

PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PROMOSI TEH HERBAL DIVINE DI ONE HOME FARM

CHIQUITA JAPAR



**MANAJEMEN AGRIBISNIS
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**

- 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 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.

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 Promosi Teh Herbal Divine di One Home Farm” 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 laporan proyek akhir ini.

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

Bogor, Juli 2026

Chiquita Japar
J0310211377

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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 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.

ABSTRAK

CHIQUITA JAPAR. Preferensi Konsumen terhadap Promosi Teh Herbal Divine di One Home Farm. Dibimbing oleh DONI SAHAT TUA MANALU.

Perusahaan agrowisata One Home Farm menghadapi penurunan penjualan pada produk Teh Herbal Divine yang menyebabkan menjadi sebuah permasalahan diperusahaan. Penelitian ini memiliki tujuan yaitu: (1) Menganalisis preferensi konsumen terhadap promosi pada Teh Herbal Divine; (2) Mengimplementasikan strategi yang tepat dalam melakukan promosi melalui media sosial (Instagram) berdasarkan preferensi konsumen; (3) Menganalisis pengaruh media sosial (Instagram) terhadap pendapatan Teh Herbal Divine. Metode yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis konjoin serta analisis R/C *ratio*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan: (1) Hasil identifikasi preferensi konsumen terhadap media sosial sebagai sarana promosi, atribut yang dianggap paling penting adalah jumlah *followers*; (2) Implementasi strategi yang tepat adalah menerapkan berbagai konten yang informatif dan visual yang menarik; (3) berdasarkan hasil analisis R/C *ratio* menunjukkan sesudah dilakukan promosi mengalami peningkatan sebesar 0.3

Kata kunci: analisis finansial, Instagram, media sosial *marketing*, preferensi konsumen, teh herbal

ABSTRACT

CHIQUITA JAPAR. Consumer Preferences regarding Divine Herbal Tea Promotions at One Home Farm. Supervised by DONI SAHAT TUA MANALU.

The agritourism company One Home Farm is facing a decline in sales of its Divine herbal tea product, which has become a problem for the company. The objectives of this study are: (1) to analyze consumer preferences as a promotional tool for “Divine” herbal tea; (2) to implement appropriate strategies for promoting the product via social media (Instagram) based on consumer preferences; (3) to analyze the impact of social media (Instagram) on Revenue from “Divine” herbal tea. The methods used in this study include Conjoint analysis and R/C *ratio* analysis. The results of this study show: (1) Based on the identification of consumer preferences regarding social media as a promotional tool, the attribute considered most important is the number of followers; (2) The appropriate strategy is to use a variety of informative and visually appealing content; (3) Based on the R/C *ratio* analysis, Revenue increased by 0.3 following the promotional campaign.

Keywords: financial analysis, Instagram, social media marketing, consumer preferences, herbal tea



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 2026
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.

PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PROMOSI TEH HERBAL DIVINE DI ONE HOME FARM

CHIQUITA JAPAR

Laporan Proyek Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Manajemen Agribisnis

**MANAJEMEN AGRIBISNIS
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**

- 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 University

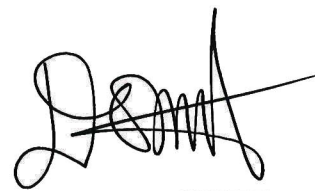
Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

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.

Judul Proyek Akhir : Preferensi Konsumen terhadap Promosi Teh Herbal
Divine di One Home Farm
Nama : Chiquita Japar
NIM : J0310211377

Disetujui oleh

Pembimbing:
Dr. Doni Sahat Tua Manalu, S.E., 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: 08 Juli 2026

Tanggal Lulus:



@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.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah *subhanaahu wa ta'ala* atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Juli 2024 sampai Desember 2024 dengan judul “Preferensi Konsumen terhadap Promosi Teh Herbal Divine di One Home Farm”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada para pembimbing, Dr. Doni Sahat Tua Manalu, S.E., M.Si yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pembimbing akademik, moderator seminar, dan penguji luar komisi pembimbing. Di samping itu, penghargaan penulis sampaikan kepada bapak Victor Lie selaku pembimbing lapangan yang telah membantu selama menjalankan kegiatan magang industry dan juga telah membantu dalam pengumpulan data, serta kepada seluruh staff dan karyawan One Home Farm atas semua pengalaman dan ilmu pengetahuan. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada ayah, ibu, serta seluruh keluarga kakak, adik, dan untuk lelaki berinisial RNA yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya sehingga penelitian ini dapat selesai

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

Bogor, Juli 2026

Chiquita Japar



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat	4
II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Teh	6
2.2 Media <i>Sosial marketing</i>	7
2.3 Instagram sebagai Media Promosi	8
2.4 Preferensi Konsumen	9
2.5 Analisis Finansial	11
2.6 Penelitian Terdahulu	13
2.7 Kerangka Penelitian	14
III METODE	16
3.1 Lokasi dan Waktu PKL	16
3.2 Jenis dan Sumber Data	16
3.3 Metode Pengumpulan Data	17
3.4 Metode Analisis Data	17
3.5 Aspek finansial	19
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	21
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	21
4.2 Karakteristik Responden	26
4.3 Preferensi Konsumen terhadap Media Sosial sebagai Sarana Promosi	27
4.4 Analisis Tingkat Kepentingan Atribut	28
4.5 Analisis Utilitas Level Tiap Atribut	28
4.6 Aspek Finansial	30
4.7 Implementasi Strategi	33
V SIMPULAN DAN SARAN	37
5.1 Simpulan	37
5.2 Saran	37
DAFTAR PUSTAKA	38
LAMPIRAN	40
RIWAYAT HIDUP	48



DAFTAR TABEL

1	Data penjualan Teh Herbal Divine tiga bulan terakhir tahun 2025	2
2	Data pengguna media sosial tahun 2024	3
3	Data Atribut dan Taraf Atribut	18
4	Produk herbal One Home Farm	22
5	Uji Validitas	28
6	Uji Reabilitas	28
7	Nilai utilitas taraf atribut media sosial sebagai sarana promosi	29
8	Biaya tetap sebelum adanya pengembangan promosi	31
9	Biaya tetap setelah adanya pengembangan promosi	31
10	Biaya variabel sebelum adanya promosi	31
11	Biaya variabel setelah adanya promosi	32
12	Total pendapatan sebelum adanya pengembangan promosi	32
13	Total pendapatan setelah adanya pengembangan promosi	32
14	Analisis R/C <i>ratio</i> sebelum dan sesudah adanya promosi	33

DAFTAR GAMBAR

1	Postingan foto promosi pada Instagram @onehomefarm	3
2	Kerangka Penelitian	15
3	Logo One Home Farm	21
4	Sebaran responden berdasarkan jenis kelamin	26
5	Sebaran responden berdasarkan usia	27
6	Sebaran responden berdasarkan pekerjaan	27
7	Postingan konten foto produk pada Instagram @onehomefarm (before)	34
8	Postingan konten video produk pada Instagram @onehomefarm (after)	35

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuisisioner penelitian	41
2	Hasil olah data kuisisioner	44
3	Hasil olah data stimulus menggunakan SPSS	45
4	Hasil olah data analisis konjoin menggunakan SPSS	46
5	Dokumentasi kegiatan magang industri di One Home Farm	47