

Pengembangan Kualitas Produk Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Produk *Home Industry* Madu Lebah Kelulut “Nano Alami”

Rinaldi Aria Chandra^{1*)}, Irwansyah¹⁾

^{1,2)} Magister Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat, Indonesia

Corresponding author: Rinaldiariachandra07@gmail.com

ABSTRACT

Product quality is seen as being able to influence product purchasing decisions by prospective consumers so as to increase the sales volume of a product. Previously, the "Nano Alami" kelulut bee honey home industry product experienced a decline in sales volume in 2022 due to the emergence of similar products under different brands, leading to market competition. It has become one of the driving factors for the "Nano Alami" kelulut bee honey home industry in developing product quality to increase product sales volume. So, this study aims to find out how product quality development is carried out to increase product sales volume. The research used is a qualitative method with the collection of data by observation, interview, and documentation techniques. Data analysis was carried out in three stages sequentially, they are data reduction, data presentation, and drawing conclusion. The results showed that the quality development of the home industry "Nano Alami" kelulut bee honey product which in the production system includes input processes, production processes, and output. In the input process, development is carried out using portable refractometer technology tools to measure water content in order to improve the quality of raw materials. Furthermore, in the production process, there are three development aspects which are carried out namely post-harvest by increasing the duration of the standing period to reduce water content; addition of variations of packaging bottles; as well as renewing packaging containers in the form of cardboard boxes which are specifically designed to increase security during product distribution. Besides, the output in the form of improved products in order to increase the trust of potential customers, namely by including the product distribution permit number on the "Nano Alami" kelulut bee honey home industry. So that the development of product quality that has been carried out is able to support the increase in product sales volume.

Keywords : *Product Quality Development, Increase in Sales Volume, Home Industry*

PENDAHULUAN

Perkembangan *home industry* atau industri rumah tangga di Indonesia akhir-akhir ini cukup meningkat secara kuantitasnya, karena kegiatan ini menjadi wadah bagi masyarakat untuk berkembang dan menerapkan ide-ide kreatif dalam mendirikan usaha *home industry*. Sehingga hadirnya kegiatan ini diharapkan dapat membuka peluang kerja lebih luas bagi masyarakat setempat. Pada bulan Oktober 2020, Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) Mengumumkan bahwa terjadi peningkatan

permohonan Nomor Induk Berusaha (NIB) yakni mencapai 377.540. Sekitar 93% dari jumlah permohonan NIB tersebut berasal dari sektor usaha mikro ataupun *home industry* yakni sebanyak 353.478. Dari data tersebut juga didapatkan permohonan NIB meningkat 91,3% dari bulan September 2020 yang hanya sekitar 197.322 (Situs Kementerian Investasi/BKPM, 2020).

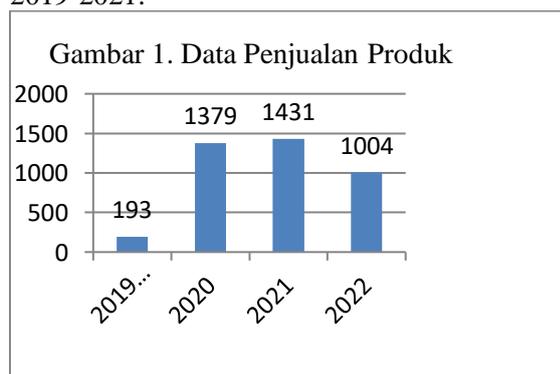
Seiring dengan meningkatnya *home industry* secara kuantitas, maka perlunya kualitas yang baik pada saat proses pengolahan ataupun pada pengemasan produk yang dipasarkan sehingga produk memiliki nilai jual

lebih baik dan dapat menjadi daya tarik bagi calon konsumen. Diketahui dari hasil riset yang ditemukan di lapangan menunjukkan bahwa pengembangan kualitas produk olahan *home industry* yang masih kurang adanya inovasi pada tampilan kemasan produk dan pengaruh cita rasa produk sehingga mempengaruhi minat konsumen dalam melihat nilai jual produk tersebut (Tim pengabdian kepada masyarakat, Institut Teknologi Sepuluh November, 2022).

Kualitas produk menggambarkan kemampuan suatu barang atau jasa untuk menjalankan fungsinya dengan memperhitungkan berbagai aspek, termasuk keandalannya, daya tahan, nilai kemudahan penggunaan, tingkat perbaikan yang dibutuhkan, serta pertimbangan terhadap nilai-nilai lain yang relevan. Peningkatan kualitas produk umumnya dilakukan untuk menarik calon konsumen dalam membeli suatu produk. Sehingga perlunya memaksimalkan proses pengembangan kualitas produk yang akan dipasarkan agar mampu memenuhi kepuasan konsumen.

Di Kalimantan Tengah saat ini juga banyak terdapat *brand* produk yang merupakan hasil produksi industri rumah tangga atau *home industry*, salah satunya *brand* produk *home industry* madu lebah kelulut “Nano Alami”. Nano Alami merupakan sebuah *brand* dari produk herbal madu lebah kelulut yang diproduksi oleh salah satu Usaha Mikro Kecil (UMK) *home industry* sejak tahun 2019 di Desa Petak Puti, Kec. Timpah, Kab. Kapuas, Provinsi Kalimantan Tengah.

