

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki potensi aneka ragam jenis lebah penghasil madu dan jenis tanaman berbunga sebagai sumber pakan lebah yang cukup besar untuk memproduksi madu, hal itu dapat dikelola secara profesional dengan konsumsi madu oleh masyarakat yang terus meningkat, maka industri perlebahan akan semakin maju. Seiring berkembangnya zaman dan kesadaran masyarakat saat ini, madu telah dikenal sebagai salah satu bahan makanan atau minuman alami yang mempunyai peranan penting dalam kehidupan dan kesehatan. Madu merupakan produk alam yang dihasilkan oleh lebah yang baik untuk dikonsumsi manusia, karena mengandung bahan gizi yang sangat esensial. Madu tidak hanya digunakan sebagai bahan pangan namun madu juga dapat digunakan sebagai obat, menghilangkan rasa lelah dan letih dapat pula digunakan untuk menghaluskan kulit.

Banyaknya permintaan madu saat ini menjadikan produk madu kemasan cukup pesat di Indonesia hal ini ditandai dengan munculnya berbagai industri/usaha lebah madu baik skala kecil (*home industry*), sedang maupun skala besar sehingga menimbulkan persaingan dalam pasar. Beberapa manfaat dari madu antara lain untuk meningkatkan gizi masyarakat, menciptakan pekerjaan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat pada umumnya. Berbagai strategi telah dilakukan oleh perusahaan madu untuk persaingan pasar yang ada, diantaranya adalah dengan menawarkan berbagai jenis merek, harga, kemasan dan berbagai varian rasa madu karet, randu, rambutan yang berbeda beda kepada konsumen. Perusahaan harus mengetahui keinginan konsumen dan keadaan pasar sehingga produk dapat diterima oleh konsumen. Untuk mengetahui preferensi sebuah pasar, maka perusahaan dapat menentukan tingkat kelayakan produk yang akan ditawarkan ke pasar. Berikut ini merupakan perkembangan industri madu di Indonesia pada tahun 2015-2019:

Tabel 1.1 Perkembangan Madu di Indonesia

	Tahun	Ekspor (US \$)	Impor (US \$)
1	2015	276.948	1.119.069
2	2016	473.847	426.975
3	2017	128.198	427.722
4	2018	205.833	837.120
5	2019	201.967	304.264

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2020.

Respon konsumen terhadap suatu produk perlu mendapat perhatian dari perusahaan jika perusahaan tersebut tetap bertahan dalam industrinya. Untuk dapat menganalisis preferensi konsumen dalam melakukan pembelian dan perlu diperhatikan faktor penentu yang menjadi dasar perilaku konsumen itu sendiri. Faktor penentu dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori, yaitu pengaruh lingkungan, perbedaan produk dan pengaruh individual serta proses psikologis¹

Perilaku konsumen dalam membeli produk baik jasa ataupun barang selalu berubah-ubah dan lebih mengikuti tren yang berkembang. Perilaku tersebut dipengaruhi dari segi kebutuhan dan keinginan, gaya hidup, saran dari orang lain, kualitas produk, harga, keragaman produk, manfaat produk, suasana toko dan masih banyak lagi berbagai faktor penentuan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Terdapat proses penentuan keputusan pembelian secara spesifik yang terdiri dari: pengenalan masalah kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Produk yang akan dibeli konsumen haruslah memiliki kualitas yang baik, konsumen akan merasa produk tersebut berkualitas apabila produk tersebut dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan, sehingga sesuai dengan apa yang diharapkan atau melebihi apa yang diharapkan.²

Dari banyaknya keunikan dan manfaat dari madu, ada hal yang sangat disayangkan. Berdasarkan survei pasar di Amerika Serikat diperoleh data bahwa hampir 80% madu yang ada di pasar negara tersebut palsu atau tidak murni. Hal ini juga tidak menutup kemungkinan terjadi di Indonesia. Hingga saat ini masih banyak orang yang belum mengerti memilih madu yang baik dan asli. Kemasan madu murni atau campuran juga tidak ada bedanya. Bahkan madu yang murni bisa dianggap madu campuran, dikarenakan kemasan yang kurang meyakinkan.³ Hal tersebut menunjukkan bahwa varian rasa madu karet, randu, rambutan dari sebuah produk madu sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah faktor harga. Harga merupakan jumlah uang yang

¹ Januar Arif Budiman, dkk, "Analisis Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Madu di Kota Blitar", *Jurnal Peternakan* 2, no.1 (2016):1.

² Ramadhan Efendi, "Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Madu di Agro Tawon Rimba Raya Lawang Malang", *Jurnal Agribisnis* 1, no. 2 (2018):1.

³ Esther Priscilla Halim, dkk, "Perancangan Label dan Kemasan Madu "RN", *Jurnal Komunikasi dan Visual* 2, no.1 (2017):1.

dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sangatlah tinggi, karena dengan tingkat harga yang ditetapkan oleh perusahaan dapat menjadi alat pengukur akan suatu produk. Semakin terjangkau harga suatu produk maka konsumen akan semakin tertarik dan melakukan keputusan pembelian terhadap produk yang bersangkutan. Perusahaan yang menawarkan produk lebih banyak dan bervariasi menjadi salah satu pilihan konsumen dalam membeli produk.⁴

Fokus utama dalam perusahaan adalah kualitas produk, sebagai salah satu cara meningkatkan daya saing yang harus sesuai dan mampu memenuhi harapan konsumen. Kualitas produk sebagai salah satu faktor yang dipertimbangkan dalam melakukan keputusan pembelian produk. Keputusan pembelian berfokus pada proses pengambilan keputusan.⁵ Adanya kebutuhan yang berusaha untuk dipenuhi mendorong konsumen untuk memilih berbagai alternatif yang ada.⁶ Keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor citra merek yang positif, dengan adanya citra merek yang kuat dapat menyebabkan merek tersebut melekat dibenak konsumen. *Brand image* sebagai acuan sebelum konsumen melakukan pembelian. Refrensi *brand image* yang dimiliki konsumen akan membantu konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.⁷

Dewasa ini banyak orang mendirikan usaha, hal ini menyebabkan semakin tingginya persaingan bisnis antar para pengusaha. Para pengusaha dituntut untuk terus berkreasi dan berinovasi dalam mengembangkan usahanya, agar dapat bertahan persaingan yang makin ketat ini. Perusahaan diharapkan memiliki strategi dan harus memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya, sehingga perusahaan mampu memenuhi permintaan konsumen. Perilaku konsumen merupakan gambaran cara individu, kelompok dan organisasi dalam memilih, membeli, menggunakan, dan menentukan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka.⁸

⁴ Efendi, "Pengaruh Harga",1.

⁵ Philips Kotler dan Kelvin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2019), 214.

⁶ Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, 220.

⁷ Ni Putu Novia Karlina dan Ni Ketut Seminari, "Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Karya Pak Oles Tokcer Denpasar", *E-Jurnal Manajemen UNUD* 4, no. 6 (2015):1610.

⁸ Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, 220.

Berdasarkan tingkat konsumsi makanan yang cukup tinggi, salah satu industri yang akan berkembang dengan pesat di Indonesia adalah industri makanan. Dengan adanya fenomena gaya hidup sehat (*Healthy life style*) yang sedang marak di kalangan masyarakat saat ini, madu menjadi salah satu usaha di bidang makanan yang cukup menjanjikan. Madu memiliki potensi pasar yang cukup luas dan prospek yang baik sehingga banyak peternak lebah madu saling berkompetisi dalam bidang usaha ternak lebah madu. Banyaknya pesaing baru dalam bisnis produk madu terutama madu lokal dengan berbagai merek dan bentuk kemasan yang menarik serta didukung dengan adanya perubahan perilaku konsumen diduga akan berdampak pada preferensi konsumen dalam pembelian produk madu. Bahkan kini terdapat berberapa macam produk olahan madu yang diinovasikan dengan berbagai rasa buah-buahan dan dipadukan dengan ramuan herbal, yang bertujuan untuk menarik konsumen dari berbagai kalangan.

Berdasarkan data dari Asosiasi Perlebahan Indonesia angka konsumsi madu pada masyarakat Indonesia antara 7.000-15.000 ton pertahun, namun keadaan ini tidak diimbangi oleh produksi madu di Indonesia yaitu mencapai 697.160,01 Kg/tahun dalam 5 tahun terakhir (Badan Pusat Statistik, 2015). Madu sangat tepat untuk dikembangkan di Indonesia dikarenakan iklim alam di Indonesia sangat cocok bagi pengembangan budidaya lebah madu yang dapat dilihat dari melimpahnya flora berbunga yang merupakan sumber utama pakan lebah. Terdapat beberapa produk yang dihasilkan dari budidaya lebah madu, diantaranya yaitu madu, royal jelly, *bee pollen*, dan propolis. Madu sendiri merupakan produk utama yang diproduksi secara alami oleh lebah madu. Lebah madu sangat bermanfaat bagi manusia, terutama bagi kesehatan. Berdasarkan kepada penjelasan diatas madu sangatlah bermanfaat bagi kesehatan manusia. Hal ini dikarenakan didalam madu terkandung berbagai macam bahan alami seperti; karbohidrat, protein, vitamin B2, vitamin B3, vitamin B5, folat, air, magnesium, kalium, fosfor.

Wana Muria Pati merupakan salah satu peternakan lebah madu di wilayah Pati dan sekitarnya. Lokasinya relatif mudah dijangkau, hanya berjarak kurang lebih 1 kilometer ke arah Utara dari kota pati. Wana Muria Pati memproduksi berbagai macam produk olahan lebah madu (*Apis cerana*) diantaranya; madu, royal jelly, sisiran sarang atau lilin, *pollen* dan racun lebah. Madu adalah produk utama yang diproduksi oleh Wana Muria Pati.

Tabel 1.2 Data Penjualan Madu Wana Muria Pati Tahun 2019

Bulan	Penjualan (Rp)
Januari	230.000.000
Februari	220.000.000
Maret	205.000.000
April	190.000.000
Mei	182.000.000
Juni	240.000.000
Juli	183.500.000
Agustus	220.000.000
September	160.200.000
Oktober	236.570.000
November	274.400.000

Sumber : Data Penjualan Madu Wana Muria Pati, 2019.

Berdasarkan tabel 1.1 penjualan madu pada Wana Muria Pati pada periode Januari 2019, menunjukkan bahwa Wana Muria Pati mengalami fluktuasi penjualan pada produk madu pada setiap bulannya, sehingga mempengaruhi pendapatan perusahaan. Meskipun tidak terjadi penurunan penjualan secara drastis, hal ini tetap berdampak kurang baik bagi Wana Muria Pati. Penelitian ini untuk mengetahui terjadinya faktor apa yang mempengaruhi fluktuasi penjualan madu setiap bulannya pada tahun 2019.

Hasil penelitian Rahmawati⁹ menunjukkan bahwa variasi produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Namun hasil penelitian Farida dan Saidah¹⁰ serta Nurrahman dan Utama¹¹ menunjukkan bahwa variasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian artinya semakin banyak variasi dari produk yang ditawarkan akan semakin meningkatkan keinginan konsumen untuk membeli produk tersebut. Variasi produk madu Wana Muria Pati yaitu madu pohon randu, madu pohon karet dan madu pohon rambutan. Dari varian rasa madu karet, randu, rambutan ini, ditengarai untuk rasa

⁹ Penny Rahmawati, "Pengaruh Variasi Produk, Harga, dan *Customer Experience* terhadap Keputusan Pembelian Ulang Roti Breatdalk Yogyakarta", *Jurnal Ilmu Manajemen* 12, no.1 (2015):89.

¹⁰ Nur Farida dan Shokhibatus Saidah, "Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sambal Indofood Di Supermarket Sarikat Jaya Gresik", *GEMA EKONOMI Jurnal Fakultas Ekonomi* 06, no.02 (2017):156.

¹¹ Indra Nurrahman dan Dian Herdiana Utama, "Pengaruh Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada pembeli *smartphone* Nokia series X di BEC Bandung)", *Journal of Business Management and Entrepreneurship Education* 1, No.1 (2016):54.

madu pohon karet dan rambutan belum familiar di konsumen sehingga hal ini menyebabkan penjualan berfluktuatif.

Demikian halnya pada aspek harga, hasil penelitian Abdullah, dkk¹² menunjukkan bahwa harga produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Namun hasil penelitian Habibah dan Sumiati¹³, Puspita, dkk¹⁴, Amilia dan Asmara¹⁵, Santoso, dkk¹⁶ serta Rahmawati¹⁷ menunjukkan bahwa harga produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian artinya semakin baik dan sesuai harga sebuah produk yang ditawarkan akan semakin meningkatkan keinginan konsumen untuk membeli produk tersebut. Harga madu di Wana Muria Pati beragam mulai dari Rp. 35.000,- per 140 ml untuk madu rambutan, madu randu dan madu karet. Sedangkan untuk ukuran 460 ml, harga madu rambutan dan madu randu sebesar Rp. 80.000,-, untuk madu karet sebesar Rp. 75.000,-. Berdasarkan kuantitas kemasan yang sama baik madu randu, karet dan rambutan dipatok dengan harga yang sama meskipun peminat varian rasa madu karet, randu dan rambutan, produk tersebut lebih condong ke madu randu. Kondisi ini ditengarai menyebabkan penjualan berfluktuatif.

Pada variabel kualitas produk, hasil penelitian Puspita, dkk¹⁸ menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Namun hasil penelitian Habibah dan Sumiati¹⁹, Amilia dan Asmara²⁰, Santoso, dkk²¹ serta Abdullah, dkk²²

¹² Majid Abdullah, dkk, “Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian”, *Jurnal Manajemen, Bisnis dan Organisasi JUMBO* 3, no.1, (2019):183.

¹³ Ummu Habibah dan Sumiati, “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 1, no.1 (2016):31.

¹⁴ Suci Dwi Puspita, dkk, “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Yoghurt (Survey pada Konsumen Yoghurt Youjell PT. Insan Muda Berdikari)”, *Jurnal Peternakan* 1, no.2 (2014):1.

¹⁵ Suri Amilia dan M. Oloan Asmara, “Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa”, *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 6, no.1 (2017):660.

¹⁶ Krestawan Wibowo Santoso, dkk, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Permen Tolak Angin di Semarang”, *Diponegoro Journal of Social And Politic* 1, no.2 (2013):1.

¹⁷ Rahmawati, “Pengaruh Variasi Produk”, 89.

¹⁸ Puspita, dkk, “Pengaruh Harga”, 1.

¹⁹ Habibah dan Sumiati, “Pengaruh Kualitas Produk”, 31.

²⁰ Amilia dan Asmara, “Pengaruh Citra Merek”, 660.

²¹ Santoso, dkk, “Pengaruh Kualitas Produk”, 1.

menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian artinya semakin baik kualitas sebuah produk yang ditawarkan akan semakin meningkatkan keinginan konsumen untuk membeli produk tersebut. Kondisi kualitas madu yang diproduksi oleh Wana Muria Pati sangat berkualitas karena diproses menggunakan alat yang bersih dan disterilkan terlebih dahulu. Namun demikian, diantara ketiga varian rasa tersebut kualitasnya tergantung sumber nutrisi lebah terhadap bunga yang dihasilkan oleh pohon randu, karet dan rambutan. Faktor yang ditengarai penyebab turun naiknya kualitas sehingga berpengaruh kepada penjualan.

Berdasarkan latar belakang di atas dan didukung oleh penelitian sebelumnya, maka dalam penelitian ini penulis tertarik untuk mengambil judul "**Analisis Pengaruh Varian Rasa Madu Karet, Randu, Rambutan, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Madu Wana Muria Pati**".

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini sesuai hasil pemaparan latar belakang diatas adalah sebagai berikut:

1. Apakah varian rasa madu karet, randu, rambutan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk madu Wana Muria Pati?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada produk madu Wana Muria Pati?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk madu Wana Muria Pati?
4. Apakah terdapat pengaruh varian rasa madu karet, randu, rambutan, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk madu Wana Muria Pati?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk memperoleh bukti empiris pengaruh varian rasa madu karet, randu, rambutan terhadap keputusan pembelian pada produk madu Wana Muria Pati.
2. Untuk memperoleh bukti empiris pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada produk madu Wana Muria Pati.
3. Untuk memperoleh bukti empiris pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk madu Wana Muria Pati.

²² Abdullah, dkk, "Pengaruh Citra Merek", 183.

4. Untuk memperoleh bukti empiris pengaruh varian rasa madu karet, randu, rambutan, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk madu Wana Muria Pati.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah diharapkan :

1. Manfaat Teoritis

Untuk literatur Keilmuan Ekonomi : hasil penelitian diharapkan dapat menyumbang pemikiran secara teoritis dan ilmiah dalam pengembangan pengetahuan mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

2. Manfaat Praktis

- a. Untuk Perusahaan : Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan bagi perusahaan dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Menjadi bahan pertimbangan dan evaluasi dalam menentukan kebijakan-kebijakan peningkatan keputusan pembelian konsumen dimasa yang akan datang, sehingga dapat meningkatkan loyalitas konsumen di masa mendatang.
- b. Untuk masyarakat : hasil penelitian ini diharapkan menambah wawasan dan pengetahuan sebagai pengetahuan bagi masyarakat mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal-hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun penelitian ini dibagi menjadi 5 bagian dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

1. Bagian Awal

Bagian yang berada sebelum tubuh karangan yang meliputi halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman motto dan persembahan, abstrak, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar.

2. Bagian Isi

Pada skripsi ini terdiri dari lima bab, yaitu :

BAB I : Pendahuluan

Bab ini menguraikan tentang latar belakang dilakukannya penelitian ini, rumusan masalah dari penelitian, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian dan manfaat hasil penelitian dan sistematika penulisan.

- BAB II : Landasan Teori**
 Bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, yang meliputi varian rasa madu karet, randu, rambutan, harga dan kualitas produk, keputusan pembelian. Kemudian dilanjutkan dengan hasil penelitian terdahulu, kerangka berpikir dan hipotesis penelitian.
- BAB III : Metode Penelitian**
 Bab ini menguraikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, tata variabel penelitian, definisi operasional, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrumen yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolonieritas, uji autokorelasi, Analisis Data yang meliputi analisis regresi berganda, uji t parsial, uji F serta koefisien determinasi.
- BAB IV : Hasil dan Analisis**
 Bab ini menjelaskan tentang deskripsi objek penelitian, gambaran umum obyek penelitian, gambaran umum subyek penelitian yaitu anggota yang meliputi jenis kelamin anggota, umur anggota, pendidikan terakhir anggota, hasil uji instrumen, hasil uji asumsi klasik, hasil analisis regresi berganda, uji hipotesis, analisis data dan interpretasi hasil.
- BAB V : Penutup**
 Bab ini berisi tentang kesimpulan penelitian yang terdiri dari empat bagian dan keterbasan penelitian yang dilakukan peneliti serta saran bagi lembaga serta penelitian yang akan datang.
3. **Bagian Akhir**
 Pada bagian akhir terdiri dari daftar pustaka yakni buku-buku yang digunakan sebagai rujukan dalam penulisan skripsi dan lampiran-lampiran yang mendukung isi skripsi.