

**Analisis Volume Penjualan Dan Nilai Tambah Diferensiasi Produk Keripik  
Belut Citra Rasa Di Desa Margowulih Kecamatan Godean Kabupaten  
Sleman**

Oleh : Ardhy Pranata Yudha

Dibimbing oleh : Juarini dan Indah Widowati

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan menganalisis Volume Penjualan dan nilai tambah Diferensiasi produk kripik belut Citra Rasa di Desa Margowulih Kecamatan Godean Kabupaten Sleman. Metode dasar yang digunakan adalah metode deskriptif. Metode pelaksanaan penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Macam data yang digunakan adalah data primer dan sekunder, teknik pengambilan data adalah observasi, wawancara, dan pencatatan. Untuk menganalisis Volume Penjualan diferensiasi produk kripik belut menggunakan teknik Anova dan Uji L.S.D (*Least Significant Diferent*) dan untuk menganalisis Nilai Tambah digunakan rumus Metode Hayami. Hasil penelitian menunjukkan 1) dari ketiga diferensiasi produk, ukuran besar kemasan 200gr merupakan produk diferensiasi yang memberikan volume penjualan yang paling besar dibandingkan dengan kemasan produk ukuran 150gr dan 100gr. 2) ukuran kemasan besar 200gr merupakan produk diferensiasi yang memberikan nilai tambah paling besar dibandingkan dengan kemasan produk ukuran ukuran 150gr dan 100gr.

Kata kunci: Diferensiasi Produk, Volume Penjualan, Nilai Tambah, Belut.

**Sales Volume Analysis and Value-added of Product Differentiation of '*Citra Rasa*' Eel Chips in Margowulih Village, Godean District, Sleman Regency**

By: Ardhy Pranata Yudha

Supervised by: Juarini and Indah Widowati

**ABSTRACT**

This study was aimed to analyze sales volume and value-added of products differentiation of '*Citra Rasa*' eel chips in Margowulih Village, Godean District, Sleman Regency. The basic method used was descriptive method. The research method was a case study method. The data used were primary and secondary data. The data collection techniques were observation, interview, and recording. To analyze the sales volume of the differentiation of eel chips product, it used Anova technique and L.S.D (Least Significant Different) Test and to analyze the value-added it used Hayami Method formula. The results showed that 1) of the three product differentiation, the large size of the 200 gr pack was a differentiation product that gave the largest sales volume compared to the product packaging size of 150 gr and 100 gr. 2) 200 gr large packaging size was a differentiation product that gave the biggest additional value compared to the product packaging size of 150 gr and 100 gr.

Keywords: Product Differentiation, Sales Volume, Value-added, Eels.