



# PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK KAILAN CRISPY PADA CV SOGA FARM INDONESIA

**DIAH AYUKI SARI**



**MANAJEMEN AGRIBISNIS  
SEKOLAH VOKASI  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2024**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN PROYEK AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan proyek akhir dengan judul “Preferensi Konsumen terhadap Produk Kailan *Crispy* pada CV SOGA Farm Indonesia” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir proposal proyek akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juni 2024

Diah Ayuki Sari  
J1310201050

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

## ABSTRAK

DIAH AYUKI SARI. Preferensi Konsumen terhadap Produk Kailan *Crispy* pada CV SOGA Farm Indonesia. Dibimbing oleh DAHRI TANJUNG.

CV SOGA Farm Indonesia menghadapi *excess supply* sayuran kailan setiap bulan, sehingga perusahaan mengembangkan bisnis kailan *crispy*. Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk (1) menyusun rencana pengembangan bisnis kailan *crispy* berdasarkan aspek finansial dan non finansial, (2) mengidentifikasi karakteristik konsumen kailan *crispy*, (3) menganalisis preferensi konsumen kailan *crispy*. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu *business plan* dan model multiatribut *fishbein* yang melibatkan 60 responden. Hasil dari penelitian ini berupa perencanaan bisnis kailan *crispy* dan preferensi konsumen terhadap kailan *crispy*. Rencana pengembangan bisnis kailan *crispy* layak dijalankan berdasarkan aspek finansial dan non finansial, dengan profit tahun pertama sebesar Rp8.457.633,33 dan tahun kedua sebesar Rp10.362.193,33; R/C *ratio* sebesar 1,35 pada tahun pertama dan 1,36 pada tahun kedua. Konsumen menyukai produk kailan *crispy* CV SOGA Farm Indonesia dengan total nilai Ao sebesar 272,04. Atribut kailan *crispy* yang paling dipertimbangkan konsumen dalam pembelian kailan *crispy* yaitu rasa dan kesesuaian harga dengan kualitas produk. Perusahaan dapat mengembangkan bisnis kailan *crispy* dengan meningkatkan kinerja atribut yang dianggap penting oleh konsumen.

Kata kunci: pengembangan bisnis, preferensi konsumen, *fishbein*, kailan *crispy*

## ABSTRACT

DIAH AYUKI SARI. Consumer Preferences for Kailan Crispy Products at CV SOGA Farm Indonesia. Supervised by DAHRI TANJUNG.

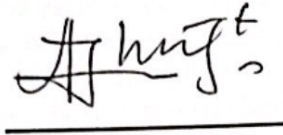
CV SOGA Farm Indonesia faces an excess supply of kailan vegetables every month, prompting the company to develop a kailan crispy business. The objectives of this research are to (1) develop a kailan crispy business plan based on financial and non-financial aspects, (2) identify the characteristics of kailan crispy consumers, (3) analyze consumer preferences for kailan crispy. The methods used in this research include a business plan and the fishbein multi-attribute model involving 60 respondents. The results of this research include a business plan and consumer preferences for kailan crispy. The kailan crispy business development plan is feasible based on financial and non-financial aspects, with a profit of Rp8.457.633,33 in the first year and Rp10.362.193,33 in the second year; an R/C ratio of 1,35 in the first year and 1,36 in the second year. Consumers like CV SOGA Farm Indonesia's kailan crispy product well, with a total Ao value of 272,04. The most important attributes considered by consumers when purchasing kailan crispy are taste and the alignment of price with product quality. The company can develop the kailan crispy business by improving the performance of attributes deemed important by consumers.

Keywords: business development, consumer preferences, fishbein, kailan crispy

Judul Proyek Akhir : Preferensi Konsumen terhadap Produk Kailan *Crispy* pada  
CV SOGA Farm Indonesia  
Nama : Diah Ayuki Sari  
NIM : J1310201050

Disetujui oleh

Pembimbing :  
Dr. Ir. Dahri Tanjung, M.Si.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:  
Intani Dewi, S.Pt., M.Sc., M.Si.  
NPI. 201811198309142016

Dekan Sekolah Vokasi:  
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.  
NIP. 196607171992031003



Tanggal Ujian:  
07 Juni 2024

Tanggal Lulus:

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.  
2. Dilarang mempublikasikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah *subhanahu wa ta'ala* atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan November 2023 sampai bulan Maret 2024 ini ialah preferensi konsumen, dengan judul “Preferensi Konsumen terhadap Produk Kailan *Crispy* pada CV SOGA Farm Indonesia”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada dosen pembimbing, Bapak Dr. Ir. Dahri Tanjung, M.Si yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dr. Ir. Wien Kuntari, M.Si selaku dosen penguji yang telah menguji dan memberikan saran. Di samping itu, penghargaan penulis sampaikan kepada Bapak Ikhsanuddin, S.Pd.Si dan seluruh keluarga CV SOGA Farm Indonesia yang telah memberi izin penelitian dan membantu selama pengumpulan data. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada ayah, ibu, serta seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juni 2024

*Diah Ayuki Sari*



## DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	3
II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Kailan	4
2.2 <i>Marketing Strategy</i> dan <i>Marketing Mix</i>	4
2.3 Preferensi Konsumen	5
2.4 Alur Penelitian	6
III METODE	8
3.1 Lokasi dan Waktu	8
3.2 Data dan Sumber Data	8
3.3 Populasi dan Sampel	8
3.4 Uji Instrumen Penelitian	8
3.5 Metode Analisis	9
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	15
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	15
4.2 Rencana Pengembangan Bisnis	15
4.3 Karakteristik Konsumen	29
4.4 Preferensi Konsumen terhadap Produk Kailan <i>Crispy</i>	32
V SIMPULAN DAN SARAN	38
5.1 Simpulan	38
5.2 Saran	38
DAFTAR PUSTAKA	39





## DAFTAR TABEL

1.1	Rata-rata konsumsi sayur tahun 2018-2022	1
1.2	Data produksi sayuran kailan pada CV SOGA Farm Indonesia	2
3.1	Kriteria R/C <i>ratio</i> kelayakan bisnis	12
3.2	Daftar atribut produk kailan <i>crispy</i> CV SOGA Farm Indonesia	13
3.3	Skala <i>likert</i> dan skor jawaban responden	14
4.1	Perhitungan harga jual kailan <i>crispy</i> CV SOGA Farm Indonesia	19
4.2	Jadwal produksi kailan <i>crispy</i> pada CV SOGA Farm Indonesia	21
4.3	Jadwal jam kerja produksi kailan <i>crispy</i> pada CV SOGA Farm Indonesia	21
4.4	Kebutuhan bahan baku kailan <i>crispy</i> per produksi pada CV SOGA Farm Indonesia	22
4.5	Kebutuhan peralatan dan mesin produksi kailan <i>crispy</i> CV SOGA Farm Indonesia	23
4.6	Biaya produksi kailan <i>crispy</i> CV SOGA Farm Indonesia pada tahun pertama	26
4.7	Biaya produksi kailan <i>crispy</i> CV SOGA Farm Indonesia pada tahun kedua	27
4.8	Total penerimaan kailan <i>crispy</i> CV SOGA Farm Indonesia pada tahun pertama dan kedua	27
4.9	Profit bisnis kailan <i>crispy</i> CV SOGA Farm Indonesia pada tahun pertama dan kedua	28
4.10	Perhitungan R/C <i>ratio</i> kailan <i>crispy</i> CV SOGA Farm Indonesia pada tahun pertama dan kedua	28
4.11	Penilaian kepentingan atribut kailan <i>crispy</i> pada CV SOGA Farm Indonesia	33
4.12	Penilaian tingkat kepercayaan atribut kailan <i>crispy</i> pada CV SOGA Farm Indonesia	34
4.13	Sikap konsumen produk kailan <i>crispy</i> CV SOGA Farm Indonesia	36

## DAFTAR GAMBAR

2.1	Alur penelitian	7
4.1	Struktur organisasi CV SOGA Farm Indonesia	15
4.2	Produk kailan <i>crispy</i>	16
4.3	Desain kemasan <i>standing pouch</i> kailan <i>crispy</i>	16
4.4	Produk pesaing kailan <i>crispy</i> CV SOGA Farm Indonesia	17
4.5	Konten-konten promosi kailan <i>crispy</i>	19
4.6	Promosi bebas ongkos kirim di Shopee	20
4.7	<i>Layout</i> produksi kailan <i>crispy</i>	20
4.8	Alur proses produksi kailan <i>crispy</i>	23
4.9	Perencanaan struktur organisasi CV SOGA Farm Indonesia	25
4.10	Karakteristik konsumen berdasarkan domisili	29
4.11	Karakteristik konsumen berdasarkan jenis kelamin	30
4.12	Karakteristik konsumen berdasarkan usia	30
4.13	Karakteristik konsumen berdasarkan pekerjaan	31
4.14	Karakteristik konsumen berdasarkan status	31



4.15	Karakteristik konsumen berdasarkan jenis kelamin	32
------	--	----

### DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner penelitian	42
2	Hasil uji validitas dan reliabilitas kuesioner tingkat kepentingan	45
3	Hasil uji validitas dan reliabilitas kuesioner tingkat kinerja	46
4	Perhitungan penyusutan peralatan dan mesin bisnis kailan <i>crispy</i> pada CV SOGA Farm Indonesia	47
5	Rentang skala tingkat kepentingan, kepercayaan, sikap, dan total sikap	48
6	Penjualan kailan <i>crispy</i> secara langsung	49
7	Penjualan kailan <i>crispy</i> melalui Shopee	49
8	Proses produksi kailan <i>crispy</i>	50
9	SPP-IRT kailan <i>crispy</i> gurih	52
10	SPP-IRT kailan <i>crispy</i> pedas	53

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.