Pada awalnya, produk herbal madu lebah kelulut *brand* “Nano Alami” dapat dipasarkan rata-rata 100-120 botol per isian 140 ML setiap bulannya, seperti yang dapat terlihat dari grafik data penjualan dari tahun 2019-2021.



Sumber : Data Penjualan, 2023

Namun dengan munculnya produk sejenis yang berbeda *brand* membuat penjualan produk menurun di tahun 2022 akibat adanya persaingan pasar.

Adanya persaingan produk sejenis antar *home industry* lain dan dengan adanya penurunan volume penjualan produk madu lebah kelulut “Nano Alami” tahun 2022 dari tahun sebelumnya, sehingga menjadi salah satu faktor pendorong untuk melakukan pengembangan kualitas produk dalam meningkatkan volume penjualan produk *home industry* madu lebah kelulut “Nano Alami”. Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk oleh calon konsumen. Dinyatakan oleh Kotler dan Armstrong (2008: 273) bahwa kualitas produk adalah kemampuan maupun keunggulan suatu produk berkaitan dengan yang diharapkan oleh pelanggan. Sehingga peningkatan kualitas produk sangat berguna dalam meningkatkan volume penjualan produk serta dalam mengembangkan usaha yang berkelanjutan. Maka dalam hal ini setiap perusahaan atau pelaku usaha akan berusaha dengan segala cara untuk meyakinkan konsumen bahwa produk mereka memiliki kualitas terbaik yang sebanding dengan harganya dan pantas untuk dibeli.

TINJAUAN TEORI

Pengertian Produk dan Konsep Kualitas Produk

Produk pada dasarnya memiliki fungsi penting bagi pelaku usaha karena tanpa adanya produk, pelaku usaha tidak akan mampu melakukan kegiatan dari usahanya. Kotler dan Armstrong (2008: 31) menjelaskan bahwa produk merupakan suatu hal yang memiliki nilai dan ditawarkan kepada pasar dengan tujuan untuk menarik perhatian konsumen, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi guna memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka. Selain itu, Firmansyah (2019: 4) mendefinisikan bahwa produk merujuk pada berbagai macam barang dan layanan yang dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginan manusia, baik dalam bentuk fisik (seperti benda nyata) maupun non-fisik (seperti layanan atau pengalaman).

Dari adanya beberapa definisi yang telah dijelaskan dapat disimpulkan bahwa produk merupakan sesuatu yang memiliki nilai ataupun harga yang dapat ditawarkan kepada

konsumen yang membutuhkannya, sehingga dalam hal ini diperlukannya kualitas produk yang bertujuan menarik minat pembeli produk tersebut.

Kualitas produk menjadi aspek penting yang harus menjadi fokus utama bagi produsen, mengingat betapa eratnya hubungan antara kualitas suatu produk dengan kepuasan konsumen. Kualitas yang baik akan menciptakan pengalaman positif bagi konsumen dan meningkatkan tingkat kepuasan mereka terhadap produk tersebut. Namun, konsep produk pemasaran didefinisikan oleh Regina (2009: 49) mengacu pada tiga aspek penting yang harus dipertimbangkan dalam bauran pemasaran produk, yaitu pertama adalah *variants of product production* (jenis produksi produk), lalu *product stock* (ketersediaan produk), serta *product quality* (kualitas produk). Ketiga aspek ini merupakan bagian integral dari strategi pemasaran produk. Perusahaan harus mengintegrasikan ketiga wujud pemasaran ini dengan baik untuk mencapai keberhasilan dalam memasarkan produk mereka kepada konsumen. Kualitas produk merujuk pada kemampuan suatu produk untuk memenuhi kewajibannya, termasuk di dalamnya ketahanan, kesanggupan, dan berbagai atribut lain yang memiliki nilai (Sunyoto, 2019). Lebih lanjut Sunyoto (2019), mengatakan kualitas produk dapat ditentukan oleh material (bahan baku dan pendukung), teknik (teknologi produksi), cara pembuatan (proses dalam produksi). Hal ini dapat dijadikan indikator untuk melihat bagaimana pengembangan kualitas suatu produk.

Indikator-Indikator Kualitas Produk

Setiap pelaku usaha akan berusaha dalam menawarkan produk yang berkualitas dalam memenuhi keperluan dan keinginan pelanggan. Dikemukakan oleh Garvin dalam Tjiptono (2012: 170-172) bahwa kualitas produk dapat diukur melalui delapan indikator yang mencakup berbagai aspek. Pertama adalah kinerja (*Performance*), yang mencerminkan karakteristik operasi dan produk inti yang dibeli oleh konsumen. Selanjutnya, terdapat *Features* (ciri maupun keistimewaan tambahan) yang merupakan karakteristik pelengkap atau sekunder produk. Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to specification*) juga menjadi indikator penting, yaitu sejauh mana produk memenuhi

standar yang telah ditetapkan sebelumnya dapat diukur. Keandalan (*Reliability*) menjadi pertimbangan lain dalam mengukur kualitas produk, mengacu pada tingkat kemