilengkapi dengan lubang angin yang dapat mengatur besar kecilnya api.

Mesin peniris minyak (*spinner*) adalah suatu alat yang digunakan untuk mengurangi kadar minyak pada bawang goreng dengan mudah dan cepat.

Tenaga kerja adalah setiap orang yang melakukan pekerjaan dalam agroindustri untuk menghasilkan produk berupa bawang goreng. Tenaga kerja yang terlibat dalam agroindustri bawang goreng terdiri dari tenaga kerja langsung dan tenaga kerja tidak langsung.

Tenaga kerja langsung adalah orang yang terlibat langsung dalam proses produksi. Kegiatan dalam Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara yang

melibatkan tenaga kerja langsung terdiri dari kegiatan pencucian, pengupasan dan pengirisan, pencampuran bahan tambahan, penggorengan, penirisan minyak, dan pengemasan.

Tenaga kerja tidak langsung adalah orang yang tidak terlibat langsung dalam kegiatan produksi. Kegiatan dalam Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara yang melibatkan tenaga kerja tidak langsung yaitu kegiatan bongkar muat dan pemasaran.

Upah tenaga kerja adalah imbalan yang diberikan oleh pemilik agroindustri untuk tenaga kerja atas jasanya dalam proses produksi. Upah yang diberikan dihitung dalam satuan Rp/jam kerja.

Harga *input* adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan *input – input*, baik bahan baku, bahan baku tidak langsung, bahan tambahan, bahan penolong, maupun *input* lainnya.

Biaya *input* adalah keseluruhan biaya yang digunakan dalam kegiatan produksi bawang goreng. Biaya *input* terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Biaya *input* dihitung dalam satuan rupiah (Rp).

Biaya bahan baku adalah sejumlah uang yang dikeluarkan untuk membeli bawang merah sebagai bahan baku pembuatan bawang goreng. Biaya bahan baku dihitung dalam satuan rupiah (Rp).

Biaya *Overhead* Pabrik (BOP) adalah biaya penunjang yang terdiri dari biaya – biaya tidak langsung, seperti biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja tidak langsung, dan biaya tidak langsung lainnya. Biaya *Overhead* Pabrik dihitung dalam satuan rupiah (Rp).

Harga *output* adalah harga jual bawang goreng yang diukur menggunakan satuan Rp/kg.

Keuntungan adalah jumlah pendapatan total dikurangi dengan biaya operasional. Keuntungan agroindustri bawang goreng dihitung dalam satuan rupiah (Rp).

Pendapatan adalah jumlah produksi dikalikan dengan harga jual. Pendapatan agroindustri bawang goreng dihitung dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Pengolahan adalah kegiatan yang mengubah bahan baku bawang merah menjadi bawang goreng. Pada kegiatan pengolahan akan dianalisis nilai tambah dan keuntungan.

Nilai tambah dalam agroindustri bawang goreng merupakan selisih antara harga bawang goreng dengan bahan baku (bawang merah) dan sumbangan *input* lainnya. Perhitungan nilai tambah menggunakan metode Hayami. Nilai tambah diukur menggunakan satuan rupiah (Rp).

Faktor konversi adalah pembagian *output* dengan *input* dalam satu kali proses produksi. Faktor konversi agroindustri bawang goreng merupakan perbandingan antara bawang goreng yang dihasilkan dengan penggunaan *input* dalam perhitungan nilai tambah untuk satu kali proses produksi.

Pemasaran agroindustri bawang goreng meliputi kegiatan menyalurkan hasil produksi kepada konsumen dengan tujuan untuk memenuhi permintaan konsumen. Pada kegiatan pemasaran akan dianalisis bauran pemasaran berdasarkan perspektif produsen.

Bauran pemasaran pada agroindustri bawang goreng dapat diidentifikasi melalui empat atribut, antara lain produk, harga, tempat, dan promosi.

Keempat atribut tersebut biasa dikenal dengan istilah 4P (*product, price, place, dan promotion*).

Produk adalah hasil akhir berupa bawang goreng dari proses pengolahan yang ditawarkan melalui kegiatan pemasaran. Produk dianalisis berdasarkan kondisi fisik dan non fisik dari bawang goreng, seperti jumlah produksi, tampilan warna, kerenyahan, dan keawetan bawang goreng.

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan bawang goreng yang diinginkan. Harga dianalisis dengan melihat harga yang ditetapkan (harga grosir maupun harga eceran), pemberian potongan harga untuk pembelian jumlah tertentu, dan metode pembayaran.

Lokasi produksi adalah tempat berlangsungnya kegiatan untuk memproduksi bawang goreng. Lokasi produksi akan dianalisis dengan melihat kondisinya dan jarak dari lokasi bahan baku serta lokasi pemasaran.

Lokasi penjualan adalah tempat untuk menyalurkan hasil bawang goreng dari produsen kepada konsumen. Lokasi penjualan dianalisis dengan melihat apakah lokasi penjualan strategis, bagaimana ketersediaan lokasi untuk pendistribusian bawang goreng ke konsumen, dan saluran distribusi yang terlibat dalam pemasaran bawang goreng.

Promosi adalah kegiatan komunikasi untuk menyampaikan informasi mengenai produk bawang goreng dari penjual kepada pembeli dengan tujuan agar pembeli menjadi tertarik atau mengingat produk bawang goreng. Promosi dianalisis dengan melihat bagaimana kegiatan promosi yang dilakukan dan media apa saja yang digunakan dalam kegiatan promosi.

Jasa layanan pendukung adalah kegiatan – kegiatan dari lembaga yang mendukung dan membantu berjalannya agroindustri bawang goreng. Jasa layanan pendukung terdiri dari lembaga keuangan, pasar dan pengembangan,

lembaga transportasi, lembaga pemerintah, dan layanan teknologi informasi komunikasi. Jasa layanan pendukung diukur dengan menggunakan skor.

Lembaga keuangan adalah lembaga yang memberikan fasilitas di bidang keuangan kepada pihak agroindustri.

Pasar adalah tempat berlangsungnya kegiatan penawaran dan permintaan antara produsen dengan konsumen.

Sarana transportasi adalah sarana yang menyediakan alat perhubungan bagi kegiatan agroindustri mulai dari kegiatan pengadaan bahan baku hingga kegiatan pemasaran.

Lembaga pemerintah adalah lembaga yang bertugas dalam melaksanakan tugas pemerintahan sesuai peraturan perundang – undangan yang dalam hal ini berkaitan dengan pengembangan agroindustri.

Konsumen adalah orang atau individu yang melakukan pembelian bawang goreng Dua Saudara. Konsumen dalam penelitian terdiri dari konsumen grosiran dan konsumen eceran. Konsumen eceran dalam penelitian ini adalah konsumen pedagang makanan yang menggunakan bawang goreng.

Preferensi konsumen terhadap produk bawang goreng Dua Saudara merupakan pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap produk bawang goreng Dua Saudara yang dikonsumsi.

Analisis konjoin digunakan untuk memperoleh kombinasi atribut – atribut pada bawang merah yang menjadi preferensi atau kesukaan konsumen.

Atribut adalah ciri atau sifat yang terdapat pada bawang goreng. Beberapa atribut yang menjadi pertimbangan konsumen antara lain harga, kerenyahan, warna, dan rasa.

Atribut harga terdiri dari dua level atribut, yaitu Rp21.000 – Rp22.000 dan >Rp22.000. Atribut harga merupakan bawang goreng yang dijual dalam bentuk kemasan 250 gram.

Atribut kerenyahan terdiri dari dua level atribut, yaitu cukup renyah dan renyah.

Atribut warna terdiri dari dua level, yaitu cokelat kemerahan dan cokelat kekuningan.

Atribut rasa terdiri dari dua level, yaitu gurih agak manis dan gurih agak pahit.

C. Lokasi Penelitian, Responden, dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di agroindustri bawang goreng Dua Saudara yang berlokasi di Kecamatan Ciomas, Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara merupakan agroindustri pengolahan yang aktif melakukan kegiatan produksi dan melakukan pemasaran produk setiap hari dalam jumlah yang cukup besar. Berdasarkan BPS (2021), Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara termasuk ke dalam usaha kecil karena memiliki 9 tenaga kerja. Pemasaran produk bawang goreng oleh agroindustri tersebut tidak hanya dilakukan di dalam wilayah, namun juga dipasarkan ke luar provinsi. Waktu pengumpulan data dilakukan pada bulan Agustus sampai September tahun 2023.

Responden dalam penelitian ini adalah pemilik agroindustri bawang goreng Dua Saudara, tenaga kerja agroindustri, dan pedagang makanan sebagai konsumen bawang goreng Dua Saudara. Wawancara konsumen bawang goreng Dua Saudara dilakukan di Pasar Anyar dan kios penjualan di rumah pemilik agroindustri. Pasar Anyar dipilih sebagai lokasi penelitian karena terdapat dua kios penjualan bawang goreng Dua Saudara dan tergolong pasar

besar, sementara kios penjualan di rumah dipilih karena setiap harinya terdapat konsumen yang membeli bawang goreng Dua Saudara. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara kebetulan (*accidental sampling*) karena jumlah populasi konsumen bawang goreng Dua Saudara tidak diketahui. Penentuan jumlah sampel dengan metode analisis konjoin mengacu pada Orme (2010) dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Jumlah sampel} = (\text{Jumlah Level} - \text{Atribut} + 1) \times 5$$

Berdasarkan perhitungan, maka sampel yang digunakan berjumlah 25 responden dengan perhitungan $(8 - 4 + 1) \times 5 = 25$. Jumlah tersebut ditingkatkan menjadi 50 responden untuk meminimalisir terjadinya *error*. Peningkatan jumlah sampel mengacu pada Hair *et al.* (2010), bahwa jumlah sampel yang dapat digunakan dalam sebuah studi skala kecil pada analisis konjoin adalah minimal 50 responden karena sudah dapat memberikan gambaran mengenai preferensi responden. Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 50 responden.

D. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui pengamatan langsung atau observasi di lokasi untuk mengetahui serangkaian proses dari pengolahan bawang goreng. Selain itu, dilakukan wawancara kepada pemilik Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara, tenaga kerja, dan konsumen bawang goreng Dua Saudara yang berjumlah 50 responden. Proses wawancara dilakukan dengan menggunakan alat berupa kuesioner yang berisi pertanyaan – pertanyaan untuk mempermudah pengumpulan data. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari BPS dan berbagai literatur artikel atau jurnal yang relevan dengan penelitian.

E. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian terdiri dari metode analisis deskriptif kuantitatif dan deskriptif kualitatif. Analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk menganalisis pengendalian pengadaan bahan baku, keuntungan agroindustri, nilai tambah, dan preferensi konsumen bawang goreng. Sementara itu, metode analisis deskriptif kualitatif dilakukan dalam menganalisis pengadaan bahan baku, bauran pemasaran, dan peran jasa layanan pendukung. Berikut adalah metode analisis yang digunakan untuk menjawab tujuan – tujuan dalam penelitian ini:

1. Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku

Metode yang digunakan untuk menganalisis pengendalian persediaan bahan baku pada agroindustri bawang goreng Dua Saudara yaitu analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif digunakan untuk menghitung *Economics Order Quantity* (EOQ) probabilistik. Metode EOQ probabilistik dipilih karena permintaan bahan baku yang tidak pasti dan tidak konstan. Hal tersebut disebabkan karena jumlah produksi bahan baku bawang merah dari pemasok fluktuatif. Analisis pengendalian persediaan bahan baku dilakukan untuk kedua varietas bawang merah, yaitu brebes dan sumenep. Secara matematis perhitungan pengendalian persediaan bahan baku dapat dirumuskan sebagai berikut:

a. Mengetahui penggunaan bahan baku

Penggunaan bahan baku merupakan jumlah bawang merah yang digunakan untuk memproduksi bawang goreng pada periode tertentu. Setelah diketahui penggunaan bahan baku, maka langkah selanjutnya adalah melakukan peramalan penggunaan bahan baku dengan menggunakan metode kuadrat terkecil sebagai berikut:

$$y = a + bx$$

Notasi:

$$b = \frac{(\sum xy)}{(\sum x^2)}$$

$$a = \frac{(\sum y)}{n}$$

Keterangan:

y = Produksi bawang goreng

x = Periode waktu

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

b. Menghitung biaya pemesanan

Biaya pemesanan yang dihitung terdiri dari beberapa komponen biaya, seperti biaya telepon, ongkos pengiriman, biaya bongkar muat, dll.

c. Menghitung biaya penyimpanan

Biaya penyimpanan dihitung berdasarkan beberapa komponen biaya, seperti biaya gaji pegawai, biaya penyusutan gudang, biaya perawatan gudang, dll.

d. Menghitung biaya kehabisan persediaan (BKP)

Biaya kehabisan terjadi pada saat persediaan bawang merah yang ada tidak mampu mencukupi kebutuhan produksi, sehingga agroindustri melakukan pemesanan tambahan yang jumlahnya lebih sedikit dibandingkan dengan pemesanan sebelumnya.

e. Menghitung *reorder point*

Perhitungan *reorder point* dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu:

- 1) Menentukan nilai Q sementara dengan menganggap tidak ada kehabisan, sehingga digunakan rumus berikut:

$$EOQ_s = \sqrt{\frac{2 DS}{H}}$$

Keterangan:

EOQ s = Jumlah pemesanan ekonomis sementara

D = Penggunaan atau permintaan yang diperkirakan per

periode waktu
 S = Biaya pemesanan
 H = Biaya penyimpanan

- 2) Menentukan peluang kehabisan untuk mengetahui faktor keamanan dalam menentukan *safety stock*. Perhitungan peluang kehabisan P(KP) sebagai berikut:

$$P(KP) = \frac{H \times EOQ \ s}{D \times BKP}$$

Keterangan:

P(KP) = Peluang kehabisan persediaan

H = Biaya penyimpanan

EOQ s = Jumlah pemesanan ekonomis sementara waktu

D = Penggunaan atau permintaan yang diperkirakan per periode waktu

BKP = Biaya kehabisan persediaan

- 3) Menentukan *safety stock* untuk berjaga – jaga apabila terjadi fluktuasi permintaan. Sebelum melakukan perhitungan *safety stock*, terlebih dahulu perhitungan standar deviasi dengan rumus sebagai berikut:

$$\sigma_D = \sqrt{\frac{\sum(X-\bar{x})^2}{N}}$$

Keterangan:

σ_D = Standar deviasi

X = Pemakaian sesungguhnya

\bar{x} = Perkiraan pemakaian

N = Jumlah data

Setelah mengetahui standar deviasi, maka langkah selanjutnya adalah melakukan perhitungan *safety stock* dengan rumus sebagai berikut:

$$SS = SD \times Z$$

Keterangan:

SS = *Safety stock*

SD = Standar deviasi

Z = Z tabel kurva normal

4) Menghitung *reorder point* (ROP)

$$\text{ROP} = \text{safety stock} + (\text{lead time} \times Q)$$

Keterangan:

ROP = *Reorder point*

Q = Rata – rata pemakaian bahan baku dalam sehari

f. Menghitung pemakaian bahan baku selama *lead time* (K)

Pemakaian bahan baku selama *lead time* dihitung dengan mengalikan antara rata – rata pemakaian bahan baku dalam sehari saat *lead time*.

g. Menghitung nilai probabilitas pemakaian bahan baku selama *lead time* (Ki)

Probabilitas pemakaian bahan baku selama *lead time* (Ki) diketahui dari frekuensi pemakaian bahan baku selama *lead time* dalam periode tertentu dengan terlebih dahulu menentukan interval K.

h. Menghitung kuantitas pemesanan paling ekonomis (q optimal)

Perhitungan kuantitas pemesanan bahan baku paling ekonomis (q optimal) dilakukan dengan menggunakan rumus berikut:

$$q \text{ optimal} = \sqrt{\frac{2 D(S+BK \times \sum(Ki-ROP) \times P(Ki))}{H}}$$

Keterangan:

q optimal = Jumlah pemesanan paling ekonomis

D = Penggunaan atau permintaan yang diperkirakan per periode waktu

S = Biaya pemesanan

BKP = Biaya kehabisan persediaan

Ki = Pemakaian bahan baku selama *lead time*ROP = *Reorder point*P(Ki) = Probabilitas selama *lead time*

H = Biaya penyimpanan

i. Total biaya persediaan (TIC)

$$\text{TIC} = \frac{D}{q \text{ opt}} S + \frac{q \text{ opt}}{2} H$$

Keterangan:

TIC = *Total Inventory Cost* (total biaya persediaan)

D = Penggunaan atau permintaan yang diperkirakan per periode waktu

q optimal = Jumlah pemesanan paling ekonomis

S = Biaya pemesanan

H = Biaya penyimpanan

2. Analisis Pengadaan Bahan Baku

Metode analisis yang digunakan untuk mengetahui proses pengadaan bahan baku pada Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara adalah metode analisis deskriptif kualitatif. Analisis pengadaan bahan baku berupa pelaksanaan enam tepat dimana proses pengadaan bahan baku yang dilakukan harus sesuai dengan prinsip penting terdiri dari tepat waktu, tepat tempat, tepat jenis, tepat harga, tepat kualitas, dan tepat kuantitas. Penilaian pengadaan bahan baku dilakukan untuk kedua jenis bawang merah, yaitu varietas brebes dan varietas sumenep.

Penilaian proses pengadaan bahan baku dilakukan dengan memberikan skor pada setiap indikator. Pemberian skor dilakukan dengan membandingkan antara kondisi nyata yang dilaksanakan oleh agroindustri pada proses pengadaan dengan harapan pemilik. Harapan pada indikator tepat tempat, tepat kualitas, tepat harga, dan tepat jenis disesuaikan dengan harapan pemilik dan skala penilaian ditentukan berdasarkan kondisi yang mungkin terjadi di lapangan. Sementara itu, pada indikator tepat waktu dan tepat kuantitas disesuaikan dengan hasil analisis EOQ probabilistik, sehingga komponen harapan dan skala penilaian dimasukkan setelah diperoleh hasil perhitungan dari analisis EOQ probabilistik. Indikator penilaian disajikan pada Tabel 5 dan Tabel 6.

Tabel 5. Indikator penilaian 6 tepat pengadaan bawang merah brebes

Enam Tepat	Harapan	Penilaian
Tepat waktu		
Tepat tempat	Lokasi pemasok bawang merah brebes dekat dengan agroindustri	1 = Jarak agroindustri dengan pemasok sangat jauh 2 = Jarak agroindustri dengan pemasok tidak terlalu jauh 3 = Jarak agroindustri dengan pemasok dekat
Tepat kuantitas		
Tepat kualitas	Umbi bawang merah segar dan utuh, bersih dari kotoran, bebas hama dan penyakit, dan bebas dari bau asing	1 = Sebagian besar umbi bawang merah bertekstur lunak, terkontaminasi kotoran, dan mulai membusuk 2 = Beberapa umbi bawang merah tidak segar 3 = Umbi bawang merah segar dan utuh bersih dari kotoran, bebas hama dan penyakit, dan bebas dari bau asing
Tepat harga	Harga bawang merah brebes stabil setiap kali pemesanan	1 = Harga sangat berfluktuasi 2 = Harga jarang berfluktuasi 3 = Harga stabil setiap pemesanan
Tepat jenis	Tersedia bawang merah varietas brebes setiap kali pemesanan	1 = Varietas brebes tidak tersedia 2 = Tersedia varietas lain yang serupa dengan varietas brebes 3 = Tersedia bawang merah varietas brebes

Tabel 6. Indikator penilaian 6 tepat pengadaan bawang merah sumenep

Enam Tepat	Harapan	Penilaian
Tepat waktu		
Tepat tempat	Lokasi pemasok bawang merah sumenep dekat dengan agroindustri	1 = Jarak agroindustri dengan pemasok sangat jauh 2 = Jarak agroindustri dengan pemasok tidak terlalu jauh 3 = Jarak agroindustri dengan pemasok dekat
Tepat kuantitas		
Tepat kualitas	Umbi bawang merah segar dan utuh, bersih dari kotoran, bebas hama dan penyakit, dan bebas dari bau asing	1 = Sebagian besar umbi bawang merah bertekstur lunak, terkontaminasi kotoran, dan mulai membusuk 2 = Beberapa umbi bawang merah tidak segar 3 = Umbi bawang merah segar dan utuh bersih dari kotoran, bebas hama dan penyakit, dan bebas dari bau asing.
Tepat harga	Harga bawang merah sumenep stabil setiap kali pemesanan	1 = Harga sangat berfluktuasi 2 = Harga jarang berfluktuasi 3 = Harga stabil setiap pemesanan
Tepat jenis	Tersedia bawang merah varietas sumenep setiap kali pemesanan	1 = Varietas sumenep tidak tersedia 2 = Tersedia varietas lain yang serupa dengan varietas sumenep 3 = Tersedia bawang merah varietas sumenep

Berikut adalah keterangan skor penilaian pada analisis pengadaan bahan baku:

Keterangan:

- 1 = Tidak tepat
- 2 = Kurang tepat
- 3 = Tepat

Total skor maksimal pada penilaian pengadaan bahan baku adalah 18 dengan persentase 100 persen. Persentase penilaian enam tepat dalam pengadaan bahan baku dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Persentase} = \frac{\text{Skor}}{\text{Skor maksimal}} \times 100\%$$

Kriteria penilaian pada analisis pengadaan bahan baku Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara Dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Kriteria penilaian analisis pengadaan bahan baku

Nilai	Kriteria
33 % - 55%	Kurang baik
56% - 78%	Baik
79% - 100%	Sangat baik

3. Analisis Nilai Tambah

Metode analisis untuk menghitung nilai tambah adalah dengan analisis deskriptif kuantitatif menggunakan analisis nilai tambah Hayami. Nilai tambah merupakan selisih antara komoditas yang memperoleh perlakuan tertentu dengan nilai pengorbanan dalam proses produksi. Perhitungan nilai tambah dilakukan untuk dua jenis bawang goreng, yaitu bawang goreng brebes dan bawang goreng sumenep. Perhitungan nilai tambah Hayami disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Perhitungan nilai tambah Hayami

No	Keterangan	Rumus Perhitungan
Input, Output, Harga		
1.	<i>Output</i> (kg/produksi)	A
2.	<i>Input</i> (kg/produksi)	B
3.	Tenaga kerja (jam/produksi)	C
4.	Faktor konversi	$D = A/B$
5.	Koefisien tenaga kerja	$C = C/B$
6.	Harga <i>output</i>	F
7.	Upah rata – rata tenaga kerja (Rp/produksi)	G
Nilai Tambah dan Keuntungan		
8.	Harga bahan baku (Rp/kg)	H
9.	Nilai <i>input</i> lain (Rp/kg)	I
10.	Nilai <i>output</i> (Rp/kg)	$J = D \times F$
11.	(a) Nilai tambah (Rp/kg)	$K = J - I - H$
	(b) Rasio nilai tambah (%)	$L\% = (K/J) \times 100\%$
12.	(a) Imbalan tenaga kerja (Rp/kg)	$M = E \times G$
	(b) Bagian tenaga kerja (%)	$N\% = (M/K) \times 100\%$
13.	(a) Keuntungan (Rp/kg)	$O = K - M$
	(b) Tingkat keuntungan (%)	$P\% = (O/K) \times 100\%$
Balas Jasa Faktor Produksi		
14.	Margin keuntungan (Rp/kg)	$Q = J - H$
	(a) Keuntungan (Rp/kg)	$R = O/Q \times 100\%$
	(b) Tenaga kerja (%)	$S = (M/Q) \times 100\%$
	(c) <i>Input</i> lain (%)	$T = (I/Q) \times 100\%$

Sumber: Hayami *et al.* (1987)

Keterangan :

- A = *Output*/total produksi bawang goreng yang dihasilkan agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara
- B = *Input*/bahan baku bawang merah yang digunakan
- C = Tenaga kerja yang digunakan dalam produksi bawang goreng dihitung dalam satuan jam
- F = Harga produk yang berlaku pada satu periode analisis
- G = Jumlah upah rata-rata tenaga kerja dalam satu periode produksi, yang dihitung berdasarkan upah per jam
- H = Harga *input* bahan baku utama bawang goreng per kilogram pada saat periode analisis
- I = Sumbangan/biaya *input* lainnya yang terdiri dari biaya bahan baku pendukung, biaya penyusutan, dan biaya pengemasan

4. Analisis Keuntungan

Metode analisis yang digunakan untuk menghitung keuntungan agroindustri bawang goreng Dua Saudara adalah metode deskriptif kuantitatif. Analisis keuntungan akan difokuskan untuk mengetahui

besarnya keuntungan yang diterima agroindustri bawang goreng per bulan pada kedua jenis bawang goreng, yaitu bawang goreng brebes dan sumenep. Besarnya keuntungan diperoleh dengan mengurangi pendapatan total dan biaya operasional. Perhitungan keuntungan dilakukan menggunakan analisis keuntungan menurut Kartadinata (2000) dengan rumus sebagai berikut:

$$\Pi = \text{Pendapatan Total} - \text{Biaya Operasional}$$

$$\Pi = (Y \cdot P_y) - (\sum X_i \cdot P_{X_i} + \text{BOP})$$

Keterangan:

Π = Keuntungan (Rp)

Y = Hasil produksi (kg)

P_y = Harga hasil produksi (Rp/kg)

X_i = Faktor produksi variabel ($i= 1,2,3,\dots,n$)

P_{X_i} = Harga faktor produksi ke- i (Rp)

BOP = Biaya *overhead* pabrik (Rp)

Analisis keuntungan dilakukan dengan menghitung besarnya keuntungan yang diperoleh oleh Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara.

Keuntungan pada agroindustri ini merupakan pendapatan bersih atau hasil dari pengurangan pendapatan total dengan biaya operasional yang dikeluarkan selama produksi bawang goreng. Biaya operasional terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Biaya *overhead* terdiri dari biaya bahan baku penolong dan biaya kerja tidak langsung. Perhitungan biaya operasional atau biaya produksi dilakukan dengan menggunakan metode *full costing*, yaitu dengan memasukkan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Perhitungan harga pokok produksi disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9. Perhitungan biaya produksi

Keterangan	Total Biaya
Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik	xxx
Biaya Produksi	xxx

5. Analisis Bauran Pemasaran

Analisis yang digunakan untuk menjawab tujuan mengenai bauran pemasaran agroindustri bawang goreng adalah analisis deskriptif kualitatif dengan penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran terdiri dari 4 atribut yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*). Analisis bauran pemasaran dianalisis berdasarkan perspektif produsen. Bauran pemasaran akan dideskripsikan berdasarkan kenyataan yang terjadi pada Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara dengan melihat beberapa indikator dari setiap atribut. Indikator bauran pemasaran yang akan dianalisis disajikan pada Tabel 10.

Tabel 10. Indikator bauran pemasaran

No.	Bauran Pemasaran
A. Product (Produk)	
1	Jumlah bawang goreng setiap pemesanan
2	Bentuk kemasan bawang goreng
3	Merek bawang goreng
4	Keawetan bawang goreng
B. Price (Harga)	
1	Penetapan harga
2	Pemberian potongan harga
3	Proses dan metode pembayaran
C. Place (Tempat)	
1	Penjualan bawang goreng
2	Lokasi penjualan bawang goreng
3	Sasaran pemasaran
4	Lokasi agroindustri
D. Promotion (Promosi)	
1	Kegiatan promosi
2	Media promosi

6. Analisis Preferensi Konsumen

Preferensi konsumen dalam penelitian ditujukan untuk konsumen eceran berupa pedagang makanan yang menggunakan bawang goreng. Analisis yang digunakan preferensi konsumen eceran produk bawang goreng agroindustri Dua Saudara adalah analisis kuantitatif dengan metode konjoin. Sementara itu, konsumen grosir dianalisis dengan metode deskriptif kualitatif. Analisis preferensi konsumen dilakukan untuk mengetahui kombinasi atribut yang menjadi pilihan konsumen, sehingga dapat dijadikan rekomendasi produsen bawang goreng untuk memperbaiki atau meningkatkan produksi. Penggunaan metode analisis konjoin terdiri dari beberapa tahapan, yaitu:

a. Menentukan Atribut dan Level

Merupakan tahap identifikasi atribut dan level yang digunakan dalam penelitian. Dalam analisis konjoin, atribut yang dapat digunakan maksimal berjumlah 7 atribut yang di dalamnya terdiri dari 2 – 4 level untuk masing – masing atribut. Atribut yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain harga, kerenyahan, warna, dan rasa. Harga dijadikan atribut karena harga merupakan ciri non fisik yang selalu ada dalam setiap produk. Sementara itu, ketiga atribut lainnya dipilih berdasarkan hasil kajian penelitian Khamidah dan Murni (2017), bahwa secara umum tingkat kesukaan konsumen terhadap bawang goreng dapat diuji berdasarkan parameter warna, tekstur, dan rasa. Level atribut harga ditetapkan dengan melihat harga pesaing produk bawang goreng yang berada di daerah Jabodetabek dengan harga jual antara Rp20.000 – Rp25.000 per 250 gram. Level atribut tingkat kerenyahan, warna, dan rasa ditetapkan berdasarkan ciri yang terdapat pada produk bawang goreng Dua Saudara. Atribut dan level atribut disajikan pada Tabel 11.

Tabel 11. Atribut dan level atribut bawang goreng Dua Saudara

No	Atribut	Level Atribut
1	Harga per 0,25 kg	1. Rp21.000 – Rp22.000 2. >Rp22.000
2	Tingkat kerenyahan	1. Sangat renyah 2. Renyah
3	Warna	1. Cokelat kekuningan 2. Cokelat kemerahan
4	Rasa	1. Gurih agak manis 2. Gurih agak pahit

b. Membangun Stimuli

Pendekatan dalam membangun stimuli pada penelitian ini adalah pendekatan *full profile*. Atribut yang digunakan dikombinasikan dengan level pada setiap atribut. Pada penelitian ini diperoleh sebanyak 32 kombinasi ($2 \times 2 \times 2 \times 2$). Hasil kombinasi tersebut masih terlalu banyak, sehingga dapat menyebabkan responden tidak konsisten ketika memberikan penilaian atribut. Oleh karena itu, stimuli direduksi secara *orthogonal* menggunakan SPSS 25 yang akan menghasilkan *plan card* terpilih. Hasil prosedur *orthogonal* atribut bawang goreng Dua Saudara disajikan pada Tabel 12.

Tabel 12. Hasil prosedur orthogonal kombinasi atribut bawang goreng Dua Saudara

No	Harga	Kerenyahan	Warna	Rasa
1	>Rp22.000	Sangat renyah	Cokelat kemerahan	Gurih pahit
2	Rp21.000 – Rp22.000	Renyah	Cokelat kemerahan	Gurih manis
3	>Rp22.000	Sangat renyah	Cokelat kemerahan	Gurih manis
4	>Rp22.000	Renyah	Cokelat kekuningan	Gurih manis
5	Rp21.000 – Rp22.000	Renyah	Cokelat kemerahan	Gurih pahit
6	Rp21.000 – Rp22.000	Sangat renyah	Cokelat kekuningan	Gurih manis
7	>Rp22.000	Renyah	Cokelat kekuningan	Gurih pahit
8	Rp21.000 – Rp22.000	Sangat renyah	Cokelat kekuningan	Gurih pahit

c. Skala Pengukuran

Skala pengukuran digunakan untuk menentukan interval dalam alat ukur pada kuesioner agar menghasilkan data kuantitatif. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert dengan skala 1 sampai 5. Jawaban responden untuk setiap stimulus dengan menggunakan skala likert akan menunjukkan hasil dari yang sangat positif sampai sangat negatif. Skala likert untuk pengukuran disajikan pada Tabel 13.

Tabel 13. Skala likert

Simbol	Keterangan	Bobot
STS	Sangat tidak setuju	1
TS	Tidak setuju	2
KS	Kurang setuju	3
S	Setuju	4
SS	Sangat setuju	5

d. Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengumpulan data untuk analisis preferensi konsumen dilakukan melalui proses wawancara dengan bantuan alat ukur berbentuk kuesioner. Wawancara dilakukan kepada konsumen bawang goreng Dua Saudara. Responden memberikan penilaian berdasarkan skala ordinal yang terdiri dari 5 tingkatan. Menurut Herlina (2019), skala ordinal memiliki perbedaan tingkatan namun belum diketahui perbedaan nilai di antara tingkatan tersebut. Oleh karena itu, penggunaan kuesioner harus terlebih dahulu melalui uji validitas dan reliabilitas untuk mengetahui apakah pertanyaan yang diajukan sah (valid) dan handal (reliabel). Uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan aplikasi SPSS.

1) Uji Validitas

Uji validitas adalah pengujian yang ditujukan pada isi dan kegunaan suatu instrumen penelitian. Uji validitas dilakukan untuk mengukur apakah alat ukur yang disusun benar – benar dapat mengukur apa yang perlu diukur atau dengan kata lain uji ini dilakukan untuk mengukur sah atau tidaknya setiap butir pertanyaan dalam suatu instrumen atau kuesioner. Kriteria uji validitas dilakukan dengan membandingkan antara nilai r hitung (*Pearson Correlation*) dengan nilai r tabel. Penentuan nilai r hitung dilakukan dengan melihat nilai yang tertera pada baris *Pearson Correlation*. Sementara itu, untuk menentukan nilai r tabel dilakukan dengan melihat kolom df menggunakan rumus $N-2$ (Darma, 2021). Jumlah yang diuji dalam penelitian berjumlah 30 responden dengan menggunakan nilai Alpha 0,05, sehingga nilai r tabel yang digunakan sebesar 0,361. Secara matematis, nilai r hitung dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n\sum(X)^2 - (\sum(X))^2)(n\sum(Y)^2 - (\sum(Y))^2)}}$$

Keterangan:

- r = Koefisien validitas
- n = Jumlah responden
- X = Skor pada atribut n
- Y = Skor total atribut
- XY = Skor pada atribut n dikali skor total atribut

Kriteria pengujian uji validitas sebagai berikut:

- a) Jika r hitung > r tabel, maka instrumen penelitian dikatakan valid.
- b) Jika r hitung < r tabel, maka instrumen penelitian dikatakan tidak valid.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengukuran yang dilakukan untuk mengetahui apakah pernyataan atau data yang dihasilkan dari kuesioner konsisten dari waktu ke waktu sehingga dapat diandalkan. Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha* sesuai dengan taraf signifikan yang digunakan. Dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikan 0,6. Secara sistematis, pengukuran reliabilitas dilakukan menggunakan rumus berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum Si}{St} \right)$$

Keterangan:

- r₁₁ = Nilai reliabilitas
- k = Jumlah butir pertanyaan
- ΣSi = Jumlah varian butir pertanyaan
- St = Varian total

Kriteria pengujian uji reliabilitas sebagai berikut:

- a) Jika nilai *Cronbach's Alpha* > tingkat signifikan, maka instrumen dikatakan reliabel.
- b) Jika nilai *Cronbach's Alpha* < tingkat signifikan, maka instrumen dikatakan tidak reliabel.

Hasil pengujian validitas dan reliabilitas konsumen bawang goreng Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara disajikan pada Tabel 14. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa nilai r hitung setiap stimulus lebih dari nilai r tabel sebesar 0,361. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa 8 stimulus yang digunakan dalam penelitian dinyatakan valid atau dapat digunakan sebagai alat pengujian. Pada pengujian reliabilitas diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,676 yang lebih besar dari taraf signifikan sebesar 0,600. Dengan demikian, stimulus yang digunakan untuk pengujian dikatakan reliabel atau pernyataan yang diberikan responden konsisten dari waktu ke waktu. Pengujian

kuesioner menunjukkan hasil yang valid dan reliabel, sehingga kuesioner dapat digunakan dalam penelitian analisis preferensi konsumen bawang goreng.

Tabel 14. Hasil uji validitas dan reliabilitas stimulus untuk analisis preferensi konsumen bawang goreng

No	Stimulus	Uji Validitas			Uji Reliabilitas	
		r hitung	r tabel	Nilai	Cronbach's Alpha	Nilai
1	S1	0,447	0,361	Valid	0,676	Reliabel
2	S2	0,487	0,361	Valid		
3	S3	0,487	0,361	Valid		
4	S4	0,613	0,361	Valid		
5	S5	0,376	0,361	Valid		
6	S6	0,877	0,361	Valid		
7	S7	0,600	0,361	Valid		
8	S8	0,517	0,361	Valid		

Keterangan:

- S1 = >Rp22.000, sangat renyah, coklat kemerahan, gurih pahit
 S2 = Rp21.000 – Rp22.000, renyah, coklat kemerahan, gurih manis
 S3 = >Rp22.000, sangat renyah, coklat kemerahan, gurih manis
 S4 = >Rp22.000, renyah, coklat kekuningan, gurih ,manis
 S5 = Rp21.000 – Rp22.000, renyah, coklat kemerahan, gurih pahit
 S6 = Rp21.000 – Rp22.000, sangat renyah, coklat kekuningan, gurih manis
 S7 = >Rp22.000, renyah, coklat kekuningan, gurih ,pahit
 S8 = Rp21.000 – Rp22.000, sangat renyah, coklat kekuningan, gurih pahit

e. Model Dasar Konjoin

Setelah diperoleh data dari setiap responden, langkah selanjutnya adalah mengolah kombinasi atribut (stimuli) untuk mengetahui nilai kegunaan (utilitas) tiap level atribut dan nilai kepentingan relatif tiap atribut. Model dasar konjoin yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$U = \alpha_0 + \alpha_{11}X_{11} + \alpha_{12}X_{12} + \alpha_{21}X_{21} + \alpha_{22}X_{22} + \alpha_{31}X_{31} + \alpha_{32}X_{32} + \alpha_{41}X_{41} + \alpha_{42}X_{42}$$

Tabel 15. Lambang variabel tiap atribut dan level atribut

No	Atribut	Level Atribut	Lambang Variabel
1	Harga (per 0,25 kg)	1. Rp21.000 – Rp22.000	<i>a₁₁</i>
		2. >Rp22.000	<i>a₁₂</i>
2	Tingkat kerenyahan	1. Sangat renyah	<i>a₂₁</i>
		2. Renyah	<i>a₂₂</i>
3	Warna	1. Cokelat kekuningan	<i>a₃₁</i>
		2. Cokelat kemerahan	<i>a₃₂</i>
4	Rasa	1. Gurih manis	<i>a₄₁</i>
		2. Gurih pahit	<i>a₄₂</i>

f. Penafsiran Nilai Utilitas dan Kepentingan Relatif

Setelah dilakukan analisis konjoin menggunakan SPSS 25, selanjutnya adalah menginterpretasikan hasil olah data berupa nilai kegunaan (utilitas) dan nilai kepentingan relatif. Merujuk penelitian Pane (2023), nilai utilitas yang paling tinggi menunjukkan bahwa level atribut tersebut artinya paling disukai oleh konsumen. Kemudian, semakin tinggi nilai kepentingan maka menunjukkan arti bahwa atribut tersebut dianggap paling penting konsumen.

7. Analisis Jasa Layanan Pendukung

Metode analisis yang digunakan untuk mengetahui tujuan mengenai peranan jasa layanan pendukung pada agroindustri bawang goreng Dua Saudara adalah analisis deskriptif kualitatif dengan memberikan skor atau penilaian pada setiap komponen lembaga jasa layanan pendukung. Analisis jasa layanan pendukung dilakukan untuk mengetahui keberadaan dan bagaimana pemanfaatan jasa layanan pendukung pada agroindustri tersebut. Jasa layanan yang akan dianalisis meliputi lembaga keuangan, lembaga penyuluhan, pasar, sarana transportasi, sarana teknologi informasi dan komunikasi, serta lembaga pemerintah. Penilaian lembaga jasa layanan pendukung dapat dilihat pada Tabel 16.

Tabel 16. Indeks penilaian lembaga jasa layanan pendukung

Indikator	Penilaian	Nilai Maksimum
Lembaga keuangan	0 = tidak ada	3
	1 = ada, tidak dimanfaatkan	
	2 = ada, sedikit dimanfaatkan	
	3 = ada, banyak dimanfaatkan	
Lembaga penyuluhan	0 = tidak ada	3
	1 = ada, tidak dimanfaatkan	
	2 = ada, sedikit dimanfaatkan	
	3 = ada, banyak dimanfaatkan	
Pasar	0 = tidak ada	3
	1 = ada, tidak dimanfaatkan	
	2 = ada, sedikit dimanfaatkan	
	3 = ada, banyak dimanfaatkan	
Sarana transportasi	0 = tidak ada	3
	1 = ada, tidak dimanfaatkan	
	2 = ada, sedikit dimanfaatkan	
	3 = ada, banyak dimanfaatkan	
Sarana teknologi informasi dan komunikasi	0 = tidak ada	3
	1 = ada, tidak dimanfaatkan	
	2 = ada, sedikit dimanfaatkan	
	3 = ada, banyak dimanfaatkan	
Lembaga pemerintah	0 = tidak ada	3
	1 = ada, tidak dimanfaatkan	
	2 = ada, sedikit dimanfaatkan	
	3 = ada, banyak dimanfaatkan	
Jumlah		18

Sumber: Abriani *et al.* (2022)

Penilaian lembaga jasa layanan pendukung dilakukan dengan memberikan skor 0 – 3 yang terdiri dari 4 keterangan penilaian, antara lain:

- a. Skor 0 = Tidak terdapat lembaga jasa layanan pendukung
- b. Skor 1 = Terdapat lembaga jasa layanan pendukung, namun tidak dimanfaatkan
- c. Skor 2 = Terdapat jasa layanan pendukung, namun sedikit dimanfaatkan
- d. Skor 3 = Terdapat jasa layanan pendukung dan banyak dimanfaatkan

Jumlah nilai maksimum dari penilaian lembaga jasa layanan pendukung adalah 18. Persentase untuk menentukan kriteria penilaian peran jasa layanan pendukung dilakukan dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Persentase} = \frac{\text{Jumlah nilai maksimum}}{18} \times 100\%$$

Kriteria penilaian pada analisis peran jasa layanan pendukung dapat dilihat pada Tabel 17.

Tabel 17. Kriteria penilaian analisis peran jasa layanan pendukung

Nilai	Kriteria
0 % - 33%	Kurang baik
34% - 67%	Baik
68% - 100%	Sangat baik

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Gambaran Umum Kabupaten Bogor

1. Sejarah Kabupaten Bogor

Sejarah awal didirikannya Kabupaten Bogor yaitu pada tanggal 3 Juni 1482 yang diilhami dari pelantikan Raja Pajajaran yang terkenal, yaitu Sri Baduga Maharaja atau dikenal dengan upacara “Kedabhakti”. Bogor berasal dari bahasa Belanda “Buitenzorg” yang diberikan secara resmi oleh Penjajah Belanda. Menurut pendapat lain, kata Bogor berasal dari kata “Bahai” yang artinya sapi. Kemudian, pendapat ketiga menyatakan bahwa kata Bogor berasal dari kata “Bkor” yang artinya kawung atau tunggul pohon enau. Kampung Bogor mulai dikembangkan oleh Gubernur Jenderal Gustar Willem Barron van Imhoff pada tahun 1745, sehingga menjadi satu kesatuan masyarakat yang berkembang. Nama Bogor juga tertulis dalam kalimat “Hoofd Van de Negorij Bogor” dengan arti “Kepala Kampung Bogor”. Kampung Bogor mulai dibangun oleh C.G.K. Reindwart pada tahun 1817 dengan lokasi di Kebun Raya Bogor.

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 6 Tahun 1982, pusat pemerintahan Kabupaten Bogor ditetapkan di Cibinong. Oleh karena itu, pusat kegiatan pemerintah Kabupaten Bogor berlokasi di Kantor Pemerintahan Cibinong sejak tahun 1990. Sejak tahun 1948 sampai saat ini, terdapat 13 bupati yang mengepalai Kabupaten Bogor. Bupati yang menjabat pada tahun 2019 sampai sekarang yaitu Hj. Ade Munawaroh Yasin.

2. Keadaan Geografis dan Topografi Kabupaten Bogor

Kabupaten Bogor memiliki luas wilayah 2.986,20 km² yang terdiri dari 40 kecamatan dan 435 desa/kelurahan. Secara astronomis, Kabupaten Bogor berada pada 6° 18' Lintang Utara dan – 6° 47' Lintang Selatan dan antara 106° 01'– 107° 103' Bujur Timur. Menurut posisi geografis, Kabupaten Bogor memiliki batasan dengan daerah lain, yaitu;

- a. Sebelah Utara : Kota Depok
- b. Sebelah Selatan : Kabupaten Sukabumi
- c. Sebelah Barat : Kabupaten Lebak
- d. Sebelah Timur : Kabupaten Purwakarta
- e. Sebelah Timur Laut : Kabupaten Bekasi
- f. Sebelah Tenggara : Kabupaten Cianjur
- g. Bagian Tengah : Kota Bogor

Kabupaten Bogor memiliki topografi yang beragam, mulai dari dataran yang relatif rendah pada bagian Utara, dataran tinggi di bagian Selatan, dan dataran rendah. Topografi di Kabupaten Bogor dikategorikan menjadi ekologi hulu, tengah, dan hilir. Dataran rendah dikategorikan sebagai ekologi hilir dengan ketinggian 15 – 100 meter di atas permukaan laut (mdpl), dataran bergelombang dikategorikan sebagai ekologi tengah yang berada pada ketinggian 100 – 500 mdpl, daerah pegunungan dikategorikan sebagai ekologi hulu pada ketinggian 500 – 1.000 mdpl, dan daerah pegunungan tinggi merupakan ekologi hulu dengan ketinggian 1.000 – 2.000 mdpl. Sebagian besar Kabupaten Bogor merupakan daerah dataran bergelombang (43,62 %). Kondisi topografi Kabupaten Bogor bagian Selatan menjadikan wilayah tersebut memiliki udara yang sejuk dengan potensi pariwisata pada kawasan puncak.

Kabupaten Bogor terbagi ke dalam tujuh Daerah Aliran Sungai (DAS), antara lain DAS Cidurian, DAS Cimanceuri, DAS Cisadane, DAS

Ciliwung, sub DAS Kali Bekasi, sub DAS Cipamingkis, dan DAS Cibeet. Kabupaten Bogor juga memiliki 32 jaringan irigasi pemerintah, 794 jaringan irigasi perdesaan, 93 situ, dan 96 mata air.

3. Keadaan Iklim Kabupaten Bogor

Kabupaten Bogor memiliki curah hujan yang tinggi setiap tahunnya, sehingga Kabupaten Bogor dikenal dengan sebutan “Kota Hujan”. Hal tersebut terjadi karena angin laut yang berasal dari Laut Jawa membawa banyak uap air ke atas wilayah Kabupaten Bogor dengan rata – rata ketinggian 100 – 500 mdpl dan memiliki topografi wilayah perbukitan serta pegunungan, sehingga uap air mengalami kondensasi menjadi air hujan. Hampir seluruh wilayah Kabupaten Bogor memiliki curah hujan tahunan 2.500 – 3.000 mm/tahun, bahkan terdapat sebagian kecil wilayah yang memiliki curah hujan tahunan di atas 5.000 mm/tahun. Suhu rata – rata harian Kabupaten Bogor berkisar antara 20° - 30°C dengan suhu rata – rata tahunan yaitu 25°C. Kabupaten Bogor merupakan wilayah iklim tropis dengan kelembaban udara 70 persen dan memiliki kecepatan angin yang cukup rendah, yaitu berkisar antara 1,2 m/detik dengan evaporasi di daerah terbuka rata-rata sebesar 146,2 mm/bulan.

4. Keadaan Demografi Kabupaten Bogor

Menurut Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) (2022), Kabupaten Bogor merupakan kabupaten dengan penduduk terbanyak se-Provinsi Jawa Barat dan juga se-Indonesia. Tercatat sebanyak 5,57 juta jiwa penduduk pada tahun 2022 dengan kepadatan penduduk 1.865/km². Kepadatan penduduk tertinggi di tiga kecamatan antara lain, Bojonggede, Ciomas, dan Cibinong. Berdasarkan kelompok jenis kelamin, jumlah penduduk laki – laki lebih banyak dibandingkan dengan penduduk perempuan, yaitu 2,9 juta jiwa penduduk laki – laki dan 2,7 juta jiwa penduduk perempuan. Jika dilihat dari

kelompok umur, jumlah penduduk paling banyak berada pada rentang umur 15 - 64 tahun yaitu sebanyak 3,5 juta jiwa penduduk. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar penduduk di Kabupaten Bogor berada pada rentang umur produktif yang menandakan banyaknya ketersediaan tenaga kerja (BPS, 2021).

B. Gambaran Umum Kecamatan Ciomas

1. Sejarah Kecamatan Ciomas

Ciomas diambil dari nama Sungai Tjiomas yang berasal dari bahasa Sunda, yaitu “Tji” yang artinya air dan “Omas” yang artinya emas. Hal tersebut berkaitan dengan aliran sungai Tjiomas berasal dari mata air Gunung Salak yang banyak mengandung endapan batuan vulkanik dari lahar yang memiliki warna keemasan. Pada aliran sungai Tjiomas terdapat beberapa pemukiman, seperti Kampung Kereteg, Laladon, Pasir Kuda, Kota Batu, Cibalagung, Cikaret, Panjasan, Empang, dan lainnya. Berdasarkan Surat Keputusan Gubernur Jawa Barat No.

168/Pm.121/VIII/1978, Kecamatan Ciomas mengalami pemekaran menjadi 14 desa. Seiring berkembangnya waktu, pada tahun 1992 terjadi pemekaran menjadi 40 desa. Kecamatan Ciomas mengalami pemekaran pada tahun tanggal 11 Januari 1992. Berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) No. 3 Tahun 1992, Dramaga berdiri menjadi kecamatan baru yang sebelumnya masuk ke dalam wilayah kemantren di Ciomas dan terdapat 15 desa pemekaran dari Kecamatan Ciomas yang masuk ke dalam Kecamatan Dramaga.

2. Keadaan Geografis Kecamatan Ciomas

Ciomas merupakan salah satu kecamatan yang ada di Kabupaten Bogor. Ciomas berjarak 3 km dari titik nol Bogor, sehingga Ciomas merupakan kecamatan yang paling strategis dan paling dekat dengan Kota Bogor.

Kecamatan Ciomas memiliki ketinggian rata – rata 0 – 500 mdpl.

Menurut posisi geografis, Kecamatan Ciomas berbatasan dengan beberapa kecamatan lain, antara lain:

- a. Sebelah Utara : Kecamatan Bogor Barat
- b. Sebelah Timur : Kecamatan Bogor Barat dan Kecamatan Bogor Selatan
- c. Sebelah Tenggara : Kecamatan Bogor Selatan
- d. Sebelah Selatan : Kecamatan Tamansari
- e. Sebelah Barat : Kecamatan Dramaga



Gambar 4. Peta wilayah Kecamatan Ciomas

Sumber: bukitasriciomas.wordpress.com

Berdasarkan peta wilayah, saat ini Kecamatan Ciomas terdiri dari 10 desa dan 1 kelurahan yang terdiri dari Desa Laladon, Desa Ciapus, Desa Sukaharja, Desa Sukamakmur, Desa Ciomas, Desa Pagelaran, Desa Mekarjaya, Desa Parakan, Desa Kota Batu, dan Kelurahan Padasuka. Kecamatan Ciomas sebagian besar terdiri dari wilayah pemukiman, yaitu 60 persen dari total wilayah. Sementara itu, untuk lahan pertanian dan

lahan kosong atau gambut masing – masing 25 persen dan 10 persen dari total wilayah (BPS Kecamatan Ciomas, 2021).

3. Keadaan Demografi Kecamatan Ciomas

Kecamatan Ciomas memiliki luas wilayah 16,3 km² yang merupakan kecamatan paling kecil di Kabupaten Bogor. Jumlah penduduk di Kecamatan Ciomas berdasarkan data Sensus Penduduk pada tahun 2020 sebanyak 170.486 jiwa dengan jumlah penduduk laki – laki sebanyak 86.936 jiwa dan penduduk perempuan sebanyak 83.550 jiwa. Berdasarkan kelompok usia, penduduk usia produktif (15 – 64 tahun) adalah yang terbanyak, yaitu 121.468 jiwa. Kepadatan penduduk di Kecamatan Ciomas mencapai 10.459 jiwa/km² yang merupakan kecamatan terpadat di Kabupaten Bogor. Hal tersebut membuktikan bahwa Kecamatan Ciomas sebagian besar wilayahnya didominasi oleh pemukiman penduduk, yaitu 60 persen dari total wilayah. Jumlah penduduk dan kepadatan penduduk di Kecamatan Ciomas pada tahun 2020 disajikan pada Tabel 18.

Tabel 18. Jumlah penduduk dan kepadatan penduduk di Kecamatan Ciomas tahun 2020

No	Desa/Kelurahan	Jumlah Penduduk (jiwa)	Luas (km ²)	Kepadatan Penduduk (jiwa/ km ²)
1	Kota Batu	27.153	2,74	9.910
2	Mekarjaya	9.918	0,86	11.533
3	Parakan	11.486	1,37	8.402
4	Ciomas	14.715	1,06	13.935
5	Pagelaran	24.167	1,80	13.426
6	Sukamakmur	12.611	1,87	6.762
7	Ciapus	15.574	1,58	9.882
8	Sukaharja	7.378	1,54	4.803
9	Padasuka	18.962	1,33	14.279
10	Ciomas Rahayu	14.681	0,88	16.607
11	Laladon	13.841	1,29	10.713
Total		170.486	15,03	10.459

Sumber: Badan Pusat Statistik Kecamatan Ciomas, 2021

Berdasarkan Tabel 18, daerah dengan jumlah penduduk terbanyak adalah Desa Kota Batu yaitu sebanyak 27.153 jiwa. Sementara itu, penduduk paling sedikit berada pada Desa Sukaharja sebanyak 7.378 jiwa.

Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara terletak di Kelurahan Padasuka dengan jumlah penduduk terbanyak ketiga dan memiliki kepadatan penduduk tertinggi kedua. Hal tersebut dapat menjadi peluang bagi agroindustri karena beberapa penduduk khususnya yang memiliki usaha bidang makanan di Kecamatan Ciomas berpotensi menjadi konsumen Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara.

4. Keadaan Perekonomian Kecamatan Ciomas

Menurut BPS (2021), Kecamatan Ciomas memiliki sarana dan prasarana ekonomi yang cukup beragam, di antaranya minimarket/swalayan, toko, rumah makan, kedai makan, dan hotel. Kegiatan perekonomian di Kecamatan Ciomas didukung oleh infrastruktur dan fasilitas yang memadai, seperti jalan, transportasi, fasilitas kesehatan, fasilitas pendidikan, fasilitas keamanan, dan lainnya. Jenis usaha sektor industri di Kecamatan Ciomas cukup beragam, terdiri dari industri kain, kulit, kayu, gerabah, anyaman, dan makanan/ minuman. Jenis usaha sektor industri paling banyak adalah kulit yang didominasi oleh UMKM pembuatan sepatu. Selain itu, banyak usaha sektor industri makanan/minuman. Keberlangsungan Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara sangat didukung oleh banyaknya usaha sektor makanan yang ada di Kecamatan Ciomas dan di Kabupaten Bogor dikarenakan sebagian besar pedagang makanan banyak menggunakan bawang goreng sebagai pelengkap makanan.

C. Gambaran Umum Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara

1. Sejarah dan Profil Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara

Informasi terkait sejarah dan profil agroindustri diperoleh langsung dari pemilik agroindustri. Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara merupakan sebuah industri makanan yang mengolah bawang merah menjadi bawang goreng. Agroindustri ini mulai dirintis oleh sepasang suami istri, yaitu Bapak Sujimin dan Ibu Yanti sejak tahun 2002 dengan modal awal sebesar Rp50.000. Pada tahun 2002, Bapak Sujimin merupakan seorang pedagang bakso dan pada saat itulah Ibu Yanti memproduksi bawang goreng sendiri dengan bahan baku bawang merah sebanyak 1 sampai 2 kg untuk usaha baksonya. Kemudian, bawang merah yang digunakan semakin meningkat menjadi 5 kg setiap harinya karena bawang goreng yang diproduksi tidak hanya untuk pribadi, namun mulai dijual ke sesama pedagang bakso dan tetangga sekitar rumah. Permintaan terus meningkat di tahun 2003 dan penjualan bawang goreng mulai dilakukan di pasar tradisional.

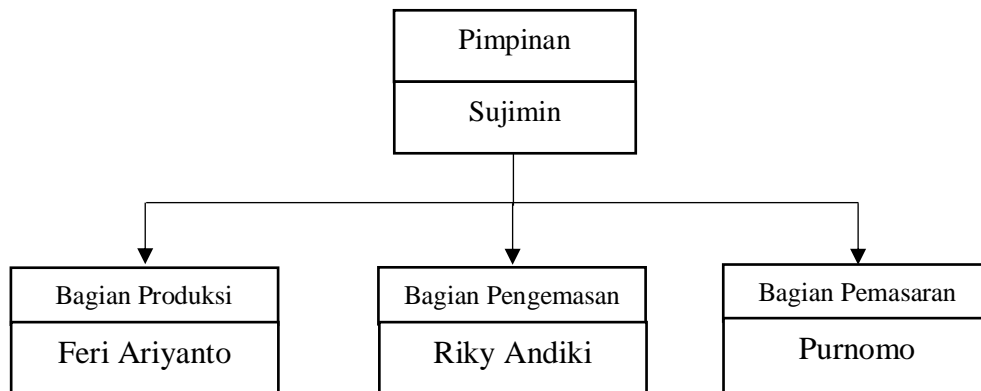
Pada akhirnya, Bapak Sujimin berhenti menjadi pedagang bakso dan memutuskan untuk fokus mengembangkan usaha produksi bawang goreng dengan meningkatkan peralatan untuk kegiatan produksi dengan modal Rp2.500.000 di tahun 2004. Permintaan bawang goreng semakin meluas hingga ke luar provinsi, sehingga Bapak Sujimin mempekerjakan 4 orang tenaga kerja dan mulai membangun pabrik sendiri. Merek dagang yang diberikan oleh pemilik yaitu “Bawang Goreng Dua Saudara” yang dilatarbelakangi karena Bapak Sujimin dan Ibu Yanti memiliki dua orang anak. Paten merek saat ini sedang diajukan untuk produk bawang goreng Dua Saudara.

Saat ini, bawang merah yang digunakan dalam satu kali produksi sebanyak 1 ton yang akan menghasilkan bawang goreng sebanyak 4 kwintal. Tenaga kerja pada agroindustri saat ini meningkat menjadi 9 orang. Dalam sehari, jumlah bawang goreng yang dipasarkan berjumlah 100 kg untuk dijual grosir dan 200 kg untuk dijual eceran. Penjualan saat ini dilakukan ke berbagai daerah yang ada di Indonesia, meliputi daerah Jabodetabek, Aceh, Medan, Palembang, Lampung, Kalimantan, dan Jayapura. Bawang goreng yang dihasilkan terdiri dari dua jenis, yaitu bawang goreng brebes dan bawang goreng sumenep. Harga jual untuk kedua jenis memiliki perbedaan. Bawang goreng brebes dijual dengan Rp70.000/kg dan bawang goreng sumenep dijual dengan harga Rp80.000/kg. Selain memiliki perbedaan harga, kedua jenis bawang goreng memiliki perbedaan dari segi rasa dan tampilan. Bawang goreng brebes memiliki tampilan warna coklat kemerahan, rasa gurih agak sedikit manis, dan memiliki aroma yang lebih kuat. Sementara itu, bawang goreng sumenep memiliki tampilan warna coklat kekuningan, rasa gurih agak pahit, dan aroma yang tidak terlalu kuat.

Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara berlokasi di Gang Saleh III, RT. 002 RW. 005, Kelurahan Padasuka, Kecamatan Ciomas, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Agroindustri ini sudah memiliki perizinan berusaha berbasis risiko dengan Nomor Induk Berusaha (NIB) 0411210043101 dengan skala usaha berupa usaha mikro yang diterbitkan pada 4 November 2021. Pada tanggal 16 Juli 2023, Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara mendapatkan sertifikasi halal dengan nomor sertifikat ID32110005691080623 yang diterbitkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. Agroindustri ini juga sudah memperoleh perizinan untuk menunjang kegiatan usaha Sertifikat Pemenuhan Komitmen Produksi Pangan Olahan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT) dengan nomor P-IRT 2093201011292-28 pada tanggal 8 Agustus 2023.

2. Struktur Organisasi Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara

Struktur organisasi pada Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara berfungsi untuk mempermudah melakukan pekerjaan karena adanya pembagian kerja dan wewenang setiap bagian. Penyusunan struktur organisasi disesuaikan dengan kebutuhan agroindustri. Struktur organisasi pada Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara terdiri dari, pemilik, penanggung jawab bagian produksi, penanggung jawab bagian pengemasan, dan penanggung jawab bagian pemasaran. Struktur organisasi Agroindustri BGDS dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Struktur organisasi Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara

Kegiatan pada agroindustri sepenuhnya diawasi langsung oleh pemilik. Pemilik agroindustri juga memegang bagian keuangan pada agroindustri, mulai dari pembayaran upah, biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya lainnya. Penanggung jawab bagian produksi bertugas untuk mengatur kegiatan produksi mulai dari pencucian bawang merah sampai penggorengan bawang merah. Kegiatan pencucian bawang merah terdiri dari 1 orang tenaga kerja, kegiatan pengirisan dan penepungan terdiri dari 1 orang tenaga kerja, dan kegiatan penggorengan terdiri dari 3 orang tenaga kerja. Penanggung jawab bagian pengemasan bertugas untuk mengatur kegiatan pengemasan untuk penjualan eceran dan grosir. Tenaga kerja pengemasan terdiri dari 3 orang. Selanjutnya, tugas dari penanggung jawab bagian pemasaran adalah mengatur kegiatan pemasaran

bawang goreng. Tenaga kerja pemasaran terdiri dari 4 orang yang bertugas melayani pembelian bawang goreng secara *offline* dan *online*.

3. Sumber Daya Manusia Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara

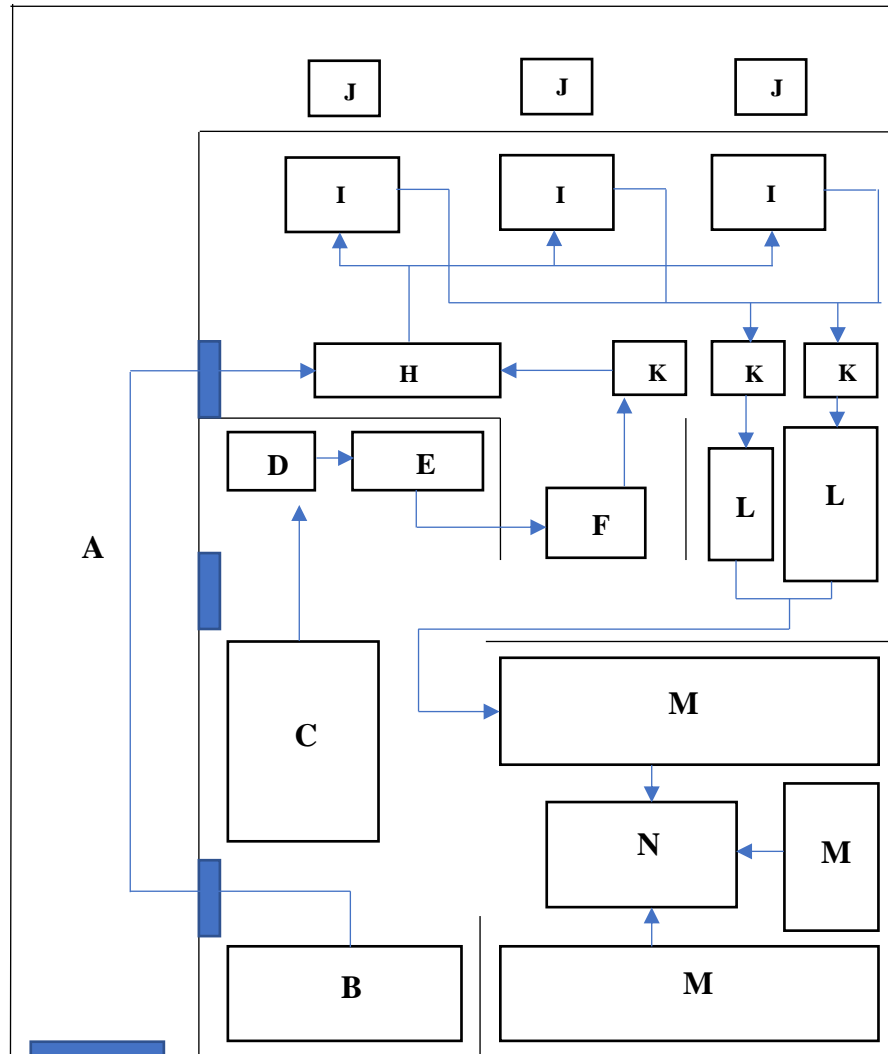
Sumber daya manusia merupakan faktor penting dalam sebuah agroindustri karena berperan sebagai penggerak serangkaian kegiatan yang ada. Tenaga kerja pada Agroindustri Bawang Goreng Saudara disesuaikan dengan kebutuhan. Terdapat 5 orang tenaga kerja yang berasal dari dalam keluarga dan 4 orang tenaga kerja dari luar keluarga. Tenaga kerja luar keluarga berasal dari masyarakat yang tinggal di sekitar agroindustri. Hanya terdapat 1 tenaga kerja dengan jenis kelamin perempuan, yaitu pada bagian pengemasan.

4. Tata Letak (*Layout*) Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara

Salah satu efisiensi kegiatan produksi pada industri dipengaruhi oleh tata letak (*layout*). Tata letak yang baik memiliki implikasi terhadap proses, fleksibilitas, dan biaya dalam sebuah industri (Heizer & Render, 2015). Pabrik pengolahan bawang goreng merupakan bangunan milik pribadi yang terletak di Kelurahan Padasuka, Kecamatan Ciomas, Kabupaten Bogor. Lokasi pabrik terletak 100 meter dari rumah pemilik agroindustri. Bangunan pabrik pengolahan bawang goreng memiliki ukuran 15 x 11 meter. Tata letak (*layout*) bangunan produksi bawang goreng Dua Saudara dapat dilihat pada Gambar 6.

Berdasarkan Gambar 6, dapat diketahui *layout* bangunan pabrik yang terdiri dari tempat penyimpanan bahan baku sampai tempat pengemasan. Bagian A merupakan teras bangunan yang digunakan sebagai tempat awal penurunan bawang merah dan bahan penolong lainnya, seperti tepung, minyak goreng, dan pelet kayu. Bagian B merupakan tempat penyimpanan berbagai jenis tepung, yaitu tepung beras, tepung aren, dan

tepung terigu. Tepung – tepung tersebut akan digunakan pada proses penepungan bawang merah iris. Bagian C merupakan tempat penyimpanan bawang merah segar.



Gambar 6. Tata letak (*layout*) pabrik Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara

Keterangan gambar:

- A : Teras pabrik
- B : Tempat penyimpanan tepung
- C : Tempat penyimpanan bawang merah
- D : Alat mesin pencucian bawang merah
- E : Tempat bak pencucian bawang merah

- F : Tempat pengirisan bawang merah
- G : Alat mesin *spinner* bawang merah iris
- H : Meja penepungan
- I : Kualii penggorengan
- J : Tempat bahan bakar (pelet kayu)
- K : Alat *spinner* bawang goreng
- L : Tempat pendinginan bawang goreng
- M : Tempat penyimpanan bawang goreng
- N : Tempat pengemasan

Kemudian bagian D dan E merupakan tempat pencucian bawang merah. Bagian F merupakan tempat pengirisan bawang merah menggunakan alat mesin pengiris. Setelah diiris, bawang merah iris diletakkan ke bagian G yang merupakan mesin *spinner* bawang merah iris. Bagian H merupakan tempat penepungan bawang merah iris sebelum tahap penggorengan. Bagian I merupakan kualii penggorengan yang berjumlah 3 buah. Bagian J merupakan tempat untuk menghidupkan api untuk penggorengan menggunakan pelet kayu. Bagian K merupakan mesin *spinner* bawang goreng yang berjumlah 2 buah. Bagian L merupakan *box* tempat pendinginan bawang goreng sebelum dimasukkan ke dalam kemasan *ball*. Setelah dingin, bawang goreng dikemas ke dalam kemasan *ball* pada bagian N. Bagian M merupakan tempat penyimpanan bawang goreng. Bagian N juga digunakan sebagai tempat pengemasan bawang goreng dalam berbagai kemasan yang akan dijual eceran.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan:

1. Jumlah pemesanan paling optimal untuk bawang merah brebes dengan metode EOQ probabilistik adalah sebesar 7.646 kg setiap kali pemesanan. Penghematan biaya total persediaan bawang merah brebes yang terjadi apabila menggunakan EOQ probabilistik sebesar Rp1.439.008 (9%). Sementara itu, jumlah pemesanan paling optimal untuk bawang merah sumenep adalah sebesar 4.442 kg setiap pemesanan dengan penghematan total biaya persediaan pada bawang merah sumenep dengan EOQ probabilistik adalah sebesar Rp62.398 (1%). Selanjutnya, hasil penilaian terhadap proses pengadaan bawang merah untuk varietas brebes dan sumenep berada pada kategori “baik”.
2. Nilai tambah yang diperoleh Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara termasuk pada kategori nilai tambah yang tinggi. Selanjutnya, usaha pengolahan bawang goreng juga dinilai menguntungkan dengan rata – rata keuntungan bawang goreng brebes sebesar Rp9.805/kg dan keuntungan sebesar Rp14.880/kg untuk bawang goreng sumenep.
3. Kegiatan pemasaran pada Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara sudah menerapkan konsep bauran pemasaran yang terdiri dari komponen produk, harga, tempat, dan promosi. Akan tetapi, pada komponen promosi masih kurang optimal karena belum memaksimalkan penggunaan media sosial dan *market place online*.
4. Konsumen bawang goreng Dua Saudara paling suka jenis bawang goreng brebes dengan kombinasi atribut rasa gurih manis, berwarna coklat

kekuningan, memiliki tekstur renyah, dan harga jual Rp21.000 – Rp22.000. Atribut yang paling diprioritaskan oleh konsumen dalam membeli bawang goreng berturut – turut adalah rasa, warna, kerenyahan, dan harga.

5. Jasa layanan pendukung yang ada dimanfaatkan ketersediaannya oleh Agroindustri Bawang Goreng Dua. Peran jasa layanan pendukung terhadap agroindustri sebesar 83 persen yang artinya termasuk dalam kriteria sangat baik.

2. Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian ini, antara lain:

1. Bagi agroindustri agar menggunakan metode EOQ probabilistik untuk mengoptimalkan jumlah pemesanan bahan baku dan dapat menghemat total biaya persediaan. Penggunaan metode EOQ probabilistik juga dapat dijadikan upaya dalam mengatasi kegiatan pengadaan bahan baku yang belum sesuai dengan harapan. Selanjutnya, agroindustri diharapkan untuk meningkatkan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi agar memperluas jaringan pemasaran. Kemudian, agroindustri diharapkan dapat melakukan perbaikan pada atribut warna bawang goreng brebes menjadi merah kekuningan dengan memisahkan residu kulit ari bawang merah saat proses pencucian.
2. Pemasaran bawang goreng Dua Saudara memiliki peluang untuk mencapai pasar yang lebih luas dalam skala nasional. Akan tetapi, Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara masih belum memaksimalkan media sosial dalam pemasaran dan belum menggunakan pemasaran digital karena kurangnya pengetahuan akan hal tersebut. Oleh karena itu, bagi pemerintah dan instansi terkait di Kabupaten Bogor agar dapat memberikan dukungan terkait pengembangan agroindustri melalui pelatihan pemasaran digital dengan memanfaatkan media sosial dan *market place online* agar dapat tercapai pengembangan ke skala yang lebih besar.

3. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara masih menetapkan harga berdasarkan harga pesaing. Penentuan harga jual juga ditentukan berdasarkan biaya produksi, namun belum dilakukan secara terperinci. Oleh karena itu, bagi peneliti lain sebaiknya dapat melakukan penelitian mengenai penetapan harga jual dengan analisis Harga Pokok Produksi (HPP). Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Agroindustri Bawang Goreng Dua Saudara memiliki peluang untuk mengembangkan produksi dan penjualan. Dengan demikian, bagi peneliti lain dapat melakukan analisis strategi pengembangan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal apa saja yang dapat mempengaruhi dan mendorong perkembangan agroindustri.

DAFTAR PUSTAKA

- Abda'u, R.T., Ibnu, M., & Arifin, B. 2021. Preferensi Konsumen terhadap Buah-Buahan di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*. 9(2): 301-308. <http://repository.lppm.unila.ac.id/42467/>. Diakses pada 26 April 2023.
- Abriani, D. M., Lestari, D. A. H., & Rosanti, N. 2022. Keberhasilan Sistem Agribisnis pada Korporasi Petani di Desa Marga Catur Kecamatan Kalianda Kabupaten Lampung Selatan. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*. 6(2): 463-477. <http://repository.lppm.unila.ac.id/id/eprint/42282>. Diakses pada 9 Mei 2023.
- Adelawati, K. 2020. Analisis Konjoin Preferensi Konsumen terhadap Sayuran Organik di Brastagi Supermarket Medan. Disertasi: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Adhi, A. A., & Safitri, D. 2011. Analisis Konjoin Full-Profile untuk Mengetahui Feature Telepon Selular yang Ideal Dipasarkan di Kecamatan Banyumanik Semarang. In *Prosiding Seminar Nasional Statistika Universitas Diponegoro 2011* (pp. 452-461). Jurusan Statistika: FMIPA Undip.
- Afriady, A., Kusumastuti, E. D., & Lestari, F. 2021. Analisis Perbandingan Tiga Metode Peramalan Penjualan pada UMKM Adorable Project. *Accounthink: Journal of Accounting and Finance*, 6(02): 107 – 117. <https://journal.unsika.ac.id/index.php/accounthink/article/view/5270>. Diakses pada 9 Oktober 2023.
- Aidawati, G. A. K. T., Murniati, K., & Riantini, M. 2021. Analisis Keragaan Agroindustri Klanting di Desa Gantimulyo Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*. 9(2): 265-270. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/5098>. Diakses pada 20 Oktober 2022.
- Aiman, A., Handaka, A. A., & Lili, W. 2017. Analisis Preferensi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Membeli Produk Olahan Perikanan di kota Tasikmalaya (Studi Kasus di Pasar Tradisional Cikurubuk, Kec.

