

RINGKASAN

Adelin (08320180061). Strategi Pemasaran Produk Bawang Goreng DZ di Kabupaten Buton Selatan, Provinsi Sulawesi Tenggara (Studi Kasus Industri Rumahtangga Bawang Goreng DZ di Desa Gerak Makmur, Kecamatan Sampolawa. Dibimbing oleh Dr. Ir. Iskandar Hasan, M.Sc dan Dr. Ir. St. Sabahannur, M.P

Pembangunan sektor pertanian khususnya subsektor tanaman pangan dan hortikultural saat ini terus berkembang di Indonesia. Hortikultura (*horticulture*) berasal dari bahasa latin *hortus* (tanaman kebun) dan *cultura/colere* (budidaya), dan dapat diartikan sebagai budidaya tanaman kebun. Strategi pemasaran merupakan salah satu pendekatan yang digunakan oleh perusahaan, baik yang menghasilkan barang atau jasa, untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Tujuan penelitian yaitu (1) Mendeskripsikan proses produksi bawang goreng DZ di Desa Gerak Makmur, Kabupaten Buton Selatan, Provinsi Sulawesi Tenggara, (2) Mendeskripsikan jumlah produksi dan menganalisis pendapatan produk bawang goreng DZ, (3) Menganalisis faktor lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi pemasaran produk bawang goreng DZ, (4) Merumuskan strategi yang tepat diterapkan dalam pemasaran produk bawang goreng DZ.

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Gerak Makmur, Kecamatan Sampolawa, Kabupaten Buton Selatan, Provinsi Sulawesi Tenggara. Mulai dari Bulan Januari sampai Maret 2024, berlangsung selama 3 (Tiga) bulan. Sampel penelitian ini adalah informan yang bekerja di industri rumahtangga bawang goreng DZ sebanyak 5 orang. Metode pengambilan sampel yaitu sampling jenuh mengambil semua karyawan yang bekerja di industri rumahtangga bawang goreng DZ. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis pendapatan, analisis IFAS dan EFAS serta analisis SWOT

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, (1) Proses produksi produk industri rumahtangga bawang goreng DZ yaitu mulai dari memilih bawang yang akan

digoreng, melakukan pengupasan kulit bawang merah dengan cara membuang kulit yang sudah kering lalu mencuci bawang kemudian mengirisnya dengan bentuk pipih agar bisa menghasilkan bawang goreng yang renyah, pemberian bumbu dengan campuran garam dan terigu secukupnya kemudian digoreng dengan minyak panas sampai berubah warnanya menjadi kuning, terus diangkat dan dilakukan pengeringan minyak dengan cara dimasukkan kedalam mesin spiner agar kandungan minyaknya berkurang dan tunggu beberapa menit sampai bawang goreng dingin lalu dilakukan pengemasan bawang goreng dengan botol plastik dengan berat 90 Gram/kemasan. (2) Jumlah produk yang dihasilkan dalam satu bulan produksi sebanyak 360 bungkus dengan harga Rp35.000/kemasan. Pendapatan industri rumahtangga bawang goreng DZ dalam satu bulan produksi sebesar Rp3.387.222,61,(3) Identifikasi faktor internal pada industri rumahtangga bawang goreng DZ berupa kualitas produk, penetapan harga jual, promosi melalui media sosial, layanan dan kemasan, sumberdaya manusia kurang, kualitas peralatan dan lokasi. Adapun faktor eksternal pada industri rumahtangga bawang goreng DZ berupa permintaan tinggi, loyalitas konsumen, mitra tetap, peluang pasar, perkembangan teknologi pengetahuan dan informasi, pesaing usaha sejenis dan harga produk pesaing, (4) Rumusan strategi yang digunakan industri rumahtangga bawang goreng DZ berada pada kuadran 1 yaitu strategi agresif dimana industri rumahtangga bawang goreng DZ dapat menggunakan kekuatan internal yang dimiliki dengan memanfaatkan peluang eksternal yaitu memiliki kualitas produk yang baik sehingga mitra yang bekerjasama tetap melakukan perpanjangan kontrak dengan begitu permintaan akan meningkat.

Kata Kunci: Bawang Goreng, Pendapatan, Strategi Pemasaran, SWOT