BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Rumah Madu Az-Zahra merupakan salah satu UMKM yang saat ini menjadi sorotan masyarakat khususnya masyarakat Padahayu Kecamatan Panimbang, kenapa demikian ? karena UMKM Rumah Madu Az-Zahra ini baru saja beroprasi pada bulan Februari lalu, akan tetapi sudah banyak diminati oleh masyarakat setempat bahkan sampai ke luar daerah, manfaat yang dimiliki madu memang sudah terbukti menjanjikan. Menjual madu hutan murni guna meningkatkan keuntungan dimasa pandemi.[1]

Rumah Madu Az-Zahra mengawali usahanya menjual madu di masa pandemi pada bulan Februari 2021, ternyata penjualannya mendapat respond positif dari masyarakat, bahkan setiap bulannya mengalami pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan laba. Diambil dari *Apis mellifera* yang merupakan salah satu dari spesies lebah madu yang memiliki sifat unggul

[1]Ziya Ulhaq, "Pemilik Rumah Madu Az-Zahra Kecamatan Panimbang Kab. Pandeglang", *Wawancara*, Panimbang, tanggal 10 Juni 2021, Pukul 09.05 WIB

dengan produksi madu dan daya adaptasinya yang cukup tinggi, lebah unggul ini memiliki sifat yang memungkinkan untuk diternakkan ke arah pengembangan yang bernilai komersil. Produk lebah madu tidak hanya terbatas pada madu saja, tetapi lebah madu memiliki banyak sekali manfaat, baik manfaat secara langsung maupun tidak langsung. Dan madu juga bisa dikonsumsi oleh anak-anak, orang dewasa hingga lanjut usia. Beberapa hasil produk langsung dari lebah madu *Apis Mellifera* yang bernilai komersil yaitu madu, masker bee pollen, royal jelly, dan promil bahkan sampai launching di bulan April 2021 sebuah produk sabun madu az-zahra yang diperoleh dari madu yang sama yaitu lebah *Apis Mellifera*.[2] Dan salah satunya ada beberapa produk tersebut merupakan produk yang diperjual belikan oleh Rumah Madu Az-Zahra guna untuk meningkatkan pertumbuhan laba.

[2]Budiaman dan Arief Rahman, "Uji Efektivitas Empat Variasi Trap Terhadap Produksi Propolis Lebah Madu *Apis millefera*," *Jurnal Perennial*, Vol. 2, No. 2, (Juni 2017), Jurusan Kehutanan Universitas Hasanuddin Kampus Tamalanrea Makassar, h. 11.

TABEL 1.1.

Daftar Barang Dan Harga Rumah Madu Az-Zahra:

NO	NAMA BARANG	UKURAN	HARGA BELI SATUAN DARI PERUSAHAAN	HARGA JUAL SATUAN RUMAH MADU AZ-ZAHRA
1.	Madu Botol Besar	460ml	Rp. 150.000	Rp. 200.000
2.	Madu Botol Sedang	275ml	Rp. 100.000	Rp. 150.000
3.	Madu Botol Kecil	140ml	Rp. 70.000	Rp. 100.000
4.	Masker Madu Bee Pollen	250g	Rp. 140.000	Rp. 200.000
5.	Madu Promil	360g	Rp. 170.000	Rp. 250.000
6.	Madu Royal Jelly	350g	Rp. 200.000	Rp. 300.000
7.	Sabun Madu	100gr	Rp. 20.000	Rp. 50.000

Tabel diatas merupakan daaftar barang dan harga satuan penjualan yang dijual oleh Rumah Madu Az-Zahra kepada konsumen. Ada 7 produk yang dijual Rumah Madu Az-Zahra dalam meningkatkan pendapatan atau keuntungan di masa pandemi diantaranya seperti tabel yang telah ditampilkan diatas.

Penjualan adalah pengalihan atau pemindahan hak kepemilikan atas barang atau jasa dari satu pihak ke pihak lain disertai dengan penyerahan imbalan dari pihak penerima barang atau jasa sebagai

timbal balik atas penyerahan tersebut. Madu merupakan salah satu produk pertanian yang memiliki manfaat dan nilai ekonomi yang tinggi. Sebagian produksi madu yaitu sekitar 75% masih bergantung pada hasil hutan. Sebagian masyarakat sudah melakukan usaha atau bisnis lebah madu untuk meningkatkan laba dimasa pandemi ini. Namun, minat masyarakat terkadang masih sangat rendah karena kurangnya pengetahuan dan anggapan bahwa usaha tersebut tidak menguntungkan.[3]

Dimasa pandemi covid-19 saat ini usaha madu hutan murni ternyata mampu meningkatkan pertumbuhan laba khususnya pada rumah madu az-zahra. Kualitas yang baik tidak hanya menjadi tujuan industri berskala besar melainkan juga industri berskala mikro, kecil maupun menengah. Tingkat kepuasan pelanggan dapat diukur dari keistimewaan atau keunggulan atas suatu produk.

Dunia usaha tentu tidak lepas dari persaingan. Para pelaku usaha selain meningkatkan kualitas produknya juga harus kreatif dan inovatif dalam mengembangkan produknya dengan melakukan diversifikasi produk untuk mendongkrak omzet penjualannya. Dalam

---

[3]Ilma Satriana Dewi, "Analisis Kelayakan Finansial Budidaya Lebah Madu Di Desa Kuapan Kecamaan Tambang Kabupaten Kampak (Kasus Usaha Madu " Mekar Sari)", *Jurnal Agribisnis*, Vol. 20, No. 1, (Juni 2018) Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau Pekanbaru Riau, h. 35.

hal ini Rumah Madu Az-Zahra menggunakan beberapa strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan madunya dimasa pandemi ini. Penjualan madu tersebut tidak selalu berjalan dengan mulus, terkadang ada pasang surut dalam proses penjualannya sehingga menyebabkan laba rugi di setiap bulannya. Namun dalam hal ini Rumah Madu Az-Zahra selalu melakukan strategi pemasaran yang dimana mampu meningkatkan Pertumbuhan penjualan madu murni agar penjualan tersebut tetap stabil dan semakin meningkat bahkan sampai mendongkrak omzet yang lebih dalam penjualannya.

Penjualan merupakan aktivitas utama yang dilakukan oleh hampir semua badan usaha, karena hasil dari penjualan tersebut merupakan bagian dari kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri. Oleh karena itu semua perusahaan harus pandai dalam menjalankan kegiatan penjualan produknya dan juga yang perlu diperhatikan adalah sasaran penjualan tersebut.[4]

Penjualan yang terus menurun selama pandemi menyebabkan semua pelaku usaha harus memikirkan strategi untuk tetap mempertahankan usahanya. Rumah Madu Az-Zahra yang menjual

---

[4]Cornelia Dunarya Manik, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Tingkat Penjualan", Kreatif: *Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, Vol. 3, No. 1, (Oktober 2015) Universitas Pamulang, h. 45.

madu hutan murni kiranya harus berusaha mempertahankan strategi penjualannya menggunakan marketing mix atau bisa disebut juga bauran pemasaran yaitu 4p (*product*, *price*, *place*, *promotion*). [5]

Berdasarkan data transaksi yang diperoleh dari Rumah Madu Az-Zahra pada bulan Februari – September 2021, Ada satu faktor yang menyebabkan turunnya pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan laba pada bulan Juni dan September di masa pandemi ini. Yaitu, Promosi: Mulai melemahnya promosi di media sosial yang menjadi strategi utama penjualan madu hutan murni yang dilakukan oleh Rumah Madu Az-Zahra dalam menarik perhatian konsumen atau (pembeli) untuk memperoleh suatu laba.

Dengan demikian, dari permasalahan-permasalahan tersebut akhirnya penulis tertarik untuk meneliti permasalahan ini dengan mengambil judul penelitian, yaitu, **“ PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP PERTUMBUHAN LABA RUMAH MADU AZ-ZAHRA PANIMBANG PANDEGLANG”.**

---

[5]Aprilia Puspasari, Popon Rabia Adawia, “Strategi Penjualan Sepatu Dengan Metode Analisis Swot Di Era *Pandemic Covid-19”*, *Http://Journal.Feb. Unmul.Ac. Id/Index.Php/Akuntable*, universitas bina sarana informatika, h. 271.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah diatas dapat disimpulkan bahwa identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap pertumbuhan laba Rumah Madu Az-Zahra Panimbang Pandeglang.
2. Strategi pemasaran bagi pelaku usaha khususnya Rumah Madu Az-Zahra.

C. Batasan Masalah

Pembatasan ruang lingkup penelitian difokuskan pada pertumbuhan penjualan terhadap pertumbuhan laba yang diperoleh berdasarkan data dari transaksi penjualan Rumah Madu Az-Zahra.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka dapat ditarik rumusan masalah, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap pertumbuhan laba Rumah Madu Az-Zahra Panimbang Pandeglang ?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis/menelaah seberapa besar pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap pertumbuhan laba Rumah Madu Az-Zahra Panimbang Pandeglang.

F. Manfaat/Signifikansi Masalah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk:

1. Bagi bapak Ziya Ulhaq, S.M. selaku pemilik usaha Rumah Madu Az-Zahra, hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadikan acuan dalam memajukan usaha/bisnisnya dengan mengetahui peluang dan hambatan untuk kedepannya.
2. Bagi mahasiswa, penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi untuk peneliti sejenis, dan mampu memberikan manfaat untuk pembaca, sehingga dapat memudahkan pembaca dalam mengerjakan penelitian.

G. Kerangka Penelitian

Kerangka berpikir merupakan tentang hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan tersebut, selanjutnya dianalisis secara kritis dan sistematis, sehingga menghasilkan sintesa tentang hubungan variabel tersebut, selanjutnya digunakan untuk merumuskan hipotesis.[6] Kerangka berpikir dalam penelitian ini sebagai berikut:

Variabel independen (x) variabel dependen (y)

Pertumbuhan Penjualan → Pertumbuhan Laba

Varibel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang atau objek yang dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Berdasarkan telaah pustaka dan perumusan hipotesis, maka variabel-variabel dalam penelitian ini adalah:

1) Variabel bebas (independen)

   Variabel bebas atau independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab timbulnya atau

[6]Dwi Wininggar, "Pengaruh Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengguna Honda Beat Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Iain Metro Angkatan 2015 " , (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, 2019), h. 12.

berubahnya variabel dependen (variabel terkait). [7] Dalam penelitian ini yang merupakan variabel bebas adalah pertumbuhan penjualan (x), variabel ini diukur dengan skala rasio.

2) Variabel terikat (dependen)

Variabel terikat atau dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang akibat, karena adanya variabel bebas.[8] Dalam penelitian ini uang yang menjadi variabel terikat (y)

adalah pertumbuhan laba rumah madu az-zahra.

H. Hipotesis

Berdasarkan uraian latar belakang dan landasan teori maka hipotesis penelitiannya adalah:

H_0 : Diduga tidak ada pengaruh pertumbuhan penjualan madu hutan murni terhadap pertumbuhan laba Rumah Madu Az-Zahra Panimbang Pandeglang.

H_1 : Diduga bahwa ada pengaruh pertumbuhan penjualan madu hutan murni terhadap pertumbuhan laba Rumah Madu Az-Zahra Panimbang Pandeglang.

---

[7]Adi kuswanto, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah", *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Vol 14 No. 2 (Agustus 2009) Ilmu Ekonomi Universitas, h. 128.

[8]Adi kuswanto, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah",...h. 128.

I. Metode Penelitian

Dalam rangka mengumpulkan, menyusun dan mengelola data dalam tulisan ini, penulis menggunakan metode sebagai berikut:

1. Lokasi Penelitian

   Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field Research) dengan mengambil lokasi di Rumah Madu Az-Zahra Padahayu Kecamatan Panimbang.

2. Waktu Penelitian

   Waktu penelitian ini dilakukan pada tanggal 10 bulan Juni 2021 sampai dengan selesai.

1. Subjek dan Objek Penelitian

   Subjek penelitian ini adalah pedagang madu hutan murni yang terdapat di Padahayu Kecamatan Panimbang, sedangkan objeknya pengaruh pertumbuhan penjualan madu hutan murni terhadap pertumbuhan laba Rumah Madu Az-Zahra Panimbang Pandeglang.

2. Populasi dan Sampel

   Populasi dalam penelitian ini adalah data penjualan pada bulan februari – September 2021. Sampel dalam

penelitian ini yaitu data time series penjualan per-minggu. Dimana semua anggota populasi dijadikan sampel. Sampel jenuh dikenal pula dengan total sampel.[9]

3. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif yang bersifat deskriptif dengan studi kasus Rumah Madu Az-Zahra Padahayu Kecamatan Panimbang. Penelitian ini menggunakan pengumpulan data sumber sekunder. Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data. Data sekunder diperoleh dari dokumentasi pemilik Rumah Madu Az-Zahra.

4. Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian adalah menggambarkan cara mengumpulkan data yang diperlukan sebagai bahan untuk menyusun tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Kegiatan ini dilakukan untuk mengumpulkan data dengan cara pengamatan langsung ke lapangan.

b. Wawancara

Menurut Nazir (1998) adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara si penanya atau

[9]Febri Endra, *Pengantar Metodologi Penelitian (Statistik Praktis),* (Sidoarjo : Zifatama Jawara, 2017), h. 117.

pewawancara dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan interview guid (panduan wawancara).[10]

c. Studi Kepustakaan

Studi pustaka berkaitan dengan kajian teoritis dan beberapa referensi yang tidak akan lepas dari literatur-literatur ilmiah (Sugiyono, 2012).[11]

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Statistik yang digunakan untuk analisis dalam penelitian ini, yaitu statistik deskriptif.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dibantu oleh komputerisasi melalui software SPSS merupakan perangkat lunak (Software) yang banyak digunakan untuk kepentingan analisis data ekonomi dan keuanagan.

- Uji Asumsi Klasik

---

[10]Leniwati, yasir arafat, " Implementasi Supervisi Akademik Kepala Sekolah Untuk Meningkatkan Kinerja Guru ", *Jurnal Manajemen, Kepemimpinan Dan Survei Pendidikan*, Vol. 2, No. 1, (Januari-Juni, 2017), SMA Negeri 1 Sembawa Banyuasin, h. 110.

[11]Riskha Ramadan, Zarina Akbar, dan dkk, "Studi Kepustakaan Mengenai Landasan Teori Body Image Bagi Perkembangan Remaja", *Jurnal Bimbingan Konseling*, Vol. 5, No. 2, (2019), Universitas Negeri Jakarta, h 124.

Sebagai konsekuensi penggunaan analisis statistik parametrik, maka perlu dilakukan pengujian asumsi klasik. Hal tersebut dimaksudkan untuk menguji bahwa tidak terdapat bias pada nilai estimator dari model yang digunakan dalam penelitian. Terdapat 3 macam uji asumsi klasik yaitu:

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas data digunakan untuk menguji apakah data berdistribusi normal, maka data tersebut dapat mewakili suatu populasi. Uji normalitas data dapat dilihat dari grafik histogram, jika grafik histogram membentuk gunung atau lonceng, maka dapat dikatakan data tersebut terdistribusi normal.[12]

b. Uji Heteroskedastisitas

Menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidakseimbangan varian nilai residual satu pengamatan yang lain. Kemungkinan adanya dugaan scatterplot dimana sumbu x adalah resudial dan sumbu y adalah nilai y yang diprediksi. Jika pada grafik tidak

[12]Sugiyono dan Agus Susanto, *Cara Mudah Belajar Spss Dan Lisrel*, (Bandung: Alfabeta 2015), h. 154.

ada pola yang jelas serta titik – titik menyebar diatas diatas dan dibawah sumbu 0 (nol) pada sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas atas suatu model regresi.

c. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah keadaan dimana pada model regresi ada korelasi antara residual pada periode t dengan residual pada periode sebelumnya (t-1). Model regresi yang baik adalah yang tidak terdapat masalah autokorelasi. Metode pengujian menggunakan uji DurrbinWatson (DW- Test). Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

a) Jika dU < DW < 4-dU maka H0 diterima dan tidak terjadi masalah autokorelasi
b) Jika DW < dL atau DW > 4-dL maka H0 ditolak dan terdapat masalah autokorelasi
c) Jika dL< DW <dU atau 4-dU < DW < 4-dL maka tidak ada keputusan yang pasti.

6. Uji Hipotesis Penelitian

a. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis ini digunakan untuk menguji signifikan atau tidaknya hubungan dua variabel melalui koefisien regresinya, dimana variabel independen (X) adalah pertumbuhan penjualan sedangkan variabel dependen (Y) adalah pertumbuhan laba.

$$Y = a + b X$$

Keterangan:

Y = Pertumbuhan penjualan

a = konstan

b = koefisien regresi linear

X = Pertumbuhan laba

b. Uji T

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y) dengan $\alpha = 0{,}05$ atau 5%, t hitung > t tabel, maka terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen, jika t hitung < t tabel, maka tidak terdapat

hubungan yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

c. Uji Koefisien Kolerasi (r)

Koefisien korelasi adalah suatu nilai untuk mengukur kuat atau tidaknya hubungan linier antara dua variabel atau lebih. Koefisien kolerasi dilambangkan dengan r dengan ketentuan nilai r tidak lebih dari nilai ($-1 \leq r \leq 1$). Apabila nilai r = -1 artinya negatif sempurna; r = 0 artinya tidak ada kolerasi; dan r = 1 artinya kolerasi sangat kuat. Pengambilan keputusan dalam uji korelasi dapat dengan membandingkan antara taraf signifikansi dengan nilai *Sig. F change* dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- Jika nilai *Sig. f change* < 0,05, maka H_0 ditolak dan Ha diterima artinya berkorelasi.
- Jika nilai *Sig. F change* > 0,05, maka H_0 diterima dan Ha ditolak artinya tidak berkorelasi.

TABEL 1. 3.

Pedoman Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval koefisien	Tingkat hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

d. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi berganda adalah suatu ukuran yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.[13] Nilai R^2 bervariasi dari 0 sampai 1, yang artinya jika $R^2 = 1$, maka variabel bebas memberikan pengaruh terhadap variabel terikat. Namun jika $R^2 = 0$, maka variabel bebas tidak memberikan pengaruh terhadap variabel terikat.

[13]Dergibson Siagian dan Sugiarto, *Metode Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), h. 259.

Jika nilai R^2 semakin tinggi atau mendekati angka 1, maka model yang digunakan semakin baik.

$$Kd = R2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd : Koefisien determinasi

R2 : Koefisien korelasi

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah:

1. Jika Kd mendekati nol (0), berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lemah
2. Jika Kd mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen kuat.

J. Sistematika Pembahasan

Untuk mendapatkan hasil penulisan yang struktuk dan sesuai dengan kaidah penulisan, maka sistematika penulisan ini disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

bab ini berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan

penelitian, manfaat/signifikansi penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, kerangka penelitian, hipotesis, metode penelitian, sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini peneliti menguraikan teori tentang pertumbuhan penjualan madu hutan murni terhadap pertumbuhan laba rumah madu az-zahra, strategi pemasaran yang dilakukan, dan teori yang mendukung lainnya.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi gambaran tentang metode yang digunakan untuk menganalisis serta digunakan untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian ini yang terdiri dari tempat dan waktu penelitian, ruang lingkup penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, metode analisis data dan definisi operasional variabel.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bagian ini merupakan uraian dari hasil penelitian dan pembahasan sesuai dengan metode penelitian yang

sebelumnya. Pada bab ini adalah inti dari penelitian dengan menguraikan data-data berdasarkan transaksi penjualan yang telah diperoleh sehingga terlihat hasil akhir dari penelitian.

BAB V PENUTUP

Bagian yang menyajikan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan sebagai jawaban atas pokok masalah dan saran-saran yang dapat ditulis sehubungan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis.