



**STRATEGI DIVERSIFIKASI PRODUK BERICE SEBAGAI ALTERNATIF
MAKANAN SEREAL SESUAI PREFERENSI KONSUMEN UNTUK
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PERUSAHAAN
(STUDI KASUS: CV AGRO SUKSES ABADI)**

Hak cipta milik IPB University

ANNISA MORA SARI



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



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

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan proyek akhir dengan judul “Strategi Diversifikasi Produk BeRice Sebagai Alternatif Makanan Sereal Sesuai Preferensi Konsumen untuk Meningkatkan Volume Penjualan Perusahaan (Studi Kasus: CV Agro Sukses Abadi)” 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 akhir ini.

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

Bogor, Agustus 2024

Annisa Mora Sari
J0310202320

ABSTRAK

ANNISA MORA SARI. Strategi Diversifikasi Produk BeRice Sebagai Alternatif Makanan Sereal Sesuai Preferensi Konsumen untuk Meningkatkan Volume Penjualan Perusahaan (Studi Kasus: CV Agro Sukses Abadi). Dibimbing oleh DONI SAHAT TUA MANALU.

Pada umumnya, sereal sering dikonsumsi sebagai makanan penunjang kesehatan karena memiliki serat yang tinggi. Salah satu jenis sereal yang sering dikonsumsi di Indonesia yaitu sereal ararut atau yang lebih dikenal dengan sereal umbi garut. CV Agro Sukses Abadi merupakan salah satu perusahaan yang menjual sereal umbi garut (BeRice). Permasalahan yang dihadapi perusahaan yaitu penjualan yang berfluktuasi setiap bulannya, untuk mengatasi permasalahan tersebut perusahaan melakukan strategi diversifikasi produk BeRice sesuai dengan preferensi konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi variabel yang berpengaruh, mengetahui kelayakan strategi diversifikasi, dan membandingkan hasil strategi diversifikasi. Didapatkan hasil bahwa variabel yang berpengaruh yaitu tujuan pembelian. Strategi diversifikasi dikatakan layak ditinjau melalui aspek finansial dan non finansial. Analisis finansial meningkat yang sebelumnya Rp508.395 menjadi Rp651.415 dengan R/C ratio sebesar 3,08.

Kata Kunci: analisis konjoin, diversifikasi produk, preferensi konsumen, R/C ratio, sereal umbi garut, volume penjualan

ABSTRACT

ANNISA MORA SARI. Product Diversification Strategy for BeRice as an Alternative Cereal Food According to Consumer Preferences to Increase Company Sales Volume (Case Study: CV Agro Sukses Abadi). Supervised by DONI SAHAT TUA MANALU.

In general, cereals are often consumed as a health supplement because they are high in fiber. One type of cereal commonly consumed in Indonesia is arrowroot cereal, also known as garut tuber cereal. CV Agro Sukses Abadi is one of the companies that sells garut tuber cereal (BeRice). The problem faced by the company is fluctuating sales each month. To address this issue, the company implemented a product diversification strategy for BeRice in line with consumer preferences. The purpose of this study is to identify the influencing variables, assess the feasibility of the diversification strategy, and compare the results of the diversification strategy. The results showed that the influencing variable is the purchase objective. The diversification strategy is considered feasible based on both financial and non-financial aspects. Financial analysis showed an increase from Rp 508.395 to Rp651.415 with an R/C ratio of 3,08.

Keywords: conjoint analysis, product diversification, consumer preferences, R/C ratio, arrowroot cereal, sales volume.



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

Judul Proyek Akhir : Strategi Diversifikasi Produk BeRice Sebagai Alternatif Makanan Sereal Sesuai Preferensi Konsumen untuk Meningkatkan Volume Penjualan Perusahaan (Studi Kasus: CV. Agro Sukses Abadi)

Nama : Annisa Mora Sari
NIM : J0310202320

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: 1 Agustus 2024

Tanggal Lulus:

1. Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
a. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
b. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
c. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan 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. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Juli 2023 sampai bulan Januari 2024 ini ialah “Strategi Diversifikasi Produk BeRice Sebagai Alternatif Makanan Sereal Sesuai Preferensi Konsumen untuk Meningkatkan Volume Penjualan Perusahaan (Studi Kasus: CV. Agro Sukses Abadi)”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada bapak Mordianto dan Ibu Etti Ismawati selaku orang tua penulis yang telah memberikan dukungan, do'a, dan kasih sayang yang tiada hentinya kepada penulis selama proses penelitian berlangsung. Dukungan yang mereka berikan merupakan motivasi utama yang membuat penulis bersemangat sepanjang penulisan proyek akhir ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Bapak Dr. Doni Sahat Tua Manalu S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberi saran dan masukan sehingga proyek akhir ini bisa terselesaikan dengan baik. Terima kasih juga disampaikan kepada Ibu Ir. Leni Lidya, MM selaku dosen penguji yang telah banyak memberikan arahan dan masukannya. Di samping itu, penghargaan penulis sampaikan juga kepada seluruh dosen Program Studi Manajemen Agribisnis dan pihak Akademik Sekolah Vokasi IPB. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada Ibu Luluk Septianingsih S.Gz dan Bapak Rayanda Utomo Abdianto S.T., M.Sc selaku Pembimbing Lapang, serta Bapak Hasnil Afrizal Muttaqien S.Si, CPNLP,CHT selaku pemilik perusahaan CV Agro Sukses Abadi. Terimakasih kepada rekan kelompok magang industri, yaitu Ridhana Hazirah atas kerjasamanya serta teman-teman program studi Manajemen Agribisnis Sekolah Vokasi IPB University angkatan 57.

Terima kasih juga penulis ucapkan kepada keluarga dan sahabat dari penulis yang sudah memberikan dorongan dan motivasi selama proses penulisan tugas akhir ini. Terakhir ucapan terimakasih kepada diri sendiri yang telah berjuang dan bertahan sampai saat ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tugas akhir ini masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan. Mengenai hal tersebut penulis mohon maaf atas segala kekurangan yang ada mohon kritik dan saran agar bisa membangun untuk perbaikkan kedepan nya. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Agustus 2024

Annisa Mora Sari

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	3
II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Diversifikasi Produk	4
2.2 Sereal Garut	4
2.3 Keputusan Pembelian	4
2.4 Preferensi Konsumen	8
2.5 Produk	9
2.6 Volume Penjualan	11
2.7 Promosi	12
2.8 Penelitian Terdahulu	13
2.9 Alur Pemikiran	13
III METODE	15
3.1 Lokasi dan Waktu	15
3.2 Data dan Sumber Data	15
3.3 Teknik Pengumpulan Data	16
3.4 Metode Analisis	16
3.5 Uji Instrument	22
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	23
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	23
4.2 Preferensi Konsumen	25
4.3 Aspek Non Finansial	31
4.4 Aspek Finansial	36
4.5 Estimasi Pendapatan Setelah Kenaikan Harga	37
4.6 Implementasi Hasil Analisis Konjoin Pada Perusahaan	39
V SIMPULAN DAN SARAN	41
5.1 Simpulan	41
5.2 Saran	41
DAFTAR PUSTAKA	42
LAMPIRAN	44
RIWAYAT HIDUP	57



DAFTAR TABEL

1	Sumber data dan metode pengumpulan data	15
2	Karakteristik konsumen	25
3	Nilai utilitas taraf Berice	28
4	Nilai kepentingan atribut	29
5	Kebutuhan bahan baku	35
6	Hasil analisis pendapatan perusahaan	36
7	Perbandingan R/C <i>ratio</i> diversifikasi produk	37
8	Estimasi kenaikan pendapatan CV Agro Sukses Abadi	38

DAFTAR GAMBAR

1	Penjualan produk BeRice	2
2	Tahapan proses pengambilan keputusan	6
3	Alur pemikian	14
4	Logo perusahaan	23
5	Manfaat yang dibutuhkan konsumen	26
6	Pertimbangan yang dilakukan sebelum pembelian produk	27
7	Tempat pembelian produk	27
8	Data pengunjung marketplace di Indonesia	32
9	Data pengguna media sosial di Indonesia	33
10	Layout ruangan produksi	34
11	Alur proses produksi BeRice varian strawberry	35

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner preferensi konsumen terhadap produk BeRice	45
2	Hasil uji reliabilitas	50
3	Hasil kuesioner referensi konsumen	50
4	Hasil pengukuran tingkat evaluasi konsumen	52
5	Foto produk BeRice	54
6	Struktur organisasi perusahaan	55
7	Struktur organisasi perusahaan setelah penambahan karyawan baru	56