

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

CV Madu Apiari Mutiara merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pangan yaitu peternakan lebah yang memproduksi hasil dari lebah mulai dari madu, propolis dan juga memproduksi produk turunan madu. CV Madu Apiari Mutiara beroperasi sejak 1 April 2010. Perusahaan ini di pimpin oleh Bapak Ir.Sri Hidayat. Perusahaan ini juga merupakan perusahaan perlebahan hasil pelatihan pemuda mandiri yang diselenggarakan oleh Departemen Tenaga Kerja dan Transmigrasi bekerja sama dengan Lembaga Penelitian dan Pengembangan Masyarakat (LPPM) Institut Pertanian Bogor.

CV Madu Apiari Mutiara memiliki struktur Organisasi Perusahaan sebagai proses pembentukan kerja, pemberian wewenang maupun tanggung jawab dan penetapan hubungan dengan tujuan bersama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Struktur organisasi tersebut terdiri dari pimpinan, wakil pimpinan, bagian keuangan, bagian produk/gudang, bagian pelatihan dan pemasaran. CV Madu Apiari Mutiara berkantor pusat di Jl.Putri Tunggal, Komp.Casa Saronsa no 001 Rt02/03 Harjamukti, Cimanggis, Depok.

Perusahaan ini juga tercatat sebagai salah satu binaan LPPM Institut Pertanian Bogor (IPB). Madu yang dibuat sudah dapat dikatakan berstandar nasional (SNI) dan sesuai standar industri farmasi saat ini karena mampu memenuhi syarat uji dengan kadar air minimum yaitu 18-19 % dengan menggunakan alat dehumidifier, dimana beberapa produsen madu yang ada belum melakukannya. Produk madunya bermitra dengan kebun yang berada di jogja. Mengambil madu dari peternak dan kemudian diolah packaging dan di pasarkan dengan merk Madu Apiari Mutiara. Produk Madu Apiari Mutiara melayani pembelian secara online dan offline, dan menjangkau seluruh Pulau di Indonesia.

Pada awalnya Perusahaan CV Madu Apiari Mutiara merupakan industri kecil yang bergerak dibidang pangan yaitu madu, dan sekarang mulai merambah memproduksi prodak kecantikan yang berbahan dasarnya adalah madu. Sejak awal didirikan, Perusahaan Madu Apiari Mutiara telah terdaftar Dinas Kesehatan Depok dengan nomor: Dinkes P-IRT No. 1093276010063-23 (Kaca), P-IRT No. 2093276020063-23 (Plastik) dan memiliki Sertifikat halal MUI No.01121035061108 (Madu), No. 01151195840917 (Kosmetik). Cakupan distribusi perusahaan CV Madu Apiari Mutiara meliputi pasar swalayan, toko-toko, dan lain-lain.



GAMBAR 1. 1
Logo Madu Apiari Mutiara
Sumber: Dokumen Perusahaan, 2010

Desain logo Madu Apiari Mutiara sangat mendeskripsikan perusahaan ini bergerak pada industri madu karena lebah adalah ikonik dari bisnis madu, logo penuh warna tersebut menjadi logo dengan warna yang solid.

1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Adapun Visi dan Misi dari CV Madu Apiari Mutiara, yaitu sebagai berikut:

a) Visi

Memproduksi produk-produk lebah yang berguna untuk masyarakat dengan mengedepankan kualitas dan kejujuran serta

b) Misi

1. Menjadi perusahaan yang mengutamakan kekeluargaan dan kepuasan pelanggan, dan

2. Menyadarkan kepada masyarakat tentang pentingnya produk herbal/alami untuk kesehatan.
3. Madu Apiari Mutiara Ibu berkomitmen untuk menjadi Raja Madu di Indonesia



GAMBAR 1. 2
Objek Penelitian

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2019

1.1.3 Produk Madu Apiari Mutiara

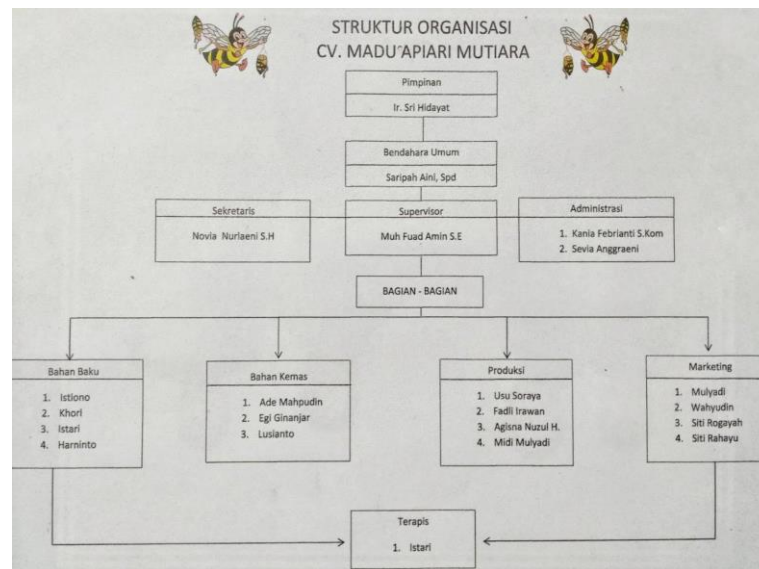
Madu Apiari Mutiara memiliki berbagai jenis produk yang dapat dipilih oleh konsumen, berikut ini adalah produk Madu Apiari Mutiara : Madu sarang, Madu hutan, Royal jelly, Madu ternak dari spesifikasi bunga (Rambutan, kaliandra, kelengkeng, mahoni, kapuk randu, kopi), dan Madu kosmetik (Shampo madu, sabun madu, cream wajah madu)



GAMBAR 1. 3
Produk Madu Apiari Mutiara
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2019

1.1.4 Struktur Organisasi

Adapun struktur organisasi dari CV Madu Apiari Mutiara adalah sebagai berikut :



GAMBAR 1. 4

Struktur Organisasi

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2019

1.2 Latar Belakang

Indonesia termasuk negara yang memiliki potensi yang cukup besar dalam pengembangan hasil alamnya. Indonesia dikenal sebagai negara yang memiliki keanekaragaman hayati jenis tumbuhan dan hewan. Letak geografis yang strategis dengan luas sekitar 1.919.440 km² menunjukkan betapa kayanya Indonesia akan sumber daya alam dengan segala flora, fauna dan potensi hidrografis dan deposit sumber alamnya yang melimpah. Sumber daya alam Indonesia tersebut mulai dari sektor pertanian, kehutanan, kelautan dan perikanan, peternakan, perkebunan serta pertambangan dan energi. (www.kompasiana.com, 2019)

Hutan merupakan salah satu sektor potensi alam di Indonesia yang potensial untuk dikelola sehingga bisa menghasilkan sesuatu yang bermanfaat, hutan merupakan suatu wilayah yang mana menjadi tempat tumbuhnya pohon-

pohon dan jenis tanaman yang lain. Pengertian hutan tidak hanya berhenti sesederhana itu. Hutan juga bisa dikatakan sebagai ekosistem yang mejadi tempat hidup dan berinteraksi bagi hewan maupun tumbuh- tumbuhan. Salah satunya adalah interaksi antara lebah madu dan berbagai jenis bunga yang ada pada hutan. Iklim tropis di Indonesia dan banyaknya hutan dan perkebunan berpotensi untuk mengelola peternakan lebah untuk menghasilkan madu yang berkualitas.

Madu dikenal baik untuk kesehatan dan kecantikan. Madu merupakan cairan yang dihasilkan oleh enzim hasil pengolahan lebah, madu merupakan hasil kerja sama antara lebah pekerja yang bertugas mencari nektar. Kemudian lebah bagian jaga rumah atau sarang yang memproses nektar agar menjadi madu dengan cara difermentasikan dengan cara diberi zat lebah dan didiamkan didalam sarang. Di Indonesia terdapat beberapa jenis madu yang diproduksi secara berkelanjutan, yaitu madu lebah ternak, dan madu lebah hutan. (www.kompasiana.com, 2019)

Madu memiliki komponen kimia yang memiliki efek koligemik yakni asetilkolin. Asetilkolin berfungsi untuk melancarkan peredaran darah dan mengurangi tekanan darah. Gula yang terdapat dalam madu akan terserap langsung oleh darah sehingga menghasilkan energi secara cepat bila dibandingkan dengan gula biasa.

Madu juga mengandung komponen lain seperti tepung sari dan berbagai enzim pencernaan. Disamping itu madu juga mengandung berbagai vitamin, seperti vitamin A, B1, B2, mineral seperti kalsium, natrium, kalium, magnesium, besi, juga garam iodine bahkan radium. Selain itu madu juga mengandung antibiotik dan berbagai asam organik seperti asam malat, tartarat, sitrat, laklat, dan oksalat. Karena itu madu sangat tinggi sekali khasiatnya (www.voa-islam.com, 2019).

Industri madu di Indonesia untuk saat ini masih belum berkembang pesat. Seluruh masyarakat dunia mempercayai manfaat madu yang sangat banyak dan ini seharusnya menjadikan peluang madu makin melesat cepat. Industri madu di Indonesia saat ini masih bergelung dengan modal dan hanya dipasarkan di dalam

negeri. Padahal pangsa pasar di luar negeri masih sangat luas. Karena madu sudah dianggap sebagai makanan kesehatan yang dapat bermanfaat untuk meningkatkan stamina tubuh. Seiring perkembangan, kebutuhan madu di Indonesia cukup tinggi. Namun, kebutuhan terhadap madu tak sejalan dengan produksi madu di tanah air. Berdasarkan catatan akhir tahun 2018, produksi madu di tanah air sekitar 3000 ton madu per tahun. (www.tribunnews.com, 2019)

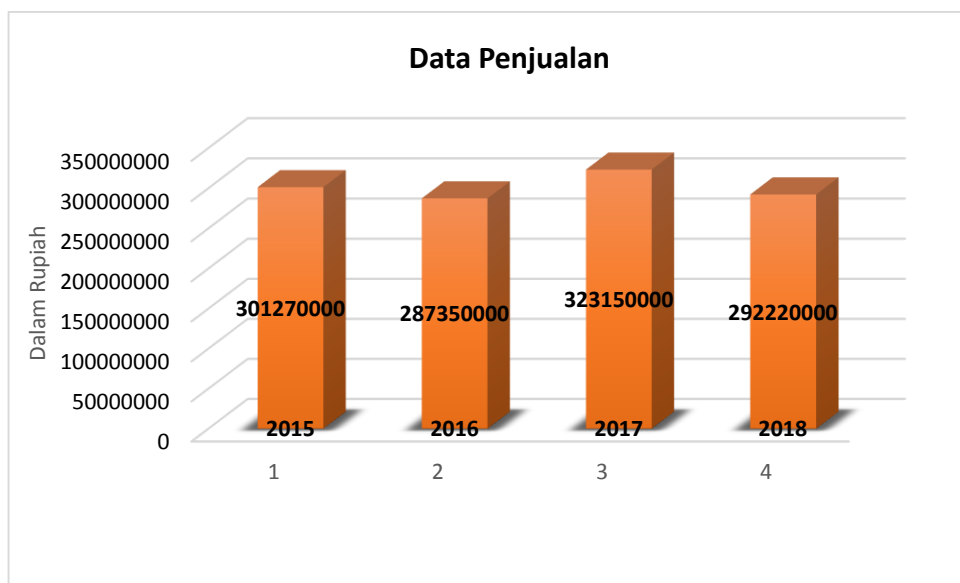
TABEL 1. 1
Produksi Madu Apiari Mutiara 2018

