

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Di era sekarang, perkembangan bisnis cukup pesat dan semakin ketat. Khususnya di wilayah Kabupaten Kediri, tidak sedikit pengusaha menginginkan sebuah produk atau jasa yang telah diciptakan dapat diterima masyarakat luas. Munculnya banyak jenis profesi baru, inovasi baru akan membuka lahan bisnis baru yang belum pernah ada sebelumnya.¹ Perkembangan zaman yang ditandai dengan adanya perkembangan internet, dampaknya tidak terbatas pada seluruh dunia apalagi pada sektor ekonomi buat menjangkau dan menciptakan kewirausahaan ke ranah yang baru.² Selain itu, para pengusaha juga mengharapkan produknya terjual secara berulang ulang. Apalagi muncul tuntutan bagi para pengusaha untuk terus melakukan perubahan dalam menciptakan suatu produk atau jasa yang baru dan berbeda dengan pesaing lain. Persaingan yang semakin ketat mengharuskan perusahaan berlomba-lomba menghasilkan produk dan jasa dengan kualitas yang lebih unggul agar dapat bertahan dan minati konsumen.³ Dalam menghadapi persaingan, pengusaha perlu memiliki strategi yang handal untuk terus mempertahankan penjualan produk atau

¹ Arif Zunaidi, dkk, *Mengenal Jenis Profesi dan Jasa Akuntan Pada Mahasiswa Baru Dalam Upaya Meneguhkan Minat Studi Akuntansi Syariah dan Menyongsong Era Society 5.0*. Komitika, Vol. 1 (2), November 2021, pp. 01-06 ISSN: 2774-5341, EISSN: 2798-1584,2.

² Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE, MM, *E Commerce Dan Perilaku Konsumtif*. (Kediri: IAIN Kediri Press, 2022), 1.

³ Ali Akbar Yulianto, Krista, *Introduction To Business Pengantar Bisnis Edisi 4 Buku 1*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 291.

jasa yang diinginkan. Dalam berbisnis tentu perlu adanya sebuah strategi pemasaran untuk mencapai keberhasilan suatu usaha, maka para pengusaha perlu sedini mungkin menetapkan konsep pemasaran. Pada akhirnya konsep pemasaran yang telah dibentuk akan menentukan tujuan-tujuan dari pelaku usaha serta hasil apa yang diinginkan oleh pengusaha.⁴ Penjualan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah proses, cara, perbuatan menjual. Menjual adalah memberikan kepada orang lain (pembeli) untuk memperoleh uang pembayaran atau menerima uang.⁵ Dalam definisi tersebut ada unsur penjual, pembeli, barang dan nilai atau uang. Walaupun begitu, penjualan tidak selalu mudah.

Tiap pengusaha pasti kan berusaha untuk menjual produk atau jasa yang telah diciptakan. Usaha itu terkadang berhasil terkadang tidak berhasil. Tiap perusahaan berupaya agar penjualan terjadi dengan optimal. Tujuan dari penjualan tak lain ialah mencari keuntungan sebesar mungkin. Untuk mendapat peluang dalam proses penjualan seorang pengusaha perlu mempunyai keahlian serta pengetahuan dalam menghasilkan produk atau jasa baru, membuka usaha baru, melakukan proses dan teknik baru, serta mengembangkan usaha baru.⁶ Salah satu yang sekarang sudah menjadi sebuah budaya adalah perkembangan transaksi *online*. Perkembangan teknologi digital (TD) sekarang ini menunjukkan pergerakan kedepan dan

⁴ Buchari Alam, Donny Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 12.

⁵ Samsul Arifin, *Sales Management: Strategi Menjual dengan Pendekatan Personal*, (Yogyakarta: Salma Idea, 2020), 2.

⁶ Suryana, *Kewirausahaan Pedoman Praktis Kiat dan Proses Menuju Sukses*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 3.

maju, semakin jauh dan cepat bila diperbandingkan dengan apa yang menjadi tujuan dan yang dibayangkan.⁷

Setiap perusahaan tentu menginginkan konsumen merasa puas terhadap produk yang mereka hasilkan. Maka, dalam menawarkan suatu barang atau jasa saling berkompetisi menghasilkan kualitas, harga, dan pelayanan produk jauh lebih baik.⁸ Kualitas yang dihasilkan barang atau jasa dinilai sangat penting dalam meningkatkan reputasi perusahaan. Kualitas produk merupakan bentuk totalitas dan karakteristik barang maupun jasa dalam menunjukkan kemampuannya dalam memuaskan kebutuhan yang tampak jelas dan tersembunyi.⁹ Dengan kualitas produk dan jasa membawa pengaruh terhadap konsumen dalam mengambil keputusan memilih suatu produk yang mereka anggap memenuhi kebutuhan serta keinginannya, sedangkan bagi produsen kualitas barang yang unggul akan membuat citra perusahaan bagus dan pada akhirnya akan menaikkan jumlah penjualan. Produk dengan kualitas tinggi dan harga yang bersaing ialah kunci dalam memenangkan persaingan bisnis, hal itu menjadi tugas tersendiri bagi setiap perusahaan.¹⁰

Desa Joho merupakan salah satu desa sentra madu yang ada di Kecamatan Semen Kabupaten Kediri. Madu ialah bahan alami yang

⁷ Sri Anugrah Natalia, Arif Zunaidi, Risa Ramlah, *Quick Response Code Indonesia Standart (QRIS) Sebagai Strategi Survive Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Masa Pandemi Di Kota Kediri*, Istithmar: Journal Of Islamic Economic Development, Vol. 5 No. 2 Desember 2021, 2.

⁸ Jaluanto dan Dyah Widyaningrum, *Analisis Kualitas Produk, Biaya Kualitas dan Volume Penjualan*, (Jurnal Ilmiah: UNTAG Semarang, 2012), 2.

⁹ Ely Erinawati, Badrus Suryadi, *Penataan Produk (C3) Kompetensi Keahlian: Daring dan Pemasaran*, (Jakarta: Grasindo, 2021), 164.

¹⁰ Nandang Ihwanudin, Ria Aulia Silvianty, dkk., *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2022), 79.

memiliki rasa manis dengan tekstur kental yang berasal dari lebah madu yang mempunyai banyak manfaat untuk kesehatan tubuh dan aman dikonsumsi setiap hari. Adapun usaha madu yang banyak diminati antara lain:

TABEL 1.1
Perbandingan Madu Murni Lebah Alam, Madu Sehat, dan Madu Wada Murni

Keterangan	Madu Murni Lebah Alam	Madu Sehat	Madu Wada Murni
Alamat	Ds Joho RT. 03/RW. 02 Kec. Semen Kab. Kediri	Jl. Genengan Ds. Joho Kec. Semen Kab. Kediri	Dsn. Igir-Igir Ds. Joho RT. 01/RW. 01 Kec. Semen Kab. Kediri
Nama Pemilik	Bapak Sumadi	Bapak Suyetno	Ibu Maryam
Tahun Berdiri	2001	2011	2013
Produk Madu	Madu murni, bibit madu, bee pollen, royal jelly	Madu murni	Madu murni, bee pollen, royal jelly
SDM	6 karyawan	4 karyawan	4 karyawan
Harga	Rp 30.000 – Rp 1.000.000	Rp 30.000 – Rp 100.000	Rp 30.000 – Rp 150.000

Pemilihan lokasi penelitian di Madu Murni Lebah Alam karena merupakan sebuah usaha yang ramai akan peminat serta banyaknya jenis madu yang ditawarkan. di Madu Murni Lebah Alam berada di Desa Joho RT. 03/RW. 02 Kecamatan Semen Kabupaten Kediri. Usaha ini didirikan sejak tahun 2001 oleh Bapak Sumadi. Madu Murni Lebah Alam ini memproduksi dan menjual produk dengan kualitas unggul berasal dari madu asli yang aman dikonsumsi semua kalangan mulai dari anak-anak hingga lansia. Produk madu yang dihasilkan antara lain madu murni, bibit lebah,

royal jelly, dan bee pollen (serbuk sari). Madu Murni yang dijual oleh Madu Murni Lebah Alam ada banyak pilihan yaitu madu randu, madu klanceng, madu rambutan, madu karet, madu kangkung, madu kaliandra. Madu Randu dan madu Kaliandra ialah produk *best seller* di Madu Murni Lebah Alam.