- Mangkubumi). *Jurnal Perikanan Kelautan*. 8(1): 146 – 156. <http://jurnal.unpad.ac.id/jpk/article/view/13902>. Diakses pada 12 Maret 2023.
- Akbar, T. R., Lestari, D. A. H., & Nugraha, A. 2020. Analisis bauran pemasaran, risiko, dan kinerja keuangan agroindustri kopi bubuk cap obor mas lampung, di Kecamatan Kotabumi Kota, Kabupaten Lampung Utara. *JIIA (Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis)*, 8(1): 77-84. <http://repository.lppm.unila.ac.id/23327/>. Diakses pada 29 Oktober 2023.
- Akbar, W., Leonidas, D., & Fayaqun, R. 2023. Penerapan Metode Economic Order Quantity (EOQ) Probabilistik dalam Pengendalian Persediaan Beras Perum Bulog Kantor Cabang Solok. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3): 26653-26666. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/10912>. Diakses pada 2 Desember 2023.
- Arianti, Y. S., & Waluyati, L. R. 2019. Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Merah di Kabupaten Madiun. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 3(2): 256-266. <https://jepa.ub.ac.id/index.php/jepa/article/view/166/0>. Diakses pada 28 Oktober 2023.
- Artika, I.B.E. dan Marini, I.A.K. 2016. Analisis Nilai Tambah (*Value Added*) Buah Pisang Menjadi Keripik Pisang di Kelurahan Babakan Kota Mataram. *Ganac Swara*. 10(1) : 94 – 98. <http://unmasmataram.ac.id/wp/wp-content/uploads/15.-Ida-Bgs.Eka-Artika-dan-Ida-Ayu-Ketut-Marini.pdf>. Diakses pada tanggal 28 Oktober 2022.
- Assauri, S. 1999. Manajemen Produksi dan Operasi. Salemba Empat. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2021. Kabupaten Bogor dalam Angka. Badan Resmi Statistik BPS: Bogor.
- _____. 2022. Produk Domestik Bruto Indonesia Tahun 2017 – 2021. Badan Resmi Statistik BPS: Jakarta.
- _____. 2022. Statistik Tahun 2022. Badan Resmi Statistik BPS: Jakarta.
- Baene, E. 2020. Analisis Penerimaan Laba Bersih terhadap Biaya Produksi pada PLKT Gunungsitoli. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen PEMBNAS (JAM PEMBNAS)*. 7(1): 1-11. <https://www.ejournal.stiepembnas.ac.id/index.php/jampembnas/article/view/90>. Diakses pada tanggal 7 Mei 2023.
- Bahtiar, A., Noor, T. I., & Setia, B. 2020. Keragaan Agroindustri Kelapa Parut Kering (*Desiccated Coconut*) (Studi Kasus pada Agroindustri Kelapa

Parut Kering di Desa Cidadali Kecamatan Cikalong Kabupaten Tasikmalaya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*. 7(1): 182-190. <https://pdfs.semanticscholar.org/1106/35e89f516703094f5888e605483ed538d614.pdf>. Diakses pada tanggal 25 September 2022.

Balqis, Z. N., Abidin, Z., & Situmorang, S. 2022. Analisis Preferensi Konsumen terhadap Pembelian Kopi Dekafeinasi Ghalkoff di Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*. 10(2): 252-259. <http://repository.lppm.unila.ac.id/id/eprint/42369>. Diakses pada 20 Januari 2023.

Bank Indonesia. 2022. Analisis Inflasi Juni 2022. TPIP: Jakarta.

Barus, E. 2019. Analisis Perencanaan dan Pengendalian Persediaan Bahan Baku Tepung Terigu Menggunakan EOQ Model Probabilistik pada Perusahaan Yamie Panda. Disertasi: UAJY.

Bukit Asri Ciomas Indah. 2017. Peta Batas Kecamatan Ciomas. KRL Bukit Asri Ciomas Indah: Bogor.

Cahyani, I. A. C., Pulawan, I. M., & Santini, N. M. 2019. Analisis Persediaan Bahan Baku Untuk Efektivitas dan Efisiensi Biaya Persediaan Bahan Baku Terhadap Kelancaran Proses Produksi pada Usaha Industri Tempe Murnisingaraja di Kabupaten Badung. *Wacana Ekonomi (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi)*. 18(2) :116-125. https://www.ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/wacana_ekonomi/article/view/1165. Diakses pada tanggal 26 Oktober 2022.

Darma, B. 2021. Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2). Guepedia: Jakarta.

Devina, Y. H., Pujiantio, T., & Kastaman, R. 2021. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran dan Perilaku Konsumen terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Yoghurt di DKI Jakarta. *Agrikultura*. 32(2): 168-181. <http://jurnal.unpad.ac.id/agrikultura/article/view/32651>. Diakses pada 27 April 2023.

Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Pemerintah Kabupaten Bogor. (2022). Data Kependudukan. Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Pemerintah Kabupaten Bogor: Bogor.

Djuwendah, E. 2018. Keragaan Usaha dan Nilai tambah Pada Agroindustri Keripik Tike (Studi Kasus di Desa Jumbleng Kecamatan Losarang Indramayu). *Rekayasa Hijau: Jurnal Teknologi Ramah Lingkungan*. 2(1) :

- 1 – 10 . <https://ejournal.itenas.ac.id/index.php/rekayasahijau/article/view/2037>. Diakses pada tanggal 25 September 2022.
- Dysyandi, W., Sumaryono, W., Widyastuti, S., & Lesmana, H. 2019. Bauran Pemasaran Tentang Konsep Apotek Modern Serta Strategi Pemasarannya. *JRB-Jurnal Riset Bisnis*. 3(1): 1-8. <https://journal.univpancasila.ac.id/index.php/jrb/article/view/975>. Diakses pada tanggal 1 November 2022.
- Dwiyono, K. 2019. *Agroindustri*. Lembaga Penerbitan Universitas Nasional: Jakarta Selatan.
- Endiyani. 2014. *Preferensi Konsumen dan Analisis Rantai Nilai Produk Olahan Cabai Merah Kering (Studi Kasus: Wilayah Bogor)*. Tesis: Institut Pertanian Bogor.
- Fajriyah, N. 2017. *Kiat Sukses Budidaya Bawang Merah*. Bio Genesis: Yogyakarta.
- Fathony, A. A., & Wulandari, Y. 2020. Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional terhadap Laba Bersih pada PT. Perkebunan Nusantara VIII. *Jurnal Ilmiah Akuntansi FE UNIBBA*. 11(1):43-54. <https://unibba.ac.id/ejournal/index.php/akurat/article/view/251>. Diakses pada 9 Mei 2023.
- Fatma, E., & Pulungan, D. S. 2018. Analisis Pengendalian Persediaan Menggunakan Metode Probabilistik dengan Kebijakan Backorder dan Lost Sales. *Jurnal Teknik Industri*, 19(1): 38-48. <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/industri/article/view/5302>. Diakses pada 26 Oktober 2023.
- Faviana, E., Lestari, D. A. H., Murniati, K. 2021. Keragaan Agroindustri Bacang Ayam El Shaddai Food Melalui Pemasaran Konvensional dan Online di Kecamatan Penjarangan, Kota Jakarta Utara. *JIIA (Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis)*. 9(3) : 364-544. <http://repository.lppm.unila.ac.id/id/eprint/36490>. Diakses pada tanggal 25 September 2022.
- Hair, J.F., William C.B., Barry J.B., & Rolph E.A. 2010. *Multivariate Data Analysis Seventh Edition*. Pearson Prentice Hall: New Jersey.
- Hasanah, U., Masyhuri, M., & Djuwari, D. 2015. Analisis Nilai Tambah Agroindustri Sale Pisang di Kabupaten Kebumen. *Ilmu Pertanian (Agricultural Science)*. 18(3) : 141-149. http://etd.repository.ugm.ac.id/home/detail_pencarian/61000. Diakses pada tanggal 26 Oktober 2022.
- Hastuti, D. R. D. 2017. *Ekonomika Agribisnis (Teori dan Kasus)*. Cara Baca: Makassar.

- Hayami, Y., Kaeagoe, T., Marooka, Y., & Siregar, M. 1987. *Agricultural Marketing and Processing in Upland Java. A Perspective from A Sunda Village*. CGPRTC: Bogor.
- Heizer, J. & Render, B. 2015. *Manajemen Operasi (Edisi Sebelas)*. Salemba Empat: Jakarta.
- Herlina, V. 2019. *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Elex Media Komputindo.
- Hernando, G. 2017. *Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Dakron Roll dengan Metode Economic Order Quantity Probabilistik pada Monica Collection Semarang*. Disertasi: UNIKA.
- Hidayati, F., & Gusteti, Y. 2016. Analisis Preferensi Konsumen dalam Membeli Daging Sapi di Pasar Ternak Gunung Medan, Kabupaten Dharmasraya, Sumatera Barat. *Agrimeta*. 6(12): 93 – 103. <https://www.neliti.com/publications/89555/analisis-preferensi-konsumen-dalam-membeli-daging-sapi-di-pasar-ternak-gunung-me>. Diakses pada 12 Maret 2023.
- Hidayat, T., & Purwokerto, U. M. 2019. Pembahasan Studi Kasus sebagai Bagian Metodologi Penelitian. *Jurnal Study Kasus*. 3(1): 1-13. <https://www.researchgate.net/profile/TaufikHidayat32/publication>. Diakses pada tanggal 12 November 2022.
- Hulopi, I., Murtisari, A., & Boekoesoe, Y. 2018. Pengaruh Kegiatan Penunjang Agribisnis terhadap Produksi Padi Sawah di Kelurahan Dembe Jaya Kecamatan Kota Utara Kota Gorontalo. *AGRINESIA: Jurnal Ilmiah Agribisnis*. 2(3) : 219-231. <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/AGR/article/view/9666>. Diakses pada tanggal 11 November 2022.
- Ibrahim, I., & Elihami, E. 2020. Pembuatan Bawang Goreng Raja di Kabupaten Enrekang. *Maspul Journal of Community Empowerment*. 2(2): 6-17. <https://ummaspul.e-journal.id/pengabdian/article/view/766>. Diakses pada tanggal 27 Oktober 2022.
- Iryanie, E., & Handayani, M. 2019. *Akuntansi Biaya*. Poliban Press: Bandung.
- Kartadinata A. 2000. *Akuntansi dan Analisis Biaya*. PT Rineka Cipta: Jakarta.
- Khairunnisa, H., Lubis, D., & Hasanah, Q. 2020. Kenaikan Omzet UMKM Makanan dan Minuman di Kota Bogor Pasca Sertifikasi Halal. *Al-*

Muzara'ah, 8(2): 109-127. <https://journal.ipb.ac.id/index.php/jalmuzaraah/article/view/32000>. Diakses pada 21 November 2023.

Khoiriyah, N. R., Ariyani, A. H., & Fauziyah, E. 2012. Strategi Pengembangan Agroindustri Kerupuk Terasi (Studi Kasus di Desa Plosobuden, Deket, Lamongan). *Agriekonomika*. 1(2): 135-148. <https://journal.trunojoyo.ac.id/agriekonomika/article/view/357>. Diakses pada 25 Oktober 2022.

Kusuma, E. W., Widjaya, S., & Situmorang, S. 2020. Analisis Pengadaan Bahan Baku dan Nilai Tambah Agroindustri Keripik Ubi Kayu di Kecamatan Way Jepara Kabupaten Lampung Timur. *Jurnal Ilmu – Ilmu Agribisnis*. 8(1): 70 – 77. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/4339>. Diakses pada 28 Oktober 2022.

Laksono, A., Prasmatiwati, F. E., & Saleh, Y. 2022. Analisis Keragaan Agroindustri Kopi Luwak: Studi Kasus pada Agroindustri Ratu Luwak di Kecamatan Balik Bukit Kabupaten Lampung Barat. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*. 10(1): 17-25. <http://repository.lppm.unila.ac.id/41707/>. Diakses pada 26 April 2023.

Maharani, A.B., Wahid, I., Ainuri, M. 2020. Analisis Preferensi Konsumen Industrial terhadap Produk Bawang Goreng KWT Putri Manunggal “SUPERBRAM”. Skripsi: Universitas Gajah Mada.

Maharani, E., Edwina, S., Rosnita, R., & Muslimah, S. 2017. Keragaan Karakteristik Pengrajin dan Agroindustri Gula Aren di Kecamatan Benai Kabupaten Kuantan Singingi. *UNES Journal of Agricultural Scienties*. 1(1): 074-087. <https://faperta.ekasakti.org/index.php/UJAS/article/view/7>. Diakses pada tanggal 25 September 2022.