No	Bulan	Jumlah Produksi (kg)
1	Januari	200
2	Febuari	200
3	Maret	200
4	April	200
5	Mei	310
6	Juni	200
7	Juli	200
8	Agustus	250
9	September	250
10	Oktober	250
11	November	250
12	Desember	300
Total		2800

Sumber: Data Perusahaan, 2018

Berdasarkan tabel 1.1 produksi madu CV Madu Apiari Mutiara pada tahun 2018 memproduksi sebanyak 2800 kg, rata rata produksi perbulan Madu Apiari Mutiara adalah 200 kg, produksi terbanyak biasanya terjadi saat menjelang puasa yaitu pada bulan mei 2018 dengan jumlah 310 kg dan terjadi juga pada akhir tahun karena untuk stock hingga akhir tahun pada bulan desember dengan 300 kg.

Madu Apiari Mutiara dapat menjual produknya dengan baik , namun penjualan produk Madu Apiari Mutiara masih naik turun dalam 3 tahun terakhir. Madu Apiari Mutiara mampu bersaing di perusahaan madu lainnya karena membuat produk madu asli yang mana madunya di dapat langsung dari hasil peternakan dan panen sendiri sehingga memberikan kepercayaan kepada konsumen bahwa Madu Apiari Mutiara berkualitas bagus.



GAMBAR 1. 5
Data Penjualan Madu Apiari Mutiara
Sumber: Data Perusahaan, 2018

Dari data di atas kita dapat ketahui bahwa tingkat penjualan produk madu di tahun 2015 sampai 2018 mengalami masa yang belum stabil atau disebut fluktuasi. Salah satu penyebabnya adalah ketika adanya curah hujan yang tinggi menurunkan kualitas produk dari madu karena kadar air yang tinggi dan juga kualitas ketepatan produk dimana produksi di CV Madu Apiari Mutiara masih minim teknologi sehingga ketika adanya pesanan dalam jumlah banyak membutuhkan waktu yang tidak sebentar. Hal lainnya juga disebabkan oleh beberapa faktor-faktor, diantaranya adalah harga dan banyaknya kompetitor lain mengeluarkan produk sejenis.

Cara untuk meningkatkan volume penjualan atau membuat penjualan menjadi stabil tiap tahunnya adalah dengan mengedepankan kualitas produk, CV Madu Apiari Mutiara ini sangat mengedepankan kualitas produknya..Kualitas produk adalah salah satu sarana positioning utama pemasar. CV Madu Apiari menetapkan standarstandar operasional untuk mendapatkan dan mempertahankan kualitas produknya. Diantaranya adalah Madu Apiari Mutiara memiliki keunggulan dengan mempunyai alat penurun kadar air yaitu dehumidifier yang membuat madu menjadi tidak terlalu cair dimana berguna untuk meningkatkan khasiat dan kualitas dari madu itu sendiri, kemudian Madu Apiari Mutiara selalu terjun langsung kelapangan ketika memanen madu ke berbagai daerah untuk memastikan ke aslian madu itu sendiri. Madu Apiari Mutiara juga memiliki banyak turunan madu seperti sabun, shampoo, masker yang semuanya berbahan dasar madu dan semuanya telah memiliki sertifikat izin dari BPOM.

Turunan madu dari CV Madu Apiari Mutiara juga merupakan keunggulan dari perusahaan ini. Berbagai macam produk kesehatan dan kecantikan makin menjamur dikalangan masyarakat dengan keunggulan yang ditawarkan. Realita yang ada, produk kesehatan dan kecantikan merupakan racikan dari bahan kimia, namun disini Madu Apiari Mutiara hadir dengan produk kesehatan dan kecantikan yang alami karena berbahan dasar dari madu yang di panen sendiri dan diperkuat dengan pengawasan dari Dinkes dan Bpom yang selalu di perbaharui tiap tahunnya.

