

STRATEGI PERLUASAN PASAR PRODUK ALOEVERA JELLY JUS PADA HERBAVERA INDONESIA

ARDISA TRYNANDA



**MANAJEMEN AGRIBISNIS
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

- 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 “Strategi Perluasan Pasar Produk Aloevera Jelly Jus pada Herbavera Indonesia” 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, Agustus 2025

Ardisa Trynanda
J0310211230

- 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.

ABSTRAK

ARDISA TRYNANDA. Strategi Perluasan Pasar Produk Aloe vera Jelly Jus pada Herbavera Indonesia. Dibimbing oleh ANITA RISTIANINGRUM dan DEA AMANDA.

Herbavera Indonesia merupakan merek dagang milik UMKM Amyta Berkah Sejahtera yang memproduksi berbagai olahan lidah buaya. Salah satu produknya Aloe vera Jelly Jus yang menghadapi kendala dalam jangkauan pasar *offline*, promosi *offline* yang belum optimal, serta belum memiliki legalitas BPOM dan informasi nilai gizi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan konsumen terhadap produk, merumuskan strategi perbaikan atribut untuk perluasan pasar *offline*, serta mengevaluasi kelayakan finansial dari strategi tersebut. Metode yang digunakan meliputi *Customer Satisfaction Index* (CSI), *Importance Performance Analysis* (IPA), dan analisis kelayakan finansial dengan indikator NPV, IRR, *Net B/C*, *Gross B/C*, *Payback Period*, serta analisis sensitivitas. Hasil penelitian menunjukkan konsumen berada pada kategori “sangat puas” dengan nilai CSI sebesar 81,88%. Lima atribut prioritas perbaikan dalam Kuadran I IPA meliputi legalitas produk, kemudahan pembelian *offline*, informasi nilai gizi, desain kemasan, dan promosi *offline*. Hasil kelayakan menunjukkan strategi ekspansi pasar *offline* layak dijalankan, dengan nilai NPV sebesar Rp167.612.531, IRR 128% (lebih besar dari *discount rate* 2,9%), *Net B/C* 7,58, *Gross B/C* 1,12, dan *Payback Period* 2,18 tahun dari umur bisnis 8 tahun.

Kata kunci: Ekspansi pasar, kelayakan finansial, kepuasan konsumen, lidah buaya

ABSTRACT

ARDISA TRYNANDA. Market Expansion Strategy for Aloe vera Jelly Juice Product at Herbavera Indonesia. Supervised by ANITA RISTIANINGRUM and DEA AMANDA.

Herbavera Indonesia is a trademark owned by MSME Amyta Berkah Sejahtera, producing various Aloe vera based products. One of its products, Aloe vera Jelly Juice, faces challenges such as limited offline market reach, inadequate offline promotion, and lack of BPOM certification and nutritional information. This study aims to analyze consumer satisfaction, formulate improvement strategies for offline market expansion, and evaluate its financial feasibility. The methods used include Customer Satisfaction Index (CSI), Importance Performance Analysis (IPA), financial feasibility analysis (NPV, IRR, Net B/C, Gross B/C, Payback Period), and sensitivity analysis. Results show that consumers are “very satisfied,” with a CSI score of 81.88%. Five key attributes in IPA Quadrant I require improvement: product legality, ease of offline purchase, nutritional information, packaging design, and offline promotion. Financially, the expansion strategy is feasible with an NPV of Rp167.612.531, IRR of 128% (above the 2.9% discount rate), Net B/C of 7.54, Gross B/C of 1.12, and a Payback Period of 2.18 years from a projected business lifespan of 8 years.

Keywords: Aloe vera, consumer satisfaction, financial feasibility, market expansion



@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.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025
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.

STRATEGI PERLUASAN PASAR PRODUK ALOEVERA JELLY JUS PADA HERBAVERA INDONESIA

ARDISA TRYNANDA

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
2025**

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 : Strategi Perluasan Pasar Produk Aloe vera Jelly Jus
pada Herbavera Indonesia

Nama : Ardisa Trynanda
NIM : J0310211230

@Hak cipta milik IPB University

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Dr. Ir. Anita Ristianingrum, M.Si.

Pembimbing 2:
Dea Amanda, 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





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 2024 sampai Bulan Juni 2025 ini ialah Perluasan Pasar Produk dengan judul "Strategi Perluasan Pasar Produk Aloe vera Jelly Jus pada Herbavera Indonesia".

Terima kasih penulis ucapkan kepada Bapak Sumar dan Ibu Ngatini selaku kedua orang tua penulis, serta Kakak Dwi Rahayu dan Kakak Guswianti selaku saudara kandung yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayang kepada penulis selama masa perkuliahan hingga penelitian proyek akhir ini. Dukungan mereka menjadi sumber motivasi utama yang membuat penulis terus bersemangat dalam menyelesaikan karya ilmiah ini. Terima kasih kepada Ibu Dr. Ir. Anita Ristianingrum, M.Si. dan Ibu Dea Amanda, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan dan saran yang bermanfaat dalam penyusunan proyek akhir ini dan terima kasih kepada Ibu Dr. Ir. Juniar Atmakusuma, MS. selaku dosen penguji. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Bapak Amir Mumtazuddin, S.Si. dan Ibu Yuni Tri Astuti, S.Farm. selaku Pembimbing Lapangan beserta seluruh staf Herbavera Indonesia yang telah berkenan membantu dalam memberikan kesempatan untuk dapat melaksanakan kegiatan magang industri serta memberikan informasi dan data yang dibutuhkan dalam penyusunan proyek akhir ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Ibu Intani Dewi, S.Pt., M.Sc., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Agribisnis yang telah memberikan arahan serta motivasi dalam penyusunan proyek akhir ini. Ungkapan terima kasih kepada seluruh dosen Program Studi Manajemen Agribisnis Sekolah Vokasi IPB yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menempuh pendidikan di Sekolah Vokasi IPB.

Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Fathiya Najmaayyubi dan Diah Ayu Ningrum selaku teman kelompok praktik magang industri yang telah bekerja sama dengan baik. Terima kasih diucapkan kepada Helen Al Hafidhah, Siti Febriyanti, Nabila Rahmania Az Zahra, Putri Pebrianti Utami, Anie Puspita Sari, Farelia Amarnita Putri, Fani Lutfiana Khoerunnisa, Rayhan Ananta, Mutiara Dewi Kania, Safira Kencana Putri, Ilfi Rahmi, Queen Dzakyla Melawardani, Desri Yohana Natalina Damanik, Sephia Anggira Putri, Febri Berutu, Ananda Sri Rezeki Manurung, dan Zidan Ramadhan yang telah memberikan dukungan penuh selama kegiatan perkuliahan hingga proses penulisan ini serta teman-teman Program Studi Manajemen Agribisnis Angkatan 58 atas kerja sama dan kebersamaan selama menempuh pendidikan di Sekolah Vokasi IPB.

Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi para pembaca yang membutuhkan, serta dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi kemajuan ilmu pengetahuan. Akhir kata, semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala senantiasa melimpahkan Rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Aamiin.

Bogor, Agustus 2025

Ardisa Trynanda



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.

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	4
1.4 Manfaat	4
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Pasar	5
2.2 Pemasaran	5
2.3 Strategi Pemasaran	5
2.4 Perilaku Konsumen	7
2.5 Pemasaran Tradisional	7
2.6 Studi Kelayakan Bisnis	7
2.7 Penelitian Terdahulu	9
2.8 Kerangka Pemikiran	11
III METODE	12
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	12
3.2 Pengambilan Sampel	12
3.3 Uji Instrumen Penelitian	12
3.4 Metode Analisis Data	13
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	22
4.1 Keadaan Umum Perusahaan	22
4.2 Karakteristik Umum Responden	30
4.3 Analisis Tingkat Kepuasan	30
4.4 Analisis <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	32
4.5 Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja (IPA)	33
4.6 Aspek Non Finansial	39
4.7 Aspek Finansial	54
4.8 Implikasi Manajerial	60
V SIMPULAN DAN SARAN	63
5.1 Simpulan	63
5.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	66
RIWAYAT HIDUP	97



DAFTAR TABEL

1	Data produksi lidah buaya di Jawa Barat tahun 2020-2023	1
2	Data penjualan produk Aloevera Jelly Jus pada Bulan Januari – September tahun 2024	2
3	Daftar pesaing produk jus lidah buaya Provinsi Jawa Barat di <i>marketplace</i> tahun 2025	3
4	Penelitian terdahulu	9
5	Kriteria nilai CSI	15
6	Atribut penelitian strategi perluasan pasar Aloevera Jelly Jus tahun	15
7	Skala tingkat kepentingan dan kinerja responden	16
8	Daftar sumber daya fisik Herbavera Indonesia tahun 2024	23
9	Karakteristik responden produk Aloevera Jelly Jus tahun 2025	30
10	Hasil uji validitas responden produk Aloevera Jelly Jus tahun 2025	31
11	Hasil uji reliabilitas responden produk Aloevera Jelly Jus tahun 2025	31
12	Perhitungan indeks kepuasan konsumen produk Aloevera Jelly Jus tahun	32
13	Perhitungan rata-rata skor penilaian kepentingan dan kinerja produk	34
14	Jumlah permintaan produk Aloevera Jelly Jus oleh Herbavera	40
15	Perhitungan harga jual Aloevera Jelly Jus tahun 2025	42
16	Kebutuhan bahan baku Aloevera Jelly Jus tahun 2025	45
17	Kebutuhan peralatan produksi Aloevera Jelly Jus tahun 2025	46
18	Jadwal produksi Aloevera Jelly Jus tahun 2025	50
19	Waktu kegiatan produksi Aloevera Jelly Jus tahun 2025	51
20	Spesifikasi tenaga kerja produksi dan pemasaran distribusi produk	53
21	Proyeksi penjualan Aloevera Jelly Jus melalui jalur distribusi <i>offline</i>	56
22	Analisis laporan laba rugi perluasan pasar <i>offline</i> Aloevera Jelly Jus	57
23	Kriteria investasi perluasan pasar <i>offline</i> produk Aloevera Jelly Jus	58
24	Konversi jumlah keuntungan yang didapatkan berdasarkan periode	58
25	Analisis sensitivitas perluasan pasar <i>offline</i> Aloevera Jelly Jus tahun	60

DAFTAR GAMBAR

1	Kerangka pemikiran Herbavera Indonesia 2025	11
2	Diagram kartesius IPA	17
3	Logo Herbavera Indonesia	22
4	Layout rumah produksi Herbavera Indonesia tahun	24
5	Struktur organisasi Herbavera Indonesia tahun 2024	26
6	Diagram kartesius <i>importance performance analysis</i> produk Aloevera	35
7	Produk minuman Aloevera Jelly Jus tahun 2025	42
8	Label kemasan baru Aloevera Jelly Jus tahun 2025	43
9	Alur proses produksi Aloevera Jelly Jus tahun 2025	47
10	<i>Layout</i> bangunan produksi produk Aloevera Jelly Jus	49
11	Rencana penambahan tenaga kerja Aloevera Jelly Jus pada	52

DAFTAR LAMPIRAN

1	Analisis pesaing produk Aloevera Jelly Jus	67
2	Analisis SWOT Herbavera Indonesia	68
3	Kuesioner survei kepuasan konsumen produk Aloevera Jelly Jus, Herbavera Indonesia	70
4	Konversi kebutuhan bahan baku produksi minuman Aloevera Jelly Jus	75
5	Biaya investasi perluasan pasar <i>offline</i> Aloevera Jelly Jus	76
6	Biaya tetap perluasan pasar <i>offline</i> produk Aloevera Jelly Jus	78
7	Biaya variabel perluasan pasar <i>offline</i> produk Aloevera Jelly Jus	78
8	Laba rugi perluasan pasar <i>offline</i> produk Aloevera Jelly Jus	79
9	<i>Cashflow</i> perluasan pasar <i>offline</i> produk Aloevera Jelly Jus	80
10	Analisis sensitivitas skenario I kenaikan harga input lidah buaya 25%	83
11	Analisis sensitivitas skenario II penurunan harga jual 10%	86
12	Analisis sensitivitas skenario III volume produksi turun 9%	89
13	Panduan mutu Herbavera Indonesia identifikasi penggunaan produk	92
14	Panduan mutu Herbavera Indonesia deskripsi produk jadi	93
15	Panduan mutu Herbavera Indonesia peta lokasi sarana produksi	94
16	Label kemasan lama minuman Aloevera Jelly Jus	95
17	Alternatif rancangan desain label kemasan Aloevera Jelly Jus	96