Malik, S. R., Antara, M., & Sulaeman, S. 2017. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Industri Bawang Goreng di Kota Palu. *Agroland: Jurnal Ilmu-ilmu Pertanian*. 24(1): 36-48. <http://jurnal.untad.ac.id/jurnal/index.php/AGROLAND/article/view/8570/6802>. Diakses pada tanggal 27 Oktober 2022.

Maulidah, S. 2012. Sistem Agribisnis. Modul Universitas Brawijaya : Malang.

Mayaningrum, A., & Purnomo, H. 2021. Optimalisasi Persediaan Bahan Baku Bawang Goreng di Sawung Tani Kab, Nganjuk. *In Seminar Nasional Manajemen Ekonomi dan Akuntansi*. 6 (1) : 847-852. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/1165>. Diakses pada tanggal 25 Oktober 2022.

- Munawaroh, A., Hindarti, S., & Syakir, F. 2021. Analisis Usaha dan Nilai Tambah Agroindustri Bawang Merah Goreng (Study Kasus: di Desa Banyuanyar Lor, Kabupaten Probolinggo). *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 8(3). <https://jim.unisma.ac.id/index.php/SEAGRI/article/view/9333>. Diakses pada 21 November 2023.
- Ningsih, D.C.W., Kassa, S., & Howara, D. 2013. Analisis Nilai Tambah Bawang Merah Lokal Palu Menjadi Bawang Goreng di Kota Palu. *Jurnal Agrotekbis*, 1(4): 353 – 360. <https://media.neliti.com/media/publications/247673-analisis-nilai-tambah-bawang-merah-lokal-0cbcf3d9.pdf>. Diakses pada 28 Oktober 2023.
- Nopitania, N, 2020. Keragaan Agroindustri Bawang Goreng “UD, Sinar Tani”. Doctoral Dissertation : Universitas Siliwangi.
- Nufus, H., Sayekti, W. D., & Adawiyah, R. 2022. Preferensi dan Tingkat Kepuasan Konsumen Banana Crispy pada Dua Umkm di Kecamatan Gedong Tataan. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 10(3): 347-354. <http://repository.lppm.unila.ac.id/47601/>. Diakses pada 20 Januari 2023.
- Nurviana, B. E. 2016. Analisis Pendapatan dan Kelayakan Agroindustri Dodol Rumput Laut di Kota Mataram. Doctoral dissertation : Universitas Mataram.
- Orme, B.K. 2000. Sample Size For Conjoint Analysis (online)
- Pane, S. M. P., Prasmatiwi, F. E., & Situmorang, S. 2023. Analisis Preferensi, Pola Konsumsi, dan Permintaan Beras Tingkat Rumah Tangga di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*. 11(1): 70 – 78. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/7210/pdf>. Diakses pada tanggal 9 Juli 2023.
- Pratiwi, N, A., Harianto, H., & Daryanto, A. 2017. Peran Agroindustri Hulu dan Hilir dalam Perekonomian dan Distribusi Pendapatan di Indonesia. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*. 14(2) : 127-127. <https://jurnal.ipb.ac.id/index.php/jmagr/article/view/16628>. Diakses pada tanggal 20 Oktober 2022.
- Prawiro, D. S., & Anggela, F. P. (2022). Analisis Peramalan Produksi Ikan Tambak di Kabupaten Karawang dengan Metode Kuadrat Terkecil. *Jurnal Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 21-28. <http://journal.ubpkarawang.ac.id/mahasiswa/index.php/JMMA/article/view/371>. Diakses pada 9 Oktober 2023.

- Prihadyanti, D., & Sari, K. 2020. Proses Inovasi Produk Pangan Fungsional: Studi Kasus Perusahaan-Perusahaan Lokal di Indonesia. *Jurnal Manajemen Teknologi*. 19(2): 196-219. <https://www.researchgate.net/profile/Dian-Prihadyanti/publication/344052745>. Diakses pada 12 Maret 2023.
- Priyambodo, C. S., Sastryawanto, H., & Hermawati, D. T. 2019. Analisis Preferensi Konsumen Buah Jeruk di Pasar Keputran Utara, Surabaya. *Jurnal Ilmiah Sosio Agribis*. 19(1): 85-103. <https://journal.uwks.ac.id/index.php/sosioagribis/article/view/690>. Diakses pada 26 April 2023.
- Pujiati, Novi P., & Marheny L. 2017. Budidaya Bawang Merah pada Lahan Sempit. FKIP Universitas PGRI Madiun: Jawa Timur.
- Putra, Z, P., Reswita, R, R., & Irnad, I, I. 2018. Added Value Analysis On Fried Onion Of Ud, Safari Bawang Goreng in Kelurahan Kebun Tebeng Bengkulu City. *Jurnal Agroindustri*. 8(1) : 62-70. <https://ejournal.unib.ac.id/index.php/agroindustri/article/viewFile/4518/2549>. Diakses pada 25 Oktober 2022.
- Putri, H.R. 2016. Pengaruh Pendidikan, Pengalaman Kerja, dan Jenis Kelamin Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Bagian Produksi Cv. Karunia Abadi Wonosobo. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. 5(4): 292 – 300. <https://journal.student.uny.ac.id/index.php/ekonomi/article/viewFile/4100/3752>. Diakses pada 3 November 2023.
- Putri, T. 2017. Analisis Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Abon Ikan Tuna. Tesis: Universitas Hasanuddin Makassar.
- Rachman, dan Sumedi. 2002. Kajian Efisiensi Manajemen dalam Pengelolaan Agroindustri dalam Analisis Kebijakan: Paradigma Pembangunan dan Kebijaksanaan Pengembangan Agroindustri. Monograph Series No. 21. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian: Bogor.
- Rante, E. 2022. Preferensi Konsumen Lokal Terhadap Produk Kopi Lokal di Kelurahan Tallunglipu Matallo Kecamatan Tallunglipu Kabupaten Toraja Utara. Disertasi: Universitas Bosowa.
- Royanti, D., & Sulistyowati, L. 2018. Analisis Keuntungan dan Nilai Tambah Agroindustri Puree Mangga di CV Utama Kabupaten Cirebon, Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 4(3): 811-818. <https://jurnal.unigal.ac.id/agroinfoGaluh/article/view/1648>. Diakses pada 28 Oktober 2023.

- Ruslan, M. R., Yoesdiarti, A., & Miftah, H. 2020. Analisis Preferensi Konsumen terhadap Kopi Bogor di Tiga Kedai Kopi Bogor. *Jurnal Agribisains*. 6(2), 101-114. <https://scholar.archive.org/work/3iti4vi57benpj5ohywbz3vgku/access/wayback/https://ojs.unida.ac.id/AGB/article/download/3545/pdf>. Diakses pada 26 April 2023.
- Saleh, Y., Zakaria, W, A., & Kasymir, E. 2019. Strategi Sektor Pertanian dalam Menghadapi Inflasi Tanaman Pangan di Kabupaten Lampung Tengah. *Indonesian Journal of Socio Economics*. 1(1) : 33-46. <http://repository.lppm.unila.ac.id/id/eprint/16077>. Diakses pada tanggal 25 Oktober 2022.
- Saragih, B. 2010. Agribisnis Paradigma Baru Pembangunan Ekonomi Berbasis Pertanian. IPB Press: Bogor.
- Santi, L., Ferrianta, Y., & Husaini, M. 2020. Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pemasaran Industri Bawang Merah Goreng (Studi Kasus Industri Bawang Merah Goreng Mak Yem di Kota Banjarbaru). *Frontier Agribisnis*, 4(2): 52 – 60. <http://ppjp.ulm.ac.id/journals/index.php/fag/article/view/2904>. Diakses pada 21 November 2023.
- Sefudin, A. 2017. Redefinisi bauran pemasaran (marketing mix)“4P” ke “4C”(Studi Kasus pada Universitas Indraprasta PGRI). *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*. 1(1): 17-23. <https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/JABE/article/download/1360/1084>. Diakses pada tanggal 1 November 2022.
- Setiawan, T. 2021. Mahir Akuntansi: Belajar Cepat Akuntansi Biaya & Akuntansi Manajemen. Bhuana Ilmu Populer: Jakarta.
- Shafira, F., Lestari, D. A. H., & Affandi, M. I. 2018. Analisis Keragaan Agroindustri Tahu Kulit di Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung. *JIIA (Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis)*. 6(3):279-287. <http://repository.lppm.unila.ac.id/id/eprint/12830>. Diakses pada tanggal 25 September 2022.
- Sinaga, Y. J., Lestari, D. A. H., & Situmorang, S. 2020. Keragaan Agroindustri Mi Basah di Kota Bandar Lampung dan Perilaku Konsumen dalam Perspektif Diversifikasi Pangan. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*. 7(3): 338-345. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/3771>. Diakses pada 26 April 2023.
- Sokoastri, V. 2020. Preferensi Konsumen dan Strategi Pemasaran Produk Olahan Kelapa Kopyor. In *Forum Agribisnis: Agribusiness Forum* . 10 (2): 145-154.

<https://journal.ipb.ac.id/index.php/fagb/article/view/30631>. Diakses pada 12 Maret 2023.

- Sumarni, N., & Hidayat, A. 2005. *Budidaya Bawang Merah*. Balai Penelitian Tanaman Sayuran: Bandung.
- Sumarwan, U. 2014. *Perilaku dan Penerapannya dalam Pemasaran (Edisi Kedua)*. Ghalia Indonesia: Bogor.
- Sundari, R. S., & Umbara, D. S. 2019. Preferensi konsumen terhadap produk agroindustri abon ikan. *Jurnal Mebis*. 4(1): 36-43. <https://mebis.upnjatim.ac.id/index.php/mebis/article/view/384>. Diakses pada 14 Agustus 2023.
- Suroto. 2000. *Strategi Pembangunan dan Perencanaan Perencanaan Kesempatan Kerja*. Gajah Mada University: Yogyakarta.
- Susanti, S., Lestari, D. A. H., & Kasymir, E. 2017. Sistem Agribisnis Ikan Patin (*Pangasius sp*) Kelompok Budidaya Ikan Sekar Mina di kawasan Minapolitan Patin Kecamatan Kota Gajah Lampung Tengah. *JIIA (Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis)*, 5(2): 116-123. <http://repository.lppm.unila.ac.id/23350/>. Diakses pada 3 November 2023.
- Suwandi, A., Daulay, N., Imnur, R, H, I., Lubis, S, P, Z, L., Siregar, S, N, S., Pranata, S., & Wulandari, S. 2022. Peranan dan Kendala Pengembangan Agroindustri di Indonesia. *Jurnal Inovasi Penelitian*. 2(10) : 3185-3192. <https://stp-mataram,e-journal,id/JIP/article/view/1312>. Diakses pada tanggal 25 Oktober 2022.
- Syarief, L. N. A., Lestari, D. A. H., & Kasymir, E. 2019. Keragaan Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri di Kecamatan Tanjung Senang Kota Bandar Lampung. *JIIA (Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis)*, 7(3): 298-305. <http://repository.lppm.unila.ac.id/21164/>. Diakses pada 24 Oktober 2023.
- Udayana, I. G. B. U. 2011. Peran Agroindustri dalam Pembangunan Pertanian. *Singhadwala*. 44 (1): 3-8. <http://repository.warmadewa.ac.id/id/eprint/29/>. Diakses pada 27 Oktober 2022.
- Wulan, W., Lamusa, A., & Sulmi, S. 2023. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Permintaan Bawang Merah di Pasar Inpres Manonda Kota Palu. *Jurnal Pembangunan Agribisnis (Journal of Agribusiness Development)*, 2(1): 96-102. <http://103.245.72.23:443/index.php/jpa/article/view/1656>. Diakses pada 20 November 2023.

Wulandari, D., Widjaya, S., & Suryani, A. 2018. Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Pakan Sapi CV Satriya Feed Lampung di Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung Tengah. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis. Journal of Agribusiness Science*. 5(3) : 250 – 257. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/viewFile/1637/1463>. Diakses pada tanggal 10 November 2022.

Yasmin, T. R., Prastiwi, W. D., & Handayani, M. 2017. Analisis Konjoin Preferensi Konsumen Sayuran Hidroponik Agrofarm Bandungan Kabupaten Semarang. *Agrisocionomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*. 1(1): 85-93. <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/agrisocionomics/article/view/1643>. Diakses pada 26 April 2023.

Yusniaji, F., & Widajanti, E. 2013. Analisis Penentuan Persediaan Bahan Baku Kedelai yang Optimal dengan Menggunakan Metode Stockhastic pada PT. Lombok Gandaria. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*. 13(2) : 158-170. <http://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/Ekonomi/article/view/674>. Diakses pada tanggal 28 Oktober 2022.