



ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN *POLYBAG* SEBAGAI DASAR PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK POLYTREE

MIFTAHUL HUDA



**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

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 SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Analisis Preferensi Konsumen *Polybag* Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran Produk *Polytree*” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun 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 skripsi ini.

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

Bogor, Juni 2026

Miftahul Huda
K1401221196



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

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

MIFTAHUL HUDA. Analisis Preferensi Konsumen *Polybag* Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran Produk *Polytree*. Dibimbing oleh UJANG SUMARWAN dan KHAIRIYAH KAMILAH.

Polytree merupakan *biopolybag* berbahan pati dengan inovasi *Carbon Dots* sebagai alternatif wadah pembibitan ramah lingkungan, namun penerimaan pasarnya belum optimal. Penelitian ini bertujuan menganalisis preferensi konsumen terhadap *polybag* dan merumuskan strategi pemasaran produk *Polytree* menggunakan analisis deskriptif, uji *chi-square*, dan analisis konjoin. Uji *chi-square* menunjukkan perbedaan signifikan antara segmen B2B dan B2C pada variabel intensitas pembelian, intensitas penggunaan, tempat pembelian, usia, dan pekerjaan. Analisis konjoin menunjukkan bahwa harga merupakan atribut paling berpengaruh terhadap preferensi konsumen, diikuti bahan produk, promosi, fungsi tambahan, daya tahan, dan distribusi. Kombinasi atribut yang paling disukai konsumen adalah *biopolybag* berbahan *biodegradable*, memiliki fungsi tambahan, daya tahan lebih dari enam bulan, harga rendah, tersedia di Marketplace, dan dipromosikan melalui edukasi lingkungan. Strategi pemasaran *Polytree* direkomendasikan untuk berfokus pada harga kompetitif, promosi edukatif, dan distribusi melalui Marketplace serta toko pertanian, dengan pendekatan yang disesuaikan untuk segmen B2B dan B2C.

Kata kunci: *biopolybag*, preferensi konsumen, strategi pemasaran, *Polytree*

ABSTRACT

MIFTAHUL HUDA. *Consumer Preference Analysis of Polybag as a Basis for Formulating Marketing Strategies for Polytree Products. Supervised by UJANG SUMARWAN and KHAIRIYAH KAMILAH.*

Polytree is a starch-based biopolybag with Carbon Dots innovation developed as an environmentally friendly seedling container, yet its market acceptance remains suboptimal. This study analyzes consumer preferences toward polybags and formulates a marketing strategy for Polytree using descriptive analysis, chi-square tests, and conjoint analysis. Chi-square results reveal significant differences between B2B and B2C segments in purchase frequency, usage frequency, purchase channel, age, and occupation. Conjoint analysis shows that price is the most influential attribute, followed by product material, promotion, additional functions, durability, and distribution. Consumers most prefer a biodegradable biopolybag with plant growth-stimulating functions, durability exceeding six months, low price, marketplace availability, and environmental education-based promotion. Polytree's marketing strategy is recommended to focus on competitive pricing, educational promotion, and distribution through marketplaces and agricultural stores, with tailored approaches for B2B and B2C segments.

Keywords: *biopolybag*, consumer preference, marketing strategy, *Polytree*.



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.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026¹
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN *POLYBAG* SEBAGAI DASAR PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK POLYTREE

MIFTAHUL HUDA

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Bisnis

**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

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.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

1. Fuad Wahdan Muhibuddin, S.Pi., M.M.
2. Dr. Linda Karlina Sari, S.Stat., M.Si.

Judul Skripsi : Analisis Preferensi Konsumen *Polybag* Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran Produk Polytree

Nama : Miftahul Huda

NIM : K1401221196

Disetujui oleh

Pembimbing 1:

Prof. Dr. Ir. Ujang Sumarwan, M.Sc.

Pembimbing 2:

Khairiyah Kamilah, S.E., M.Si.

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:

Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.

