

ABSTRAK

DIMAS. “Analisis Diferensiasi Produk Makanan Ringan Slondok Ditinjau Dari Nilai Tambah Dan Risiko Penjualan (Studi Kasus pada Usaha Industri Slondok Pak Aris di Desa Kules Kecamatan Mlati Kabupaten Sleman). Dibimbing oleh **Juarini** dan **Henri Handri Utami**. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis nilai tambah dan risiko penjualan dari diferensiasi produk slondok pada industri slondok Pak Aris di Dusun Kules, Desa Sumberadi, Kecamatan Mlati, Kabupaten Sleman. Metode penelitian menggunakan metode diskriptif. Metode pelaksanaan menggunakan metode studi kasus. Macam data yang digunakan adalah data primer, tehnik pengumpulan data adalah observasi, wawancara dan pencatatan. Metode analisis menggunakan analisis nilai tambah, analisis risiko penjualan. Nilai tambah dari ketiga diferensiasi produk, slondok kecil Rp 19.105, slondok stick Rp 18.753, slondok besar Rp 17.517. Risiko penjualan dari ketiga diferensiasi produk, slondok kecil sebesar 0,253, slondok stick sebesar 0,185, slondok besar sebesar 0,462. Adapun hasil penelitian ini adalah bahwa nilai slondok kecil memiliki nilai tambah yang paling besar, dan dari ketiga diferensiasi produk (slondok kecil, slondok stick, slondok besar) slondok besar yang memiliki risiko paling besar.

Kata kunci: analisis diferensiasi, nilai tambah, risiko penjualan, slondok

ABSTRACT

DIMAS. *"Analysis of Differentiation Product Slondok Snacks Seen From Added Value and Risk Sales (Case Study in Industrial Enterprises Slondok Mr. Aris in the village Kules Mlati Sleman). Guided by Juarini and Heni Handri Utami. This study to analyze the added value and the risk of sales of differentiation product in the Industry Slondok Mr. Aris Kules, the village Sumberadi, Mlati Sleman. The research method uses descriptive method. Methods of implementation using the case study. Kinds of data used are primary data, data collection techniques are observation, interview, and record keeping. The method of analysis using value analysis risk and analysis sales. The added value of the three product differentiation, small slondok Rp. 19.105,- ; slondok stick Rp. 18.753,- ; big slondok Rp.17.517,-. Sales of third risk product differentiation, small slondok amounted to 0,253, slondok stick at 0,185, big slondok amounted to 0,462. The results of this study is that the value of small slondok have the greatest added value and differentiation of all three products (slondok small, slondok stick, big slondok) slondok large greatest risk.*

Key words: analysis of differentiation, value added, sales risks, slondok