

**PENERAPAN STRATEGI DIVERSIFIKASI PRODUK MINUMAN
KOPI BERDASARKAN PREFERENSI KONSUMEN UNTUK
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
(Studi Kasus: Malabar Mountain Cafe)**

DHISKA DIPATHYA ROOSMAYA



**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 “Penerapan Strategi Diversifikasi Produk Minuman Kopi Berdasarkan Preferensi Konsumen Untuk meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus: Malabar Mountain Cafe)” 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

Dhiska Dipathya Roosmaya
J0310201061

@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

DHISKA DIPATHYA ROOSMAYA. Penerapan Strategi Diversifikasi Produk Minuman Kopi Berdasarkan Preferensi Konsumen Untuk meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus: Malabar Mountain Cafe). Dibimbing oleh LENI LIDYA.

Malabar Mountain Cafe merupakan salah satu *coffee shop* di Kota Bogor dengan produk utama adalah kopi. Banyaknya pilihan *coffee shop* di sekitar Malabar Mountain Cafe membuat persaingan semakin ketat. Dengan semakin ketatnya persaingan di pasar *coffee shop*, diversifikasi produk menjadi kunci utama untuk menarik perhatian konsumen dan mempertahankan pangsa pasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik responden, menganalisis atribut minuman kopi manakah yang menjadi preferensi atau kesukaan responden, dan menganalisis aspek non finansial serta pendapatan diversifikasi produk. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis deskriptif, analisis *conjoint*, dan analisis pendapatan. Hasil preferensi dengan menggunakan analisis *conjoint* menunjukkan bahwa diversifikasi produk minuman kopi yang disukai konsumen yaitu *coffee ice cube*. Hasil dari laba rugi meningkat setelah dilakukannya diversifikasi produk sebesar Rp36.243.273. Hasil R/C *ratio* menunjukkan peningkatannya yang semula 1,15 menjadi 1,47.

Kata kunci: analisis *conjoint*, diversifikasi produk, minuman kopi, preferensi konsumen.

ABSTRACT

DHISKA DIPATHYA ROOSMAYA. Implementation of Coffee Beverage Product Diversification Strategy Based on Consumer Preferences to Increase Sales Volume (Case Study: Malabar Mountain Cafe). Supervised by LENI LIDYA.

Malabar Mountain Cafe is one of the *coffee shops* in Bogor City with coffee as its main product. The many choices of *coffee shops* around Malabar Mountain Cafe make the competition increasingly tight. With the increasingly tight competition in the *coffee shop* market, product diversification is the main key to attracting consumers attention and maintaining market share. This study aims to identify the characteristics of respondents, analyze which coffee drink attributes are the respondents preferences or favorites, and analyze non-financial aspects and product diversification income. The methods used in this study are descriptive analysis, *conjoint* analysis, and income analysis. The results of preferences using *conjoint* analysis show that the diversification of coffee drink products that consumers like is *coffee ice cube*. The results of profit and loss increased after product diversification by Rp36,243,273. The results of the R/C *ratio* showed an increase from 1.15 to 1.47.

Keyword: coffee drinks, *conjoint* analysis, consumer preferences, product diversification.

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.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2024
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.

PENERAPAN STRATEGI DIVERSIFIKASI PRODUK MINUMAN KOPI BERDASARKAN PREFERENSI KONSUMEN UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN (Studi Kasus: Malabar Mountain Cafe)

DHISKA DIPATHYA ROOSMAYA

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

**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.



@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 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 : Penerapan Strategi Diversifikasi Produk Minuman Kopi Berdasarkan Preferensi Konsumen untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus: Malabar Mountain Cafe)
Nama : Dhiska Dipathya Roosmaya
NIM : J0310201061

Disetujui oleh

Pembimbing
Ir. Leni Lidya, M.M.



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. 19660717992031003



Tanggal Ujian: 5 Agustus 2024

Tanggal Lulus:

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 dengan judul “Penerapan Strategi Diversifikasi Produk Minuman Kopi Berdasarkan Preferensi Konsumen Untuk meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus: Malabar Mountain Cafe)”. Laporan akhir ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan dan dukungan dari beberapa pihak.

Terima kasih penulis ucapkan kepada dosen pembimbing, Ir. Leni Lidya, MM. yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Slamet Prayoga selaku owner Malabar Mountain Coffee yang telah memberi izin untuk penelitian, T. Syam Arief selaku pembimbing lapang serta seluruh karyawan Malabar Mountain Coffee yang telah membantu selama magang industri dan pengumpulan data.

Terima kasih penulis ucapkan kepada Papa dan Mama tercinta, Dedi Kusnadi, dan Tita Rosita. Terimakasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih yang di berikan. Penulis sadar, bahwa setiap kata dalam laporan ini adalah buah dari kerja keras dan doa orang tua. Laporan akhir ini adalah persembahan untukmu dari putri bungsumu yang saat ini sudah tumbuh dewasa awal perkuliahan dan sampai akhirnya dapat menyelesaikan laporan akhir ini. Kepada kedua kakak terkasih penulis, Angky Adithya Roosmaya dan Bingky Baresthya Roosmaya, terimakasih atas dukungan yang diberikan dalam menyelesaikan studi ini.

Teman satu perjuangan dan satu jurusan, Deandra Sutan Gustaman dan Rindiani Nisa Ramanti, yang selalu membersamai peneliti dalam menyelesaikan laporan akhir. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, baik langsung maupun tidak langsung yang telah membantu dalam penelitian ini. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini.

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

Bogor, Agustus 2024

Dhiska Dipathya Roosmaya

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat	4
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Strategi Diversifikasi Produk	5
2.2 Karakteristik Konsumen	5
2.3 Preferensi Konsumen terhadap Atribut Minuman Kopi	5
2.4 Proses Keputusan Pembelian Konsumen	6
2.5 Atribut Produk	7
2.6 Penelitian Terdahulu	7
2.7 Kerangka Pemikiran	8
III METODE	10
3.1 Lokasi dan Waktu	10
3.2 Jenis dan Sumber Data	10
3.3 Metode Pengambilan Sampel	10
3.4 Metode Analisis Data	11
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	18
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	18
4.2 Karakteristik Konsumen	19
4.3 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Malabar Mountain Coffee	21
4.4 Preferensi Konsumen Terhadap Minuman Kopi Malabar Mountain Cafe	26
4.5 Perencanaan Pasar dan Pemasaran	29
4.6 Perencanaan Produksi	31
4.7 Perencanaan organisasi dan Manajemen	36
4.8 Perencanaan Sumber Daya Manusia	37
4.9 Perencanaan Finansial	37
V SIMPULAN DAN SARAN	40
5.1 Simpulan	40
5.2 Saran	40
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN	44
RIWAYAT HIDUP	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.



DAFTAR TABEL

1	Pertumbuhan konsumsi kopi di Indonesia Tahun 2020-2023	1
2	Data penjualan MMC periode Januari-Juni 2024	3
3	Skala <i>Likert</i> lima tingkat	12
4	Atribut dan taraf level kopi Malabar Mountain Cafe	13
5	Kombinasi atribut dan taraf atribut	13
6	Nilai koefisien korelasi	14
7	Karakteristik umum responden Malabar Mountain Cafe	19
8	Uji validitas instrumen	20
9	Uji reliabilitas instrumen	21
10	Motivasi konsumen membeli produk Malabar Mountain Cafe	21
11	Kondisi sajian minuman kopi paling diminati konsumen	22
12	Jenis varian olahan kopi yang paling sering dipesan konsumen	22
13	Sumber informasi tentang Malabar Mountain Cafe	23
14	Pertimbangan konsumen membeli kopi Malabar Mountain Cafe	24
15	Pengambilan keputusan pembelian ke Malabar Mountain Cafe	24
16	Evaluasi pasca pembelian konsumen	25
17	Utilitas level tiap <i>factor</i>	27
18	Tingkat kepentingan atribut yang disukai konsumen	28
19	Analisis pesaing MMC di Kota Bogor Tahun 2024	29
20	Perhitungan harga jual berdasarkan HPP dan mark up	31
21	Jumlah kebutuhan bahan baku <i>coffee ice cube</i> Malabar Mountain Cafe	32
22	Kebutuhan peralatan dan mesin untuk pengolahan <i>coffee ice cube</i>	32
23	Perencanaan penerimaan <i>coffee ice cube</i> setelah pengembangan	37
24	Perencanaan biaya tetap pengolahan <i>coffee ice cube</i> sebelum dan setelah pengembangan Tahun 2024	38
25	Biaya variabel pengolahan <i>coffee ice cube</i> sebelum dan setelah pengembangan Malabar Mountain Cafe Tahun 2024	38
26	Proyeksi laba rugi sebelum dan setelah pengembangan Malabar Mountain Cafe	39
27	Perhitungan <i>R/C ratio</i> sebelum dan sesudah pengembangan	39

DAFTAR GAMBAR

1	Data perkembangan <i>coffee shop</i> di Kota Bogor tahun 2020-2022	2
2	Proses keputusan pembelian konsumen	6
3	Kerangka pemikiran	9
4	Logo Malabar Mountain Café	18
5	Perencanaan produk pengembangan	30
6	<i>Layout</i> Malabar Mountain Cafe	33
7	Alur proses produksi <i>coffee ice cube</i>	33
8	Bahan baku biji kopi	34
9	Penggilingan biji kopi	34
10	Pembuatan kopi <i>espresso</i>	35
11	Penuangan kedalam cetakan	35



12	Penyajian <i>coffee ice cube</i>	36
13	Struktur organisasi Malabar Mountain Cafe	36

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner penelitian	45
2	Biaya investasi	48
3	Biaya Tetap Sebelum Pengembangan	49
4	Biaya Tetap Sesudah Pengembangan	50
5	Biaya Variabel Sebelum Pengembangan	51
6	Biaya Variabel Sesudah Pengembangan	52

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.