

## **STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BAWANG GORENG CRISPY DONGGALA DI INDUSTRI RUMAH TANGGA MANDIRI JAYA DI DESA LABUAN PANIMBA KECAMATAN LABUAN KABUPATEN DONGGALA**

**Development Strategy for the Donggala Crispy Fried Shallot Business in the Mandiri Jaya  
Home Industry, Labuan Panimba Village, Labuan Subdistrict, Donggala District**

Ila Febrianti<sup>1)</sup>, Effendy<sup>2)</sup>, Muh. Fahrudin Nurdin<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Mahasiswa Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako

<sup>2)</sup> Dosen Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako

E-mail: [kaila101296@gmail.com](mailto:kaila101296@gmail.com), E-mail: [Effendy-surentu@yahoo.com](mailto:Effendy-surentu@yahoo.com), E-mail: [muh.fahrudin31@gmail.com](mailto:muh.fahrudin31@gmail.com)

submit: 01 March 2024, Revised: 14 March 2024, Accepted: April 2024

DOI : <https://doi.org/10.22487/agrotekbis.v12i2.2101>

### **ABSTRACT**

This study examined the internal and external factors influencing the development of the "Mandiri Jaya" crispy fried onion business, established by Mrs. Irawati in 2016. The goal is to identify these factors and formulate strategies for developing the Donggala Crispy Fried Onion business within the Mandiri Jaya Home Industry. The analysis revealed that the most effective strategy is the Strengths-Opportunities (SO) approach, which influences the business's strengths to capitalize on opportunities. The calculated strength factor is 2.52, and the opportunity factor is 2.30, both of which exceed the weakness factor (0.83) and threat factor (0.78). This results in internal and external factor comparisons of 1.96 (X-axis) and 1.53 (Y-axis), respectively, indicating a strong potential for business development through strategic alignment.

**Keywords:** Fried onion, Development strategy, and SWOT.

### **ABSTRAK**

Industri Rumah Tangga "Mandiri Jaya" merupakan usaha rumah tangga yang memproduksi bawang goreng, dibangun oleh Ibu Irawati pada tahun 2016. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal pada usaha Bawang Goreng Crispy Donggala serta mengetahui strategi dalam pengembangan usaha Bawang Goreng Crispy Donggala di Industri Rumah Tangga Mandiri Jaya. Hasil hitung bobot dan rating yang didapatkan menunjukkan strategi pengembangan usaha yang diterapkan oleh Industri Mandiri Jaya yaitu strategi S-O (Mengggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang) dimana Faktor Kekuatan = 2,52 dan Peluang = 2,30 lebih besar dibandingkan faktor Kelemahan = 0,83 dan Ancaman = 0,78 dengan perbandingan faktor internal = 1,96 (sumbu X) dan faktor eksternal = 1,53 (Sumbu Y).

**Kata kunci :** Bawang goreng, strategi pengembangan, SWOT.

## PENDAHULUAN

Bawang Merah merupakan salah satu komoditas sayuran unggulan yang sejak lama telah diusahakan oleh petani secara intensif. Komoditas sayuran ini termasuk dalam kelompok rempah yang berfungsi sebagai bumbu penyedap makanan, vitamin dan obat tradisional. Di Sulawesi Tengah khususnya di Lembah Palu yang beriklim kering terdapat jenis bawang merah yang dapat tumbuh dan berproduksi dengan baik. Jenis bawang merah ini dikenal dengan nama bawang merah lokal Palu dan sudah diolah menjadi produk olahan siap saji yang biasa disebut bawang goreng Palu. (Ete dan Alam, 2009).

Beberapa faktor yang menyebabkan rendahnya hasil bawang merah yang diperoleh adalah rendahnya tingkat kesuburan tanah, ketersediaan air yang terbatas, penggunaan bibit yang tidak seragam dan bermutu rendah. Selain itu, faktor lingkungan seperti suhu yang tinggi menyebabkan tingkat pengupasan tanah sangat cepat (Maemunah dan Nurhayati, 2012).

Pengolahan bawang menjadi bawang goreng merupakan salah satu usaha agroindustri dimana bawang merah dijadikan sebagai salah satu produk komoditas hortikultura komersial yang dikategorikan tanaman akar yang banyak dikonsumsi dan dibutuhkan oleh semua kalangan dan banyak sektor mulai dari rumah tangga hingga perusahaan pengolahan makanan (Kanna, 2016). Salah satu produksi rumah tangga yang berbasis bahan baku dari komoditas pertanian adalah industri bawang goreng memerlukan pasokan akan bahan baku yang berkelanjutan untuk menjamin terus berlangsung proses produksi serta menjamin ketersediaan produk dipasaran karena usaha rumahan atau UKM dalam berkelangsungannya diperlukan kemampuan manajemen persediaan bahan baku proses produksi dan manajemen pemasaran (Astuti Dkk, 2019).

Pembangunan agroindustri akan dapat meningkatkan produksi, harga hasil pertanian, pendapatan petani, serta dapat

menghasilkan nilai tambah hasil pertanian dan akan membuka lapangan pekerjaan baru. Sektor pertanian dalam wawasan agribisnis dengan perannya dalam perekonomian nasional memberikan beberapa hal yang menunjukkan keunggulan yang dapat dipertimbangkan, keunggulan tersebut antara lain nilai tambah pada agroindustri, misalnya dengan cara pengawetan produk pertanian menjadi produk olahan yang lebih tahan lama dan siap dikonsumsi, mengingat sifat produk pertanian yang tidak tahan lama maka peran agroindustri sangat diperlukan (Ningsi, D. C. W. 2012).

Bawang merah lokal Palu (*Allium cepa L. Kelompok Agregatum*) merupakan salah satu komoditas sayuran rempah unggulan yang bisa digunakan sebagai penyedap masakan, bahan baku industri makanan seperti bawang goreng yang banyak diminati oleh kalangan masyarakat, obat-obatan dan disukai karena aroma dan cita rasanya yang khas (Limbongan dan Maskar, 2003).

Pengolahan bawang goreng telah dilakukan oleh industri-industri di sekitar lembah Palu dan sudah mulai berkembang dari industri rumah tangga menjadi industri menengah dengan menggunakan teknologi pengolahan bawang goreng. Adanya industri pengolahan bawang merah telah memberikan nilai tambah terhadap bahan primer hasil pertanian berupa bawang merah menjadi bawang goreng yang siap saji. (Yulianti dan Nilam, 2008).

Fungsi dan peran UKM saat ini dirasakan amat penting. Selain sebagai sumber mata pencaharian orang banyak, tetapi juga menyediakan secara langsung lapangan kerja bagi sebagian besar penduduk. Sebagai kelompok usaha kecil, UKM selalu terjebak dalam problem keterbatasan modal, teknik produksi, pemasaran, manajemen dan teknologi. Sebagai upaya untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil dalam rangka memperluas perannya didalam perekonomian nasional, diperlukan serangkaian pembinaan terpadu dan berkelanjutan untuk mengatasi berbagai masalah tersebut terutama bersumber pada

masalah keterbatasan pengetahuan, informasi dan permodalan (Sulityo, 2010).

Sejalan dengan pertumbuhan penduduk dan permintaan konsumen yang memerlukan bahan baku bawang merah terus meningkat setiap tahun, maka perlu ditingkatkan produktivitas bawang merah. Selain itu dengan semakin berkembangnya industri bawang goreng maka terkait pada peningkatan kebutuhan terhadap bawang merah (Andayani, 2007).

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini telah dilaksanakan di Industri Rumah Tangga Mandiri Jaya yang bertempat di Desa Labuan Panimba Kecamatan Labuan Kabupaten Donggala. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Industri Rumah Tangga Mandiri Jaya merupakan satu-satunya penghasil bawang goreng yang ada di Desa Labuan Panimba Kecamatan Labuan Kabupaten Donggala. Penelitian telah dilakukan pada Bulan Desember 2020 hingga Bulan Februari 2021.

Penentuan responden dilakukan secara sengaja (*purposive*) dan dilakukan dengan wawancara secara langsung pimpinan usaha Bawang Goreng Crispy Donggala. Responden yang diambil sebanyak 6 orang yaitu 1 orang pemilik atau pimpinan, 2 orang tenaga kerja, dan 3 konsumen dari Industri mandiri Jaya karena dengan pertimbangan bahwa pimpinan dan tenaga kerja perusahaan bertanggung jawab penuh dan mengetahui tentang keadaan industri selama berdirinya perusahaan dan responden lainnya mengetahui perkembangan Industri Mandiri Jaya sehingga diharapkan bisa diperoleh hasil yang cukup akurat sesuai dengan tujuan yang diharapkan dalam penelitian.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu bersumber dari data primer dan data sekunder. Data primer dilakukan dengan cara observasi dan wawancara langsung dengan pemilik usaha, dengan menggunakan

daftar pertanyaan (Kuisisioner). Kemudian data sekunder di ambil dari literatur atau jurnal dan buku perpustakaan serta referensi media.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Analisis SWOT, analisis tersebut mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strenght*) dan peluang (*Oppotunities*), namun secara bersamaan meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Treaths*). Proses pengambilan keputusan strategi berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan. Perencanaan strategi harus dapat menganalisis faktor-faktor strategi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam kondisi yang ada pada saat tersebut (Rangkuti, 2006).

Manfaat analisis SWOT meningkatkan pengetahuan dan pemahaman organisasi (Rahardi, 2008). Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*Oppotunities*) dan ancaman (*Treaths*) dengan faktor internal kekuatan (*Strenght*) dan kelemahan (*Weakness*), sehingga dapat diambil suatu keputusan strategi suatu perusahaan. Membuat keputusan untuk memilih alternatif strategi sebaiknya dilakukan setelah perusahaan mengetahui terlebih dahulu posisi perusahaan untuk kondisi sekarang berada pada kuadran sebelah mana sehingga strategi yang dipilih merupakan strategi yang tepat karena sesuai dengan kondisi internal dan eksterna yang dimiliki oleh perusahaan (Marimin, 2004).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Hubeis (2008), Kekuatan adalah sumber daya atau kapasitas perusahaan yang dapat digunakan secara efektif dalam mencapai tujuannya, Kelemahan adalah keterbatasan, toleransi ataupun cacat dari perusahaan yang dapat menghambat pencapaian tujuannya. Hasil

identifikasi faktor kekuatan dan kelemahan sebagai faktor strategis internal, selanjutnya diberikan bobot serta rating untuk setiap faktor, maka dapat diperoleh total skor nilai seperti terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1 menunjukkan, total yang diperoleh tabel IFAS yaitu sebesar 3,35. Total yang diperoleh pada tabel IFAS didapatkan dari penjumlahan antara Sub Total 1 pada faktor kekuatan (*Strength*) = 2,52 dan Sub Total 2 pada faktor kelemahan (*Weakness*) = 0,83. Hal ini menunjukkan bahwa faktor kelemahan yang dimiliki Industri Rumah Tangga Mandiri Jaya lebih kecil dari faktor kekuatan, oleh karena itu Industri Rumah Tangga Mandiri Jaya dapat lebih memanfaatkan faktor-faktor kekuatan yang dimiliki untuk lebih meningkatkan usaha kedepannya dan guna mengatasi kelemahan yang dimiliki. Hasil perhitungan dari nilai bobot dan rating faktor internal strategi pengembangan usaha bawang goreng crispy donggala di industri Mandiri Jaya diperoleh dari hasil pengurangan antara faktor kekuatan (*Strength*) dan faktor

kelemahan (*Weakness*) yaitu  $2,52 - 0,83 = 1,69$  yang dijadikan sebagai sumbu horizontal atau sumbu X, karena Industri Mandiri Jaya mengalami Peningkatan produksi disebabkan oleh banyaknya jumlah skor bobot dan rating yang didapatkan pada faktor kekuatan dibandingkan dengan faktor kelemahan pada strategi internal, maka sumbu X dalam diagram SWOT adalah 1,69.

Menurut Hubeis (2008), Peluang adalah situasi mendukung dalam usaha yang digambarkan dari kecenderungan yang memungkinkan organisasi meningkatkan posisi melalui kegiatan suplai, Ancaman adalah situasi tidak mendukung/ hambatan, kendala atau berbagai unsur eksternal lainnya dalam lingkungan perusahaan yang potensial untuk merusak strategi yang telah disusun, sehingga menimbulkan masalah, kerusakan atau kekeliruan Hasil identifikasi faktor eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman pada usaha budidaya rumput laut diperoleh hasil seperti terlihat pada Tabel 2.

Tabel 1. Analisis SWOT Matriks IFAS (Internal Factor Analysis summary) pada Industri Rumah Tangga Mandiri jaya.

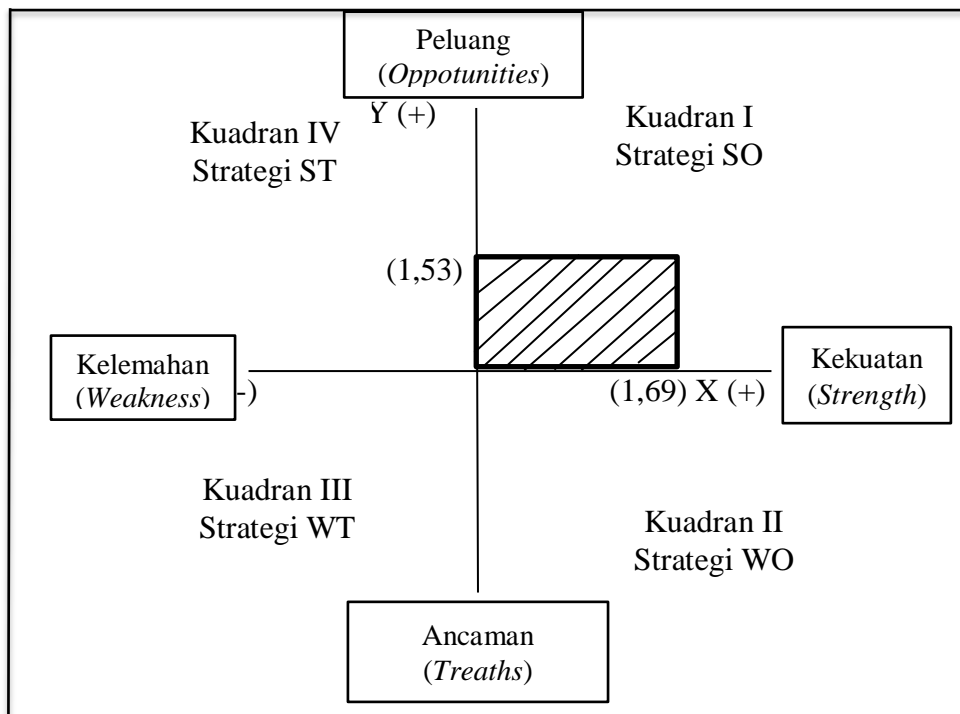
Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor (B x R)
<b>1. Kekuatan (<i>Strength</i>)</b>			
a. Ketersediaan bahan baku	0,16	4	0,64
b. Kualitas Produk	0,16	4	0,64
c. Pelayanan yang baik kepada konsumen	0,16	4	0,64
d. Teknologi pengolahan	0,15	4	0,60
Sub total 1	0,63	16	2,52
<b>2. Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b>			
a. Tempat pengolahan produksi yang sempit	0,10	3	0,30
b. Lokasi kurang strategis	0,08	2	0,16
c. Promosi belum efektif	0,09	2	0,18
d. Belum ada papan pengenalan usaha	0,10	2	0,19
Sub total 2	0,37	9	0,83
Total (1 + 2)	1,00	25	3,35
Sumbu X(Subtotal 1 – Subtotal 2)			1,69

Sumber : Data Primer Setelah Diolah,2020.

Tabel 2. Analisis SWOT Matriks EFAS (Eksternal Factor Analysis summary) pada Industri Rumah Tangga Mandiri jaya.

Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor (B x R)
<b>1. Peluang (Opportunities)</b>			
a. Mendapat dukungan dari pemerintah	0,16	4	0,63
b. Terbukanya pasar digital	0,14	3	0,43
c. Tersedianya sumber informasi mengenai inovasi produk	0,15	4	0,60
d. Memiliki pelanggan tetap	0,16	4	0,63
Sub Total 1	0,61	15	2,30
<b>2. Ancaman (Threats)</b>			
a. Adanya produk substitusi	0,10	2	0,20
b. Kenaikan harga bahan bahan pelengkap atau pendukung	0,10	2	0,20
c. Berkurangnya minat konsumen	0,09	2	0,17
d. Persaingan harga	0,10	2	0,20
Sub Total 2	0,39	8	0,78
Total ( 1 + 2 )	1,00	23	3,08
Sumbu Y (Subtotal 1 – Subtotal 2)			1,53

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2020.



Gambar 1 : Diagram Analisis SWOT Strategi Pengembangan Usaha Bawang Goreng Crispy Donggala di Indutri Rumah Tangga Mandiri Jaya.

Tabel 3. Hasil Skoring Faktor Internal dan faktor Eksternal Usaha Bawang Goreng Crispy Donggala di Industri Rumah Tangga Mandiri Jaya.

Kriteria	Koordinat	Keterangan
Faktor Internal		
Kekuatan	1,69	Sumbu X
Kelemahan		
Faktor Eksternal		
Peluang	1,53	Sumbu Y
Ancaman		

Data Primer Setelah diolah, 2020.

Tabel 2 menunjukkan, total yang diperoleh tabel EFAS yaitu sebesar 3,08. Total yang diperoleh pada tabel IFAS didapatkan dari penjumlahan antara Sub Total 1 pada faktor peluang (*opportunities*) = 2,30 dan Sub Total 2 pada faktor ancaman (*Threats*) = 0,78. Hal ini menunjukkan bahwa faktor ancaman yang dimiliki Industri Rumah Tangga Mandiri Jaya lebih kecil dari faktor peluang, oleh karena itu Industri Rumah Tangga Mandiri Jaya dapat lebih memanfaatkan faktor-faktor peluang yang dimiliki untuk lebih meningkatkan usahanya kedepan dan guna mengatasi ancaman yang dimiliki. Hasil perhitungan dari nilai bobot dan rating faktor eksternal strategi pengembangan usaha bawang goreng crispy donggala di industri Mandiri Jaya diperoleh dari hasil pengurangan antara faktor peluang (*opportunities*) dan ancaman (*Threats*) yaitu  $2,30 - 0,78 = 1,53$  yang dijadikan sebagai sumbu vertikal atau sumbu Y, karena Industri Mandiri Jaya mengalami Peningkatan produksi disebabkan oleh banyaknya jumlah skor bobot dan rating yang didapatkan pada faktor peluang dibandingkan dengan faktor ancaman pada strategi eksternal, maka sumbu Y dalam diagram SWOT adalah 1,53.

Berdasarkan skoring faktor internal dan eksternal, maka dapat diketahui posisi kuadran pada usaha Bawang Goreng Crispy Donggala yang diformulasikan pada diagram SWOT pada gambar 1.

Tabel 3 menunjukkan, Hasil dari pembobotan faktor internal dan faktor eksternal dapat disimpulkan bahwa total

skor yang diperoleh dari pengurangan total faktor kekuatan dan faktor kelemahan sebagai sumbu X sebesar 1,69, sedangkan skor faktor eksternal yang merupakan hasil pengurangan antara faktor peluang dan faktor ancaman sebagai sumbu Y yaitu sebesar 1,53.

(Supriadi, 2013) mengatakan bahwa dalam hasil penelitiannya yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Bawang Goreng Pada Umkm “Usaha Bersama” Di Desa Bolupountu Jaya Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi” hasil penelitiannya yaitu faktor internal menunjukkan faktor kekuatan yang dimiliki lebih besar dari faktor kelemahan, sedangkan untuk faktor eksternal menunjukkan faktor peluang yang dimiliki oleh UMKM “Usaha Bersama” lebih besar dari faktor ancaman. Alternatif strategi yang digunakan untuk pengembangan usaha bawang goreng UMKM “Usaha Bersama” yaitu dengan menggunakan strategi SO dimana usaha bawang goreng UMKM “Usaha Bersama” dapat menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

Berdasarkan diagram SWOT tersebut, posisi usaha untuk strategi pengembangan usaha Bawang Goreng Crispy Donggala di Industri Rumah Tangga Mandiri Jaya berada pada kuadran I, dimana pada posisi ini sebuah usaha maupun industri memiliki posisi yang kuat dan berpeluang untuk berkembang, hasil kuadran SWOT diatas, maka menerapkan strategi yang dapat digunakan Industri Rumah Tangga Mandiri Jaya yaitu strategi

SO. Strategi SO merupakan strategi yang dapat digunakan karena usaha/industri memiliki kekuatan dan peluang sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi ini dapat dikatakan sebagai strategi yang menggunakan kekuatan memanfaatkan peluang yang ada seperti tersaji pada tabel 4.

Berdasarkan matriks SWOT IFAS dan EFAS, dapat ditetapkan beberapa alternatif strategi yang dapat digunakan dalam mendukung perkembangan usaha bawang goreng crispy donggala di industri Mandiri Jaya Sebagai berikut :

1. Memaksimalkan pemanfaatan bahan baku yang cukup memadai untuk

- 2. Memanfaatkan dukungan pemerintah guna peembangan usaha kedepannya melalui pelatihan usaha sehingga mendorong masyarakat dalam menciptakan lapangan kerja.
- 3. Meningkatkan promosi melalui media eletronik maupun media cetak sehingga konsumen dapat dengan mudah mengetahui produk bawang goreng yang dihasilkan oleh Industri Mandiri Jaya.

Tabel 4. Matriks SWOT Strategi Pengembangan usaha Bawang Goreng Crispy Donggala di Industri Rumah Tangga Mandiri Jaya.

IFAS	Kekuatan ( <i>Strength</i> )	Kelemahan ( <i>Weakness</i> )
EFAS	1.Ketersediaan bahan baku 2.Kualitas Produk 3.Pelayanan yang baik kepada konsumen 4.Teknologi pengolahan	1.Tempat pengolahan produksi yang sempit 2.Lokasi kurang strategis 3.Promosi belum efektif 4.Belum ada tanda pengenalan usaha
Peluang ( <i>Opportunities</i> )	Strategi (S-O)	Strategi (W-O)
1.Mendapat dukungan dari pemerintah 2.Terbukanya pasar digital 3.Tersedianya sumber informasi mengenai inovasi produk 4.Pelanggan tetap	1.Memanfaatkan ketersediaan bahan baku dan meningkatkan kualitas produk dengan tersedianya informasi mengenai inovasi produk untuk membuat produk baru yang lebih bervariasi dan produk bawang goreng yang beraneka rasa 2.Memanfaatkan dukungan dari pemerintah dalam upaya pengembangan usaha melalui teknologi pengolahan dan terbukanya pasar digital untuk terus memperkenalkan produk yang dihasilkan agar dapat mengakses pasar yang lebih luas	1.Memanfaatkan pasar digital dalam memasarkan produk agar dapat mengakses pasar yang lebih luas untuk menutupi kekurangan pada lokasi usaha yang kurang strategis 2. Memanfaatkan dukungan pemerintah dengan berbagai macam bantuan untuk Industri agar terus berkembang dan promosi juga lebih efektif

Ancaman ( <i>Threats</i> )	Strategi (S-T)	Strategi (W-T)
1.Adanya produk substitusi	1.Mempertahankan kualitas	1.Memperbaiki pemasaran
2.Kenaikan harga bahan pelengkap atau pendukung	produk dalam mengantisipasi berkurangnya minat konsumen	dengan memanfaatkan teknologi untuk mempromosikan hasil produksi agar dengan cepat dikenali dan dapat mengakses pasar yang lebih luas
3.Berkurangnya minat konsumen		
4.Persaingan harga		

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2020.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa metode yang di gunakan dalam menentukan strategi pengembangan usaha Bawang Goreng Crispy Donggala di Industri Mandiri Jaya telah di ketahui, dengan menggunakan analisis SWOT, yakni menentukan faktor IFAS (*Internal Faktor Analysis Summary*) yaitu melihat bagaimana kekuatan dan kelemahan dari Industri Mandiri Jaya dan EFAS (*Eksternal Faktor Analysis Summary*) yaitu melihat bagaimana peluang dan ancaman pada Industri Mandiri Jaya.

Identifikasi faktor internal dan eksternal strategi pengembangan usaha bawang goreng crispy donggala di industri Mandiri Jaya yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal memiliki total sebesar 1,69 dengan skor kekuatan 2,25 dan skor kelemahan 0,83 ini menunjukkan faktor kekuatan yang di memiliki lebih besar dari faktor kelemahan, sedangkan untuk faktor eksternal memiliki total nilai yaitu sebesar1,53 dengan skor peluang 2,30 dan skor ancaman 0,78 ini menunjukkan faktor peluang yang dimiliki oleh Industri Mandiri Jaya elbih besar dari faktor ancaman. Alternatif strategi yang digunakan untuk pengembangan usaha bawang goreng crispy donggala yaitu dengan menggunakan strategi SO dimana usaha bawang goreng crispy donggala dapat menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

### Saran

1. Berdasarkan kesimpulan diatas penulis menyarankan kepada industri mandiri jaya untuk mulai melakukan peningkatan kualitas produk melalui berbagai inovasi untuk menciptakan produk bawang goreng yang lebih bervariasi untuk memenuhi selera konsumen.
2. memanfaatkan kemajuan teknologi melalui pasar digital untuk memasarkan produk, melalui iklan berbayar dengan memanfaatkan media-media seperti facebook, whatsapp, instagram dan sebagainya untuk meningkatkan pelayanan media promosi agar penjualan produk terus meningkat dan dapat mengakses pasar yang lebih luas.

### DAFTAR PUSTAKA

- Andayani, A.M., 2007. GAP benih tanaman bawang merah. Direktorat Perbenihan dan Sarana Produksi. Jakarta.
- Astuti, Dkk. 2019. Pendapatan Usaha dan Persediaan Bahan Baku Industri Bawang Goreng. Agribisnis Jurnal. 13(2): 9.
- Ete, A. Dan Alam, 2009. Karakteristik Mutu Bawang Goreng Palu Sebelum Penyimpanan I. J. Agroland Vol. 16 (4) : 273-280.
- Hubeis M. 2008. Modul 8: Pengelolaan Industri. Bahan Kuliah PS MPI, SPS IPB, Bogor.
- Kanna, V.N dan P. Reddy. 2016. Agribusiness Analysis Of Onion in Ethiopia. IAARD Journals. 2(1):113-123.



- Limbongan dan Maskar. 2003. Potensi Pengembangan dan Ketersediaan Teknologi Bawang Merah Palu di Sulawesi Tengah. *Jurnal Litbang Pertanian*. Vol 22. (3) : 103-108.
- Maemunah dan Nurhayati. 2012. Vigor Kekuatan Tumbuh (VKT) Benih Bawang Goreng Lokal Palu Terhadap Kekeringan. *J. Agrivigor* Vol.11(1): 8 - 16.
- Marimin. 2004. Teknik dan Aplikasi: Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk. Grasindo. Jakarta.
- Ningsih, D. C. W. 2012. Analisis Nilai Tambah Bawang Merah Lokal Palu Menjadi Bawang Goreng Di Kota Palu, (Skripsi). Fakultas Pertanian Universitas Tadulako. Palu.
- Rahardi, D. 2008. SWOT Analysis Pengertian dan Tujuan. <http://dickyrahardi.com/>. Diakses 01 Agustus 2022.
- Rangkuti, F. 2006. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sulityo. 2010. Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*. Fakultas Ekonomi Universitas Kanjuruhan. Malang.
- Supriadi R. 2013. Strategi Pengembangan Usaha Bawang Goreng Pada UKM “ Usaha Bersama” Di Desa Bolupountu Jaya Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi. *Jurnal Agrotekbis* Vol. 1 (3) : 282-287. Fakultas Pertanian Universitas Tadulako. Palu.
- Yulianti dan Nilam, 2008. Kelayakan Usaha Agroindustri Bawang Goreng Palu di Kabupaten Donggala. *J. Agroland*. Vol. 15 (3) : 216-222.