Salah satu keunggulan dalam meningkatkan kualitas produk adalah dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kondisi konsumen yang semakin kritis dalam hal kualitas, akan memaksa perusahaan untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan mutu produknya agar terhindar dari ketidakpuasan konsumen dan perusahaan agar dapat bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis.

Selain kualitas produk terdapat faktor penting lainnya yang dapat meningkatkan volume penjualan terhadap produk yang ditawarkan yaitu harga. Dari sudut pandang konsumen harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai jika harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa yang digunakan. Dalam hal tersebut maka harga memiliki peranan yang

sangat penting dalam proses keputusan pembelian konsumen, karena harga merupakan bagian dari bauran pemasaran. Menurut Daryanto (2013 : 62) “Harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau sejumlah nilai dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk”. Pernyataan tersebut bahwa harga adalah jumlah uang yang diberikan dalam suatu produk yang akan ditawarkan kepada konsumen.

TABEL 1. 2
Perbandingan Harga Madu Sukatani dan Madu Apiari Mutiara

Jenis Madu	Ukuran	Harga Madu Sukatani	Harga Madu Apiari Mutiara
Madu Organik	450 gram	Rp 70.000 	Rp.85.000 
Madu Kelengkeng	450 gram	Rp 75.000 	Rp. 85.000 

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2019

Dari tabel diatas harga Madu Apiari Mutiara memang lebih mahal dibanding Madu Sukatani yang merupakan kompetitor dalam lingkup pasar yang sama atau sejajar, hal ini merupakan salah satu faktor laba Madu Apiari Mutiara

tiap tahunnya belum bisa dikatakan stabil. Strategi untuk menstabilkan laba salah satunya adalah dengan penetapan harga dari perusahaan. Harga menentukan keberhasilan suatu perusahaan, karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan. Harga seringkali digunakan konsumen untuk menentukan pilihan mereka, harga yang murah bisa merubah keputusan pembelian suatu produk pada konsumen tertentu

Harga yang ditetapkan madu apiari mutiara memang untuk kalangan menengah keatas jadi seharusnya madu mutiara memberikan memberikan evaluasi alternatif seperti adanya diskon bagi pelanggan yang loyal. Dari fenomena tersebut maka kita ketahui bahwa kurangnya perusahaan dalam memperhatikan harga, terutama dengan konsumen yang loyal akan harga, sehingga konsumen masih mempertimbangkan produk merek lain. Seharusnya perusahaan mulai sekarang harus memperhatikan para konsumennya dan mampu menjalin hubungan baik dengan setiap pelanggannya, sehingga konsumen merasa nyaman dan loyal dengan produk perusahaan yang digunakan. Pada akhirnya perusahaan dapat menjalin hubungan baik dengan konsumen serta memperoleh kepercayaan dari setiap konsumennya

Keputusan pembelian menjadi hal yang penting untuk diperhatikan karena hal ini tentu akan dipertimbangkan perusahaan bagaimana menerapkan strateginya dalam pemasaran akan dilakukan. Keberhasilan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian sangat didukung melalui komunikasi strategi pemasaran perusahaan dan mampu menarik minat konsumen. Produk yang memiliki kualitas yang baik dengan latar belakang perusahaan yang juga baik memungkinkan memiliki konsumen loyal. Produk yang mempunyai kualitas baik tentu akan mendapat respon yang baik dari konsumen sehingga memberikan kemudahan bagi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli, menurut menurut Kotler dan Keller (2016:194) biasanya konsumen melalui beberapa tahap terlebih dahulu yaitu, (1) pengenalan masalah, (2) pencarian informasi. (3) evaluasi alternatif, (4) keputusan pembelian, (5) perilaku pasca pembelian.

Hubungan antara kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rifqi Sulthan Fahrezzy (2018) yang meneliti tentang pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *Konsumen Laptop Asus*. Berdasarkan uraian diatas, dalam penelitian ini dibutuhkan informasi apakah kualitas produk dan harga mempengaruhi keputusan pembelian. Oleh karena itu penulis tertarik mengambil judul untuk tugas akhir yaitu **“Pengaruh Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Madu Pada CV MADU APIARI MUTIARA di Kota Depok Tahun 2019”**.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas peneliti akan merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas produk Madu Apiari Mutiara?
2. Bagaimana harga produk Madu Apiari Mutiara?
3. Bagaimana keputusan pembelian produk Madu Apiari Mutiara?
4. Seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Madu Apiari Mutiara?
5. Seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk Madu Apiari Mutiara?
6. Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Madu Apiari Mutiara?

1.4 Tujuan Penelitian

Suatu penelitian dilakukan tentu memiliki beberapa tujuan, berikut adalah tujuan penelitian:

1. Mengetahui kualitas produk Madu Apiari Mutiara.
2. Mengetahui harga produk Madu Apiari Mutiara.
3. Mengetahui keputusan pembelian produk Madu Apiari Mutiara.
4. Mengetahui besarnya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Madu Apiari Mutiara.

5. Mengetahui besarnya pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk Madu Apiari Mutiara.
6. Mengetahui besarnya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Madu Apiari Mutiara.

1.5 Batasan Penelitian

Agar Pembahasan dalam penelitian ini dapat terarah, maka penulis membatasi penelitian ini sebagai berikut:

a. Variabel dan Sub Variabel

Penelitian ini menggunakan tiga variabel yaitu independen Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2) dan Variabel dependen Keputusan Pembelian (Y).

b. Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Depok dengan objek masyarakat Depok yang mengetahui Madu Apiari Mutiara.

c. Waktu dan Periode Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama 5 Bulan, Mulai Maret sampai dengan Juli 2019.

1.6 Manfaat Penelitian

Penulis mengharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak berikut:

1.6.1 Bagi Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi yang berguna bagi perusahaan mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian, sehingga dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan.

1.6.2 Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan penulis dan sebagai kesempatan penulis untuk menerapkan teori pemasaran yang didapat selama menjalani perkuliahan. Selain itu, hasil penelitian ini ditujukan untuk penyusunan tugas akhir pada program studi D3 Manajemen Pemasaran Universitas Telkom.

1.6.3 Bagi Pihak Lain

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi tambahan untuk penelitian lebih lanjut serta sebagai pembanding bagi masyarakat luas, khususnya mahasiswa Universitas Telkom.

1.7 Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari lima bab yang akan dijabarkan menjadi beberapa sub-bab. Berikut ini akan dijelaskan mengenai penjabaran dari tiap bab :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi uraian mengenai latar belakang penelitian yang menjadi dasar dari topik penelitian dan metode yang digunakan dalam penelitian, rumusan masalah, dan tujuan penelitian yang dapat memperlihatkan permasalahan yang terjadi dalam penelitian, ruang lingkup penelitian serta manfaat penelitian yang diharapkan melalui penelitian ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini diuraikan landasan teori yang nantinya akan sangat membantu dalam analisis hasil-hasil penelitian, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan tentang deskripsi variabel – variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan sampel, jenis, dan sumber data, metode pengumpulan data serta metode analisis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai deskripsi objek penelitian serta analisis data dan pembahasan atas hasil pengolahan data.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan akhir penelitian serta saran-saran untuk objek penelitian ataupun pihak-pihak terkait lainnya. Pada bab ini berisi tentang penafsiran dari peneliti mengenai hasil akhir penelitian yang disajikan dalam bentuk kesimpulan dari peneliti yang telah dilakukan serta saran maupun rekomendasi yang dapat diberikan kepada organisasi dari pihak lain.