NIP 197711262008122001

Tanggal Ujian:

19 Mei 2026

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah *Subhanahu wa Ta'ala* atas segala rahmat, karunia, dan rida-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Preferensi Konsumen *Polybag* sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran *Polytree*” dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Bisnis, Sekolah Bisnis, Institut Pertanian Bogor.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak telah memberikan bantuan, dukungan, arahan, motivasi, serta doa yang sangat berarti. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Ujang Sumarwan, M.Sc. selaku dosen pembimbing pertama dan Khairiyah Kamillah, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberikan arahan, bimbingan, masukan, serta dukungan selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Kedua orang tua tercinta, Papa Agus Setiawan, Ibu Nettia Murni, dan Kakak penulis, Annisa Nurgustia yang senantiasa memberikan kasih sayang, dukungan, doa, semangat, dan pengorbanan yang tiada henti kepada penulis dalam setiap proses kehidupan dan pendidikan.
3. Seluruh dosen dan tenaga kependidikan Sekolah Bisnis Institut Pertanian Bogor yang telah memberikan ilmu, pengalaman, serta pembelajaran yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
4. Seluruh keluarga besar Amak Abak yang telah memberikan doa, dukungan, dan semangat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan pendidikan dengan baik.
5. Sahabat-sahabat penulis dan teman-teman penulissatu bimbingan saya yang selalu mendukung, membantu, mendengarkan keluh kesah, serta memberikan semangat dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan penelitian ini di masa mendatang. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak yang membutuhkan serta menjadi kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang pemasaran dan perilaku konsumen.

Bogor, Juni 2026

Miftahul Huda

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	XI
DAFTAR TABEL	XII
DAFTAR GAMBAR	XII
DAFTAR LAMPIRAN	XII
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	7
1.4 Manfaat	7
1.5 Ruang Lingkup	8
II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Produk <i>Biodegradable</i>	9
2.2 Perilaku Konsumen dan Preferensi Konsumen	10
2.3 Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan	11
2.4 Strategi Pemasaran	13
2.4 Kerangka Pemikiran	17
2.5 Penelitian Terdahulu	19
III METODE	21
3.1 Waktu dan Tempat	21
3.2 Jenis dan Sumber Data	21
3.3 Metode Penentuan Sampel	21
3.4 Metode Analisis dan Pengolahan Data	22
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	29
4.1 Karakteristik Responden dan Perilaku Konsumen	29
4.2 Analisis Preferensi Konsumen	38
4.3 Implikasi Manajerial	46
V SIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Simpulan	59
5.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	65



DAFTAR TABEL

1 Kontribusi sektor lapangan usaha terhadap PDB Indonesia	1
2 Penelitian terdahulu 4P	19
3 Atribut penelitian	25
4 Kombinasi atribut dan taraf atribut	26
5 Skala likert	27
6 Karakteristik responden	29
7 Perilaku konsumen	31
8 Hasil uji <i>chi-square</i> karakteristik per segmen	33
9 Tabulasi silang segmen konsumen dengan intensitas pembelian	34
10 Tabulasi silang segmen konsumen dengan intensitas penggunaan	34
11 Tabulasi silang segmen konsumen dengan tempat pembelian	35
12 Tabulasi silang segmen konsumen dengan usia	35
13 Tabulasi silang segmen konsumen dengan pekerjaan	36
14 Nilai kepentingan atribut	39
15 Nilai utilitas level atribut	41
16 Ringkasan rekomendasi strategi pemasaran Polytree	50

DAFTAR GAMBAR

1 Omzet penjualan Polytree	5
2 Kerangka pemikiran	18
3 Alur analisis dan pengolahan data	22
4 Profil perbandingan segmen konsumen B2B dan B2C	37
5 Integrasi hasil analisis dalam perumusan strategi Polytree	47

DAFTAR LAMPIRAN

1 Hasil uji <i>chi-square</i>	66
2 Hasil analisis konjoin	73
3 Riwayat hidup	76