

ABSTRAK

Kabupaten Nganjuk sebagai sentra produksi bawang merah, namun harga sering turun saat panen raya karena umumnya dijual dalam bentuk segar. Salah satu solusi adalah mengolah bawang merah menjadi keripik dengan teknologi *vacuum frying* yang lebih awet, bernilai jual tinggi, dan berpeluang pasar luas. Penelitian ini bertujuan untuk menilai kelayakan usaha keripik bawang merah *vacuum frying* dari aspek pemasaran, teknis, lingkungan, manajemen, dan finansial. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif melalui kuesioner 100 responden, serta data sekunder dari BPS, *e-commerce*, dan literatur terkait. Hasil penelitian menunjukkan dari aspek pasar, segmentasi keripik bawang merah menasar pada konsumen menengah ke atas mulai dari umur 25-34 tahun, strategi pemasaran yang digunakan *offline* maupun *online*. Dari aspek teknis, lokasi usaha mudah dijangkau bahan baku dan teknologi *vacuum frying* mampu menjaga kualitas produk. Aspek lingkungan dinilai aman dengan pengelolaan limbah sederhana. Pada aspek manajemen, usaha dapat dijalankan dengan struktur organisasi yang ringkas. Sementara itu, dari aspek finansial diperoleh NPV positif sebesar Rp12.961.857, IRR 9,721%, BEP 795 unit, *payback period* 6,4 tahun, dan keuntungan Rp5.519.851 per tahun. Berdasarkan kelima aspek tersebut, usaha keripik bawang merah *vacuum frying* dinyatakan layak dijalankan karena menguntungkan, serta meningkatkan nilai tambah bawang merah sekaligus membuka lapangan kerja di Nganjuk.

Kata kunci: studi kelayakan, keripik bawang merah, *vacuum frying*, pemasaran, finansial

ABSTRACT

Nganjuk Regency is a central production area for shallots, but prices often drop during the peak harvest season because the produce is generally sold fresh. One solution is to process shallots into chips using vacuum frying technology, which makes the product more durable, has a higher selling value, and offers broad market opportunities. This study aims to assess the feasibility of a shallot chips business using vacuum frying technology from marketing, technical, environmental, managerial, and financial aspects. The method used is a quantitative approach through questionnaires distributed to 100 respondents, supported by secondary data from BPS, e-commerce, and relevant literature. The results show that, from the market aspect, the shallot chips target middle-to-upper-class consumers aged 25–34 years, using both offline and online marketing strategies. Technically, the business location is easily accessible to raw materials, and vacuum frying technology maintains product quality. The environmental aspect is considered safe with simple waste management. In terms of management, the business can be run with a simple organizational structure. Financially, the results show a positive NPV of Rp12,961,857, IRR of 9.721%, BEP of 795 units, a payback period of 6.4 years, and an annual profit of Rp5,519,851. Based on these five aspects, the shallot chips business using vacuum frying technology is feasible to run, as it is profitable, increases the added value of shallots, and creates job opportunities in Nganjuk.

Keywords: *feasibility study, shallot chips production, vacuum frying technology, marketing analysis, financial analysis*