



Korespondensi

Email¹: balitanengsi99@gmail.com

Email²: evaheldaubb@gmail.com

Email³: ratipurwasih09@gmail.com



Inovbook Publications

Wisma Monex 9th Floor

Jl. Asia Afrika No 133-137 Bandung,
40112



Karya ini dilisensikan di bawah
Lisensi Internasional Creative
Commons Atribusi Nonkomersial
sharelike 4.0.

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN INOVASI MADU KELULUT DI KECAMATAN MANGGAR KABUPATEN BELITUNG TIMUR

Balita Nengsi^{1*}, Evahelda^{2*}, Rati Purwasih^{3*}

^{1,2,3} Universitas Bangka Belitung | Balunujuk, Merawang, Kabupaten
Bangka, Kepulauan Bangka Belitung 33172

Disetujui: 20 Juli 2022

Abstract

Honey kelulut is the result of honey from bees Trigona sp. Kelulut honey is easy to cultivate. This is because the kelulut honey bee does not have a sting (stingless bee) so it is safe to be cultivated around homes, plantations and the use of vacant land. One of the areas that has started to have a center for kelulut honey cultivation is East Belitung. Every consumer has a different pattern of consumption behavior. Therefore, as a producer, in order to be able to sell products that are marketed to buyers, it is necessary to approach consumers and their behavior. It is very important for producers to know the effect of product marketing mix, price, distribution, promotion on consumer purchasing decisions, especially in the competition for kelulut honey products. The aims of this study were: (1) to describe the marketing mix of kelulut honey in Manggar sub-district, East Belitung regency, (2) to analyze consumer purchasing decisions for kelulut honey in Manggar sub-district, East Belitung regency. sampling. The sample in the study was 100 respondents. The results showed that the characteristics of the respondents included age, gender, education level and occupation. The marketing mix in Manggar District, East Belitung Regency has been categorized as good. The decision-making process for buying kelulut honey goes through five stages, namely, need recognition, information search, alternative evaluation, purchasing action, and product consumption.

Keywords: Consumer, Influence, Kelulut Honey, Marketing Mix, Purchasing Decisions

Abstrak

Madu kelulut merupakan hasil madu dari lebah *Trigona sp.* Madu kelulut mudah untuk dibudidayakan. Hal ini dikarenakan lebah madu kelulut yang tidak memiliki sengat (*Stingless bee*) sehingga aman untuk dibudidayakan di sekitaran lingkungan rumah, perkebunan dan pemanfaatan lahan kosong. Salah satu daerah yang mulai memiliki sentra budidaya madu kelulut yaitu Belitung Timur. Setiap konsumen memiliki pola perilaku konsumsi yang berbeda-beda. Oleh sebab itu, sebagai produsen supaya dapat menjual produk yang dipasarkan sampai ke pembeli perlu melakukan pendekatan terhadap konsumen dan perilakunya. Sangat penting bagi produsen untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran produk, harga, distribusi, promosi terhadap keputusan pembelian konsumen terutama dalam persaingan produk madu kelulut. Tujuan penelitian ini adalah: (1) Mendeskripsikan bauran pemasaran madu kelulut di Kecamatan Manggar Kabupaten Belitung Timur, (2) Menganalisis pengambilan keputusan pembelian madu kelulut oleh konsumen di Kecamatan Manggar Kabupaten Belitung Timur, Penelitian dilakukan di Kecamatan Manggar Kabupaten Belitung Timur dengan menggunakan teknik

purposive sampling. Sampel pada penelitian sebanyak 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik responden meliputi usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan dan pekerjaan. Bauran pemasaran di Kecamatan Manggar Kabupaten Belitung Timur telah dikategorikan baik. Proses pengambilan keputusan pembelian madu kelulut melalui lima tahapan yaitu, pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, tindakan pembelian, dan pengkonsumsian produk.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian, Konsumen, Madu Kelulut, Pengaruh

I. PENDAHULUAN

Madu merupakan cairan alami bersifat kental mempunyai rasa manis dan berwarna kuning keemasan yang berasal dari lebah. Madu memiliki banyak manfaat salah satunya yaitu sebagai sumber energi bagi tubuh. Saat ini madu banyak digunakan sebagai bahan makanan atau minuman, obat-obatan serta sebagai bahan kosmetik. Madu sebagai bahan makanan mempunyai manfaat untuk daya tahan tubuh dan kesehatan serta dapat dijadikan sebagai bahan obat untuk menyembuhkan luka. Madu juga digunakan dalam dunia kecantikan sebagai bahan kosmetik.

Pengembangan usaha lebah madu perlu dilakukan untuk meningkatkan minat masyarakat dalam mengonsumsi madu. Meningkatnya minat masyarakat untuk mengonsumsi madu juga dapat memberikan motivasi bagi produsen dalam memproduksi madu. Saat ini telah banyak masyarakat yang tertarik untuk membudidayakan madu ternak. Salah satu usaha budidaya lebah madu yang dapat dikembangkan dan dibudidayakan adalah lebah madu kelulut. Madu kelulut merupakan hasil madu dari lebah *Trigona sp.* Madu kelulut memiliki kandungan protein yang tinggi dibandingkan dengan madu lainnya (Putra *et al.*, 2018). Selain itu menurut Evahelda *et al.*, (2021) karakteristik mutu kimia madu kelulut di atas nilai Standar Nasional Indonesia (SNI) 3545:2013, terutama pada parameter kadar air, kadar gula pereduksi dan keasaman, masing-masing sebesar 28,7%, 59,3 % dan 74,6 ml NaOH/Kg. Selain itu juga madu

kelulut mengandung vitamin C sebesar 24,1 mg/kg. Berdasarkan kandungan vitamin C dan kadar asam pada madu kelulut tersebut berdampak pada rasa madu kelulut yang spesifik yaitu manis cenderung asam.

Usaha budidaya madu kelulut saat ini belum terlalu berkembang. Perkembangan usaha madu kelulut dipengaruhi dari hasil produksi yang masih sedikit yaitu sampai 1-2 kg atau 2 liter per sarang. Ini berdampak pada harga madu kelulut yang mahal yaitu sekitar Rp 400.000 per liter (Ridoni *et al.*, 2020). adapun yang memengaruhi sedikitnya jumlah produksi yaitu disebabkan oleh jumlah tenaga kerja manusia, jumlah stup/kotak sarang madu, dan pengalaman peternak madu, artinya makin banyak jumlah tenaga manusia, jumlah stup dan pengalaman peternak maka akan semakin tinggi produktivitas usaha dalam menghasilkan madu. Madu kelulut mudah untuk dibudidayakan. Hal ini dikarenakan lebah madu kelulut yang tidak memiliki sengat (*Stingless bee*) sehingga aman untuk dibudidayakan di sekitaran lingkungan rumah, perkebunan dan pemanfaatan lahan kosong.

Salah satu daerah yang mulai memiliki beberapa sentra pembudidayaan lebah madu kelulut yaitu Daerah Kabupaten Belitung Timur. Namun usaha budidaya di Kabupaten Belitung Timur masih memiliki kendala pada pemasaran. Pemasaran biasanya dihadapkan dengan masalah produk, harga, distribusi dan promosi yaitu berapa dan bagaimana bauran tersebut ditetapkan, hal tersebut bertujuan agar yang diinginkan pasar dapat tercapai. Demi menjaga kesetiaan konsumen maka perlu menerapkan bauran pemasaran yang tepat untuk meningkatkan jumlah penjualan, memaksimalkan keuntungan, meningkatkan pangsa pasar serta meningkatkan pembangunan ekonomi masyarakat. Selain itu, masalah yang sering muncul adalah tentang keputusan pembelian konsumen.

Setiap konsumen memiliki pola perilaku konsumsi yang berbeda-beda. Oleh sebab itu, sebagai produsen supaya dapat menjual produk yang dipasarkan sampai ke pembeli perlu melakukan pendekatan terhadap konsumen dan perilakunya. Sangat penting bagi produsen untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran produk, harga, distribusi, promosi terhadap keputusan pembelian konsumen terutama dalam persaingan produk madu kelulut.

Berdasarkan uraian di atas, tujuan penelitian ini yaitu: (1) Mendeskripsikan bauran pemasaran madu kelulut di Kecamatan Manggar Kabupaten Belitung Timur, (2) Menganalisis pengambilan keputusan pembelian madu kelulut oleh konsumen di Kecamatan Manggar Kabupaten Belitung Timur.

II. METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Kecamatan Manggar Kabupaten Belitung Timur. Pemilihan lokasi dilakukan secara purposive dengan pertimbangan bahwa Kecamatan Manggar di Kabupaten Belitung Timur memiliki beberapa sentra usaha budidaya madu kelulut sehingga sampel yang diambil dapat mewakili konsumen yang ada di Kecamatan Manggar Kabupaten Belitung Timur. Penelitian dilakukan pada bulan Oktober 2021-Juni 2022.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode *survei*. Metode *survei* merupakan salah satu metode penelitian yang sumber data dan informasi berasal dari responden sebagai sampel penelitian. Menurut Sugiyono (2017), metode *survei* adalah metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

Metode Penarikan Contoh

Metode penarikan contoh dilakukan dengan menggunakan metode *nonprobability sampling* dimana populasi yang dipilih sebagai sampel tidak memiliki kesempatan yang sama, misalnya karena ketersediaan (contoh: orang yang sukarela menjadi responden) atau karena dipilih oleh peneliti secara subjektif.

Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah produsen yaitu ketua dan anggota kelompok peternak yang memiliki usaha budidaya madu kelulut serta konsumen yang membeli madu kelulut di lokasi tersebut untuk selanjutnya digunakan sebagai responden untuk memperoleh data yang akan dianalisis. Pemilihan responden diambil secara *accidental sampling* yaitu metode pengambilan

data yang dilakukan secara kebetulan. Adapun karakteristik responden dalam penelitian ini diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan dan pendidikan terakhir responden. Responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang.

Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari responden secara langsung dengan cara wawancara dan menyebarkan kuisioner kepada produsen yang merupakan ketua sekaligus anggota kelompok peternak madu kelulut dan konsumen yang membeli produk madu kelulut. Data sekunder diambil dari berbagai instansi seperti badan pusat statistik serta literatur terkait dalam penelitian yaitu jurnal, skripsi dan buku referensi.

Metode Pengolahan dan Analisis Data

Data yang diperoleh diolah dan dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif untuk menjelaskan bauran pemasaran dan analisis kuantitatif dengan *skala likert* untuk menentukan keputusan pembelian.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kecamatan Manggar merupakan salah satu kecamatan yang ada di Kabupaten Belitung Timur. Luas wilayah daratan Kecamatan Manggar sebesar 229 km² atau 22.900 ha. Kecamatan Manggar terdiri dari sembilan desa yaitu Desa Kelubi, Desa Padang, Desa Lalang, Desa Lalang Jaya, Desa Kurnia Jaya, Desa Baru, Desa Bentaian, Desa Mekar Jaya, Desa Buku Limau.

A. Karakteristik Responden

Karakteristik responden di Kecamatan Manggar, Kabupaten Belitung Timur dilihat berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir dan pekerjaan. Karakteristik responden di Kecamatan Manggar Kabupaten Belitung Timur dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Uraian	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Usia	22-30	14	14
	31-39	37	37
	40-48	26	26
	49-57	17	17
	58-66	6	6
Jenis Kelamin	Laki-laki	41	41
	Perempuan	59	59

Karakteristik	Uraian	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Tingkat Pendidikan	Tidak Sekolah	1	1
	SD	19	19
	SMP	18	18
	SLTA/SMA/SMK	39	39
	Sarjana	23	23
Pekerjaan	Buruh	21	21
	Honorier	4	4
	Ibu Rumah Tangga	28	28
	Karyawan Swasta	7	7
	Nelayan	3	3
	Pedagog	1	1
	Pengusaha	3	3
	Pensiunan PNS	1	1
	Perawat	1	1
	PNS	20	20
	Wiraswasta	11	11

Sumber: Olahan Data Primer, 2022

Usia responden dikategorikan ke dalam lima kelompok yaitu 22-30 tahun, 31-39 tahun, 40-48 tahun, 49-57 tahun dan 58-66 tahun. Kelompok dengan frekuensi tertinggi adalah pada kelompok 31-39 tahun sebanyak 37 orang dengan persentase sebesar 37 persen. Usia tersebut tergolong kedalam usia produktif atau usia kerja, sehingga pemilihan madu kelulut digunakan untuk menjaga tubuh agar tetap sehat.

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan sebanyak 59 orang berjenis kelamin perempuan dan sebanyak 41 orang berjenis kelamin laki-laki. Hasil menunjukkan bahwa responden perempuan lebih banyak dibandingkan responden laki-laki, hal tersebut dikarenakan perempuan lebih sering berbelanja untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari serta memiliki informasi tentang produk yang mereka beli.

Tingkat pendidikan responden terbagi menjadi lima tingkatan yaitu tidak sekolah, SD, SMP, SMA sederajat dan Sarjana. Pendidikan terakhir dengan persentase tertinggi adalah SMA sederajat sebesar 39 persen. Tingkat pendidikan tertakhir yang paling sedikit yaitu responden yang tidak sekolah sebanyak 1 orang atau 1 persen. Tingkat pendidikan responden berpengaruh terhadap keputusan pembelian disebabkan karena pengetahuan dan pengalaman yang diperoleh. Responden dengan tingkat pendidikan yang tinggi akan lebih berhati-hati dalam memilih produk madu yang akan dibeli.

Pekerjaan responden dengan persentase tertinggi adalah sebagai ibu rumah tangga yaitu sebesar 28 orang atau 28 persen. Selanjutnya pekerjaan sebagai buruh sebesar 21 orang atau

21 persen dan pekerjaan PNS sebanyak 20 orang atau 20 persen. Hal tersebut dikarenakan ibu rumah tangga lebih sering berbelanja terhadap kebutuhan keluarga. Pekerjaan sebagai buruh merupakan pekerjaan yang cukup melelahkan sehingga memerlukan asupan gizi untuk tubuh. Dalam hal ini madu kelulut dapat menambah stamina sehingga cocok untuk pekerja buruh. Madu kelulut juga banyak digemari oleh Pegawai Negeri Sipil (PNS) yang mempunyai jam kerja yang padat dan memerlukan stamina yang cukup. Hal tersebut menunjukkan bahwa madu kelulut diminati oleh konsumen yang memiliki aktivitas padat serta usianya tergolong dalam usia kerja.

B. Bauran Pemasaran Madu Kelulut di Kecamatan Manggar Kabupaten Belitung Timur

Bauran pemasaran merupakan segala sesuatu yang dilakukan oleh produsen untuk mempengaruhi permintaan terhadap produknya. Pengaruh tersebut di kombinasikan kedalam beberapa variabel bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, distribusi dan promosi.

1. Produk

Produk adalah hasil dari proses produksi yang dilakukan oleh produsen dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Berdasarkan hasil observasi lapangan produk madu kelulut yang dijual di Kecamatan Manggar memperhatikan selera dan kebutuhan konsumen, yaitu konsumen membutuhkan produk dikarenakan alasan kesehatan. Menurut beberapa konsumen produk madu kelulut memiliki kualitas yang baik dan sehat untuk dikonsumsi sehari-hari. Tidak hanya kualitas namun kemasan produk pun memiliki beragam ukuran. Kualitas produk yang baik dapat mempengaruhi pembelian oleh konsumen. Hal tersebut selaras dengan penelitian Effendy (2019) menyatakan bahwa semakin baik kualitas produk yang diberikan maka konsumen akan semakin berminat melakukan pembelian, untuk itu sudah keharusan bagi produsen madu kelulut di Kecamatan Manggar memberikan kualitas produk terbaik. Demi menjaga kualitas produk, biasanya pemanenan dilakukan oleh anggota dari tim komunitas madu kelulut

di Belitung Timur sehingga keaslian produk dan kualitas tetap terjaga.

2. Harga

Harga menentukan keberhasilan suatu produsen untuk mencapai keuntungan yang akan diperoleh dari penjualan produk. Penempatan harga dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi tujuan produsen yaitu berapa banyak biaya yang dikeluarkan selama proses produksi. Faktor eksternal meliputi persaingan pasar dan lingkungan lainnya. Tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi kuantitas yang terjual. Harga madu kelulut terbilang lebih mahal dibandingkan dengan madu jenis lainnya. Harga yang ditetapkan oleh beberapa produsen di Kecamatan Manggar telah menempatkan harga yang terjangkau dan mempunyai variasi harga pada setiap produk, mulai dari harga Rp 75.000 untuk ukuran 250 ml hingga Rp 150.000 untuk ukuran 460 ml. Penawaran harga tersebut diperuntukan agar konsumen dapat membeli produk sesuai dengan kemampuan dan daya beli konsumen.

3. Distribusi

Distribusi berkaitan dengan kemudahan memperoleh produk di pasaran dan tersedia saat konsumen mencarinya. Produsen di Kecamatan Manggar memasarkan produknya dengan menjual langsung kepada konsumen yang datang membeli atau dijual kepada pengepul seperti komunitas kelompok peternak madu. Dalam memasarkan produk biasanya produsen madu kelulut di Kecamatan Manggar memilih menjual kepada pengepul, demi memperluas jaringan pemasaran beberapa produsen juga memasarkan produknya melalui media sosial. Tidak hanya di Kecamatan Manggar produsen madu kelulut juga tersebar di luar Kecamatan Manggar salah satunya yaitu Kecamatan Damar. Hasil penelitian diperoleh bahwa konsumen madu kelulut tidak hanya berada di Pulau Belitung saja namun telah sampai ke luar Pulau Belitung salah satunya di Jakarta.

4. Promosi

Promosi ditujukan oleh produsen untuk mengenalkan produknya kepada konsumen. Promosi yang dilakukan oleh

beberapa produsen di Kecamatan Manggar yaitu dengan mengikuti bazar yang diadakan dari pemerintah atau saat adanya perayaan serta mempromosikan dengan media sosial melalui *Facebook*, *Instagram* dan *Whatsapp*. Selain itu, promosi dilakukan dengan memberikan bonus kepada konsumen seperti membeli madu kelulut dengan jumlah banyak akan mendapatkan satu bungkus kopi gratis. Promosi tidak hanya tentang produk madu kelulut saja namun juga bagaimana cara pemanenan terhadap madu tersebut serta membiarkan konsumen mencicipi madu langsung dari sarangnya. Namun, saat ini promosi yang dilakukan masih kurang dan tidak adanya unggahan terbaru. Promosi yang dilakukan ditujukan untuk memperkenalkan produk madu kelulut supaya lebih luas jangkauannya dan dapat diketahui oleh konsumen dari berbagai daerah.

C. Pengambilan Keputusan Pembelian Madu Kelulut Oleh Konsumen di Kecamatan Manggar Kabupaten Belitung Timur

1. Pengenalan Kebutuhan

Pengenalan kebutuhan merupakan tahap awal konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian produk madu kelulut di Kecamatan Manggar. Menurut Purboyo *et al.*, (2021) mengatakan bahwa pengenalan keputusan merupakan tahapan konsumen menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang diinginkan. Konsumen yang melakukan pembelian produk madu kelulut didasari dengan tujuan konsumen membeli produk berupa kualitas produk yang menjanjikan, harga yang sesuai, promosi yang menarik dan lokasi penjualan yang memungkinkan untuk produk tersampaikan ke konsumen. Hal tersebut dapat menjadi alasan konsumen dalam mengenali kebutuhan untuk membeli madu kelulut. Tahap pengenalan kebutuhan dalam proses pengambilan keputusan pembelian madu kelulut dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Pembelian Produk Karena Adanya Kebutuhan

Nilai	Tanggapan Responden	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
5	Sangat Setuju	10	10
4	Setuju	51	51
3	Cukup Setuju	34	34

Nilai	Tanggapan Responden	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
2	Tidak Setuju	5	5
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		100	100

Sumber: Olahan Data Primer, 2022

Berdasarkan Tabel 2 menunjukan bahwa sebesar 51 persen konsumen setuju untuk membeli produk madu kelulut karena adanya kebutuhan. Adapun alasan konsumen membeli produk madu kelulut dikarenakan pola hidup sehat. Hal ini dikarenakan responden merasakan khasiat setelah mengonsumsi produk madu kelulut. Ooi *et al.*, (2021) menyebutkan bahwa madu kelulut kaya akan kandungan fenolik dan memiliki antioksidan kuat, antiinflamasi dan sifat pelindung gen. Hal tersebut menunjukkan bahwa madu kelulut berguna dalam pencegahan dan pengobatan banyak penyakit yang disebabkan oleh stres oksidatif dan peradangan. Selain itu, menurut Krishnasree & Mary Ukkuru (2017) menyebutkan bahwa madu kelulut juga mempunyai manfaat antidiabetes yang baik serta dapat menangkalkan kenaikan gula darah.

2. Pencarian Informasi

Setelah konsumen mengenali kebutuhan, maka tahap selanjutnya yaitu mencari informasi. Dengan mengetahui informasi maka konsumen dapat mengambil keputusan pembelian suatu produk. Kegiatan pencarian informasi yang dilakukan oleh konsumen untuk mencapai keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Sumber Informasi Pembelian Produk Madu Kelulut

Nilai	Tanggapan Responden	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
5	Sangat Setuju	8	8
4	Setuju	74	74
3	Cukup Setuju	17	17
2	Tidak Setuju	1	1
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		100	100

Sumber: Olahan Data Primer, 2022

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui sebagian besar responden setuju bahwa sebelum melakukan pembelian mereka terlebih dahulu mencari informasi tentang produk. Mayoritas responden mendapatkan informasi mengenai produk madu kelulut berasal dari pengalaman

pribadi sendiri. Pengalaman pribadi yang dirasakan konsumen dapat dilihat secara langsung oleh konsumen dan bagaimana bentuk fisik serta kegunaan produk tersebut. Selain itu, pengalaman pribadi yang dimaksud adalah dari pengalaman mengonsumsi madu kelulut. Berdasarkan pengalaman tersebut konsumen tertarik untuk membeli produk madu kelulut. Informasi yang diperoleh juga berasal dari teman, keluarga responden serta media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *Whatsapp*. Informasi yang dicari berupa lokasi penjualan, harga dan ketersediaan produk. Menurut penelitian Nisa *et al.*, (2020) mengatakan bahwa informasi yang diperoleh dari teman adalah mengenai produk yang akan dibeli. Faktor yang menjadi penyebab hal tersebut adalah pengalaman dari teman yang lebih paham terhadap produk yang akan dibeli serta apakah produk dibeli akan sesuai dengan kebutuhan.

3. Evaluasi Alternatif

Konsumen mengevaluasi pilihan sesuai dengan kebutuhan yang diharapkan. Pertimbangan yang diambil oleh konsumen dalam mengambil keputusan adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Pertimbangan dalam Membeli Produk Madu Kelulut

Nilai	Tanggapan Responden	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
5	Sangat Setuju	10	10
4	Setuju	75	75
3	Cukup Setuju	15	15
2	Tidak Setuju	0	0
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		100	100

Sumber: Olahan Data Primer, 2022

Berdasarkan Tabel 4, dapat dilihat bahwa sebanyak 75 persen responden setuju sebelum membeli produk mereka terlebih dahulu mempertimbangkan pembelian. Pertimbangan utama konsumen membeli produk madu kelulut adalah karena manfaat dari madu kelulut tersebut. Konsumen beranggapan bahwa madu kelulut dapat menambah stamina tubuh. Selaras dengan penelitian Hakim *et al.*, (2021) yang mengatakan bahwa madu kelulut memiliki kandungan vitamin C, fosfor, kalsium, protein, karbohidrat, vitamin B6, magnesium, zinc, dan zat besi yang tinggi. Konsumen juga mengevaluasi

produk dari segi harga dimana harga madu kelulut yang terbilang cukup mahal sehingga membuat konsumen sering beralih ke madu manis.

4. Tindakan Pembelian

Tindakan pembelian merupakan tahap dimana konsumen telah memutuskan untuk membeli produk. Pembelian dilakukan pada saat konsumen telah memilih alternatif yang dinilai dapat memenuhi kebutuhan dan manfaat yang diharapkan. Pengambilan keputusan pembelian konsumen dapat berasal dari kemauan diri sendiri atau dari pengaruh dari orang lain. Karakteristik responden berdasarkan keputusan pembelian produk madu kelulut di Kecamatan Manggar dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Keputusan Pembelian Produk Madu Kelulut

Nilai	Tanggapan Responden	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
5	Sangat Setuju	3	3
4	Setuju	63	63
3	Cukup Setuju	32	32
2	Tidak Setuju	2	2
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		100	100

Sumber: Olahan Data Primer, 2022

Berdasarkan Tabel 5, dapat dilihat bahwa sebesar 63 persen responden merasa yakin dan telah merencanakan membeli produk madu kelulut. Sesuai dengan penelitian Poluan & Samadi (2017), yang menyatakan bahwa terdapat perbedaan antara setiap konsumen dalam memutuskan pembelian. Keputusan pembelian dapat berbeda antara konsumen yang merencanakan pembelian dan tidak merencanakan. Hal ini didasari karena terdapat perbedaan antara setiap probadi konsumen yang dipengaruhi berbagai faktor dari internal maupun eksternal. Responden dalam pembelian produk madu kelulut berbeda-beda. Hal tersebut tergantung dengan keinginan dari masing-masing konsumen. Adapun frekuensi pembelian responden terhadap produk madu kelulut sebagian besar membeli produk sebanyak 1-2 botol dengan frekuensi pembelian 2 sampai 3 kali perbulan.

5. Pengonsumsian Produk

Tahap akhir dalam pengambilan keputusan pembelian adalah pengonsumsian suatu produk. Pada tahap ini bertujuan untuk mengetahui frekuensi konsumsi, jumlah konsumsi dan tujuan konsumen mengonsumsi produk madu kelulut. Adapun frekuensi konsumsi konsumen yaitu sebanyak satu sendok setiap harinya. Tujuan konsumen dalam mengonsumsi madu kelulut yaitu untuk kesehatan karena konsumen merasa madu kelulut dapat menambah stamina tubuh. Selaras dalam penelitian Widowati *et al.*, (2020) yang mengatakan bahwa madu yang di konsumsi setiap hari dapat meningkatkan kadar hemoglobin dalam tubuh. Pengonsumsian produk yang berulang juga untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap alternatif yang dipilih. Karakteristik responden berdasarkan tingkat kepuasan konsumen dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Tingkat Kepuasan Konsumen

Nilai	Tanggapan Responden	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
5	Sangat Puas	8	8
4	Puas	77	77
3	Cukup Puas	14	14
2	Tidak Puas	1	1
1	Sangat Tidak Puas	0	0
Total		100	100

Sumber: Olahan Data Primer, 2022

Berdasarkan Tabel 6, dilihat bahwa sebanyak 8 persen responden merasa sangat puas dengan produk madu kelulut yang dibeli. Sebanyak 77 persen merasa puas dan 14 persen merasa cukup puas. Hal ini dikarenakan konsumen merasa puas dengan manfaat yang diterima setelah mengonsumsi madu kelulut. Hal tersebut menunjukkan bahwa hampir semua responden bersedia untuk melakukan pembelian ulang. Konsumen merasa puas dan termotivasi untuk melakukan pembelian ulang karena produk madu kelulut yang memenuhi harapan konsumen. Menurut penelitian Ghassani & Suyono (2021), menyatakan bahwa penilaian yang membangun tingkat kepuasan konsumen adalah dari respon konsumen terhadap harga yang sesuai, kemasan dan kualitas produk yang bersih. Selain melakukan pembelian ulang,

responden juga akan memberikan rekomendasi kepada orang lain.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran madu kelulut di Kecamatan Manggar Kabupaten Belitung Timur telah dikategorikan baik. Dari segi produk sudah terdapat berbagai ukuran kemasan. Harga yang ditawarkan sudah terjangkau sesuai dengan khasiat yang diperoleh serta terdapat variasi harga sehingga sesuai dengan kemampuan konsumen. Kemudahan konsumen dalam menjangkau lokasi dan seiring dengan perkembangan teknologi produsen juga menerapkan promosi melalui media sosial.

Proses pengambilan keputusan untuk membeli produk madu kelulut di Kecamatan Manggar ada lima tahapan. Pada tahap pengenalan kebutuhan konsumen membeli produk berdasarkan pola hidup sehat dan rasa akan madu kelulut yang khas. Pada tahap pencarian informasi konsumen mendapatkan dari pengalaman pribadi dan dari teman untuk mengetahui lokasi penjualan. Tahapan evaluasi alternatif konsumen mempertimbangkan membeli produk karena manfaat dari madu kelulut. Tahapan tindakan pembelian konsumen telah merencanakan terlebih dahulu dengan melakukan pembelian 1-2 botol dengan frekuensi pembelian 2 sampai 3 kali perbulan dan untuk tahapan pengonsumsi produk konsumen merasa puas serta akan melakukan pembelian kembali.

Saran

Bagi produsen madu kelulut agar dapat menjaga kualitas dari produk, memperhatikan merk produk, harga yang stabil dan sesuai dengan kemampuan konsumen. Meningkatkan penyebarluasan informasi promosi baik dari media cetak maupun media elektronik.

Produsen harus mengetahui kebutuhan konsumen seperti ukuran dan harga yang diinginkan, serta informasi yang diberikan harus jelas sehingga konsumen merasa yakin dalam melakukan pembelian produk madu kelulut, serta menjaga jaminan kepuasan konsumen sebagai upaya meningkatkan frekuensi pembelian madu kelulut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada staf kantor Kecamatan Manggar yang telah memberikan informasi mengenai Kecamatan Manggar, ketua kelompok Madu Teran Belitung yang telah memberikan informasi mengenai usaha budidaya madu kelulut di Belitung Timur, serta masyarakat Kecamatan Manggar yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian. Terimakasih juga disampaikan kepada dosen pembimbing yang telah membimbing selama penyusunan jurnal.

V. DAFTAR PUSTAKA

- Effendy, A. A. (2019). Analisis Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Azka Toys Pamulang Tangerang Selatan. 1(1), 79-95.
- Evahelda, Setiawan, I., Aini, S. N., & Afriani, Z. L. (2021). Chemical characteristics of kelulut honey (*Trigona* sp.) in Bangka Tengah District, Indonesia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 694(1).
- Ghassani, N., & Suyono, S. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kacang Edamame Oleh Konsumen Rumah Tangga Pada Pasar Swalayan. *Forum Agribisnis*, 11(2), 167-181.
- Hakim, S. S., Wahyuningtyas, R. S., & Rahmanto, B. (2021). Sifat Fisikokimia dan Kandungan Mikronutrien Pada Madu Kelulut (*Heterotrigona itama*) Dengan Warna Berbeda. *Jurnal Penelitian Hasil Hutan*, 39(1), 1-12.
- Krishnasree, V., & Mary Ukkuru, P. (2017). In vitro antidiabetic activity and glycemic index of bee honeys. *Indian Journal of Traditional Knowledge*, 16(1), 134-140.
- Nisa, F. K., Viratama, A. B., & Hidayanti, N. (2020). Analisis Pencarian Informasi Remaja Generasi z dalam Proses Pengambilan Keputusan Belanja Online (Analisis pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Tidar). *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 4(2), 146.
- Ooi, T. C., Yaacob, M., Rajab, N. F., Shahar, S., & Sharif, R. (2021). The stingless bee honey protects against hydrogen peroxide-induced oxidative damage and lipopolysaccharide-induced inflammation

- in vitro. *Saudi Journal of Biological Sciences*, 28(5), 2987–2994.
- Poluan, J. G., & Samadi, R. L. (2017). Analisis Faktor Perbedaan Keputusan Membeli Pakaian Di Freshmart Bahu Manado. *Jurnal EMBA*, 5(3), 3804–3814.
- Purboyo, Hastutik, S., Kusuma, G. P. E., Sudirman, A., Sangadji, S., Wardhana, A., Kartika, R. D., Erwin, Hilal, N., Syamsuri, Siahainenia, S., & Marlina, N. (2021). Perilaku Konsumen (Tinjauan Konseptual dan Praktis). *Media Sains Indonesia*.
- Putra, H. S., Astuti, W., & Kartika, R. (2018). Aktivitas Amilase, Protase dan Lipase Dari Madu Lebah Trigona sp, Apis, Apis mellifera dan Apis dorsata. *Jurnal Kimia Mulawarman*, 16(November), 27–31.
- Ridoni, R., Radam, R., & Fatriani. (2020). Analysis of the Quality of Honey Kelulut (Trigona sp) from the VillageMangkauk , Banjar Regency Wide. *Jurnal Sylva Scientiae*, 03(2), 346–355.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Alfabeta.
- Widowati, R., Rukmaini, & Rahayu, Nu. (2020). Perbandingan Konsumsi Tablet FE Dengan Tablet FE dan Madu Terhadap Kadar Haemoglobin Siswi Madrasah Tsanawiyah. *Pancasakti Science Education*, 7(1), 1–8.