TABEL 1.2
Produk Dari Madu Murni Lebah Alam

PRODUK	HARGA	KEMASAN
Madu Murni - Ukuran 140ml - Ukuran 250ml - Ukuran 460ml - Ukuran 500ml - Ukuran 1liter	Rp. 30.000 Rp. 50.000 Rp. 95.000 Rp. 100.000 Rp. 180.000	Botol Kaca Botol Plastik Botol Kaca Botol Plastik Botol Plastik
Bibit Lebah - Setengah Peti (4 sisir) - Per Peti (8 sisir)	Rp. 500.000 Rp. 1.000.000	Kotak kayu Kotak Kayu
Royal Jelly Per Botol	Rp. 180.000	Botol Plastik
Bee Pollen (Serbuk Sari) Per Botol	Rp. 30.000	Botol Plastik

Produk yang dihasilkan oleh Madu Murni Lebah Alam dijamin keasliannya tanpa adanya campuran bahan seperti air. Terdapat jaminan untuk konsumen mengenai kualitas produk yang ditawarkan yaitu dengan terjaminnya produk dengan kualitas unggul yang dibuktikan dengan adanya sertifikat halal dan surat izin P-IRT (Perizinan Produk Rumah Tangga). Dalam penjualannya dilakukan secara langsung melalui toko serta *reseller* dan penjualan *online*. Dalam upaya mengenalkan serta menjual produk kepada konsumen, Madu Murni Lebah Alam melakukan berbagai bentuk promosi dengan menawarkan produk kualitas unggul guna memperoleh laba penjualan. Promosi yang dilakukan yaitu dengan cara membuka toko

madu, memasang *banner*, mengikuti *event*, dan pemberian diskon serta mulut ke mulut.

Faktanya Madu Murni Lebah Alam telah berupaya dalam melakukan berbagai cara promosi seperti yang telah ditunjukkan pada paragraf diatas untuk menarik minat beli konsumen yang pada akhirnya akan berpengaruh terhadap jumlah laba (omset) yang akan dihasilkan oleh perusahaan. Namun, pada kenyataannya bentuk promosi yang telah dilakukan ternyata belum sepenuhnya berhasil maksimal mencapai target pemasaran setiap bulannya. Ini berarti dalam melakukan promosi pada Madu Murni Lebah Alam belum mencapai target pasar yang diinginkan. Sehingga kurang efektifnya bentuk promosi mengakibatkan jumlah penjualan tidak stabil tiap bulannya. Hal ini dapat dilihat pada data penjualan Madu Murni Lebah Alam periode 2023 bulan Januari-Desember:

Tabel 1.3

Data Pendapatan Madu Murni Lebah Alam Per Tahun 2023

Bulan	Jumlah Penjualan
Januari	Rp. 12.280.000
Februari	Rp. 11.840.000
Maret	Rp. 10.020.000
April	Rp. 15.720.000
Mei	Rp. 18.830.000
Juni	Rp. 15.472.000
Juli	Rp. 11.320.000
Agustus	Rp. 11.320.000
September	Rp. 13.624.000
Oktober	Rp. 14.570.000

November	Rp. 16.260.000
Desember	Rp. 18.677.000
Total	Rp. 169.773.000

Sumber data: Observasi dan Wawancara dengan pemilik Madu Murni Lebah Alam

Tabel data 1.2 menunjukkan bahwa jumlah penjualan (omset) setiap bulannya mengalami fluktuasi. Jumlah penjualan (omset) bulan Januari ke bulan Maret mengalami penurunan dan mulai ada kenaikan yang stabil pada bulan September ke bulan Desember, dimana penjualan tertinggi terdapat pada bulan Mei sebesar Rp. 18.830.000 dan bulan Desember sebesar Rp 18.677.000. Dimana penjualan tertinggi karena permintaan konsumen yang tinggi disebabkan hari Raya Idul Fitri dan Tahun Baru.

Peneliti tertarik untuk meneliti pada Madu Murni Lebah Alam karena dalam tabel 1.1 terlihat jumlah penjualan produk mengalami fluktuasi yang cenderung meningkat walaupun masih kurang dari target yang sudah ditentukan. Rupanya kenaikan penjualan dikarenakan faktor produk Madu Murni Lebah Alam ini memiliki keunggulan yaitu mempunyai kualitas produk unggul dimana produk madu dijamin keasliannya tanpa adanya campuran lain seperti air dan ke higienisan tempat produksi serta kemasan membuat kualitas madu semakin unggul. Dekatnya lokasi produksi juga menjadi keuntungan tersendiri, yakni konsumen dapat melihat secara langsung lokasi produksi dan melihat kualitas produk yang akan dijual belikan. Selain itu terdapat kelemahan yaitu lokasi pemasaran yang kurang strategis. Namun, terlepas dari kelemahan itu banyaknya minat beli konsumen membuat jumlah penjualan yang meningkat. Hal ini tentu

tak terlepas dari peran kualitas produk yang dimiliki Madu Murni Lebah Alam. Suatu bisnis tak selamanya dalam penjualannya mengalami peningkatan, pasti disaat tertentu akan ada fase mengalami penurunan penjualan ditambah untuk saat ini banyaknya pesaing yang muncul membuat ketat persaingan yang ada. Dengan begitu Madu Murni Lebah Alam sangat membutuhkan langkah strategi perusahaan agar mampu bersaing dengan memberikan kualitas produk terbaik untuk mengembangkan produk dan terus eksis di pasaran.. Dengan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Peran Strategi Kualitas Produk Untuk Meningkatkan Penjualan Madu (Studi Kasus Madu Murni Lebah Alam di Desa Joho Kecamatan Semen Kabupaten Kediri)”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka yang menjadi fokus penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Kualitas Produk Madu Murni Lebah Alam di Desa Joho Kecamatan Semen Kabupaten Kediri ?
2. Bagaimana Penjualan Produk Madu Murni Lebah Alam di Desa Joho Kecamatan Semen Kabupaten Kediri?
3. Bagaimana Peran Kualitas Produk dalam meningkatkan Penjualan Produk Madu Murni Lebah Alam di Desa Joho Kecamatan Semen Kabupaten Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian masalah diatas, maka tujuan penelitian ini :

1. Untuk mengetahui Kualitas Produk Madu Murni Lebah Alam di Desa Joho Kecamatan Semen Kabupaten Kediri
2. Untuk mengetahui Penjualan Produk Madu Murni Lebah Alam di Desa Joho Kecamatan Semen Kabupaten Kediri
4. Untuk mengetahui Peran Kualitas Produk dalam meningkatkan Penjualan Produk Madu Murni Lebah Alam di Desa Joho Kecamatan Semen Kabupaten Kediri

D. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan manfaat berupa:

1. Bagi Akademik

Hasil penelitian diharapkan menjadi bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya dan memberi sumbangsih pembendaharaan untuk perpustakaan IAIN Kediri.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan lebih kepada peneliti terkait dengan strategi peningkatan kualitas produk Madu Murni Lebah Alam yang ada di desa Joho Kecamatan Semen Kabupaten Kediri.

3. Bagi Lembaga

Hasil dari penelitian diharapkan dapat menjadi bahan motivasi sekaligus menjadi bahan masukan bagi pemilik toko Madu Murni Lebah Alam yaitu Bapak Sumadi yang ada di Desa Joho Kecamatan Semen Kabupaten Kediri untuk terus mengembangkan usaha lebih besar lagi serta meningkatkan penjualan produk.

E. Telaah Pustaka

Berikut Telaah Pustaka yang digunakan oleh penulis:

1. *Analisis Strategi Peningkatan Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Kerajinan Tas Batok Kelapa Di UD Kerajinan Batok Coco Art Kelurahan Tanjungsari Kecamatan Sukorejo Kota Blitar* oleh Anisa Kumala Rahman (2021) mahasiswi IAIN Tulungagung.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi peningkatan kualitas produk kerajinan tas batok kelapa serta kendala apa saja yang muncul dalam usaha peningkatan volume penjualan. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa UD. Kerajinan Batok Kelapa Coco Art Kelurahan Tanjungsari Kecamatan Sukorejo Kota Blitar dalam strategi peningkatan kualitas produk guna meningkatkan volume penjualan yaitu dengan terus menerapkan serta terus mengevaluasi performa, keistimewaan, keandalan, konformasi, daya tahan, kemampuan pelayanan, estetika, dan kualitas yang dipersepsikan. Adapun kendala yang didapat yaitu adanya kekurangan desainer tas dan persaingan usaha dengan produk yang sama. Solusi yang dapat dilakukan yaitu

lebih selektif dalam memilih kualitas bahan tas yang akan digunakan serta mempertahankan ciri khas desain produk.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis adalah sama-sama meneliti tentang strategi kualitas produk dengan menggunakan jenis penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaan terletak pada objek dan lokasi penelitian.

2. *Strategi Peningkatan Kualitas Produk Batik (Studi Pada Home Industri Batik HZ Sukoraja Tengah Kabupaten Banyumas)* oleh Nuriyah Fatkhul Jannah (2019) mahasiswi IAIN Purwokerto.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian strategi peningkatan kualitas produk yang dipilih oleh home industri batik HZ Sukoraja Tengah yaitu dengan terus memperhatikan kualitas produk yang ada serta pemilihan bahan dan kombinasi warna yang selektif. Hal ini dilakukan agar produk yang dihasilkan mempunyai kualitas unggul dan memiliki ciri khas tersendiri.

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu ialah sama-sama meneliti tentang strategi peningkatan kualitas produk dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek dan lokasi penelitian.

3. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Konsumen Seblak Incezz Kota Kediri)* oleh Ani Rosida Rohmah (2021) mahasiswi IAIN Kediri.

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Hasil penelitian ini yaitu kualitas produk dan kepuasan konsumen pada Seblak Incezz termasuk dalam kategori cukup. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil rata-rata (*mean*) kualitas produk 66,63 dan tingkat kepuasan konsumen dengan hasil rata-rata (*mean*) 35,91.

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu ialah sama-sama meneliti tentang kualitas produk. Sedangkan perbedaannya terletak pada metode penelitian, objek dan lokasi penelitian.

4. *Analisis Kualitas Produk Dalam Menjaga Kepercayaan Konsumen Indah Bordir Sidoarjo* oleh Emilia Masrufah (2018) mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian ini ialah kualitas produk Indah Bordir telah memenuhi standar kualitas yang ditetapkan yaitu berupa keistimewaan, keandalan, kesesuaian dan kemampuan pelayanan. Produk yang dihasilkan juga bersifat fleksibel dengan terus mengikuti trend pasaran. Hal ini membuat usaha Indah Bordir terus memiliki konsumen tetap.

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu ialah sama-sama meneliti tentang strategi peningkatan kualitas produk dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek dan lokasi penelitian.

5. *Dampak Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada Usaha Toko Mebel Gading (Studi di Desa Motong Are,*

Kecamatan Kediri, Kabupaten Lombok Barat) oleh Nia Maya Niza (2022) mahasiswi UIN Mataram.

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, dengan hasil penelitian bahwa kualitas produk dan kepuasan konsumen merupakan satu kesatuan yang berkaitan. Jika suatu produk hadir dengan kualitas yang bagus maka konsumen memiliki rasa kepuasan dalam membeli atau barang yang pada akhirnya akan menjadi pelanggan tetap.

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu ialah sama-sama meneliti tentang strategi peningkatan kualitas produk dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek dan lokasi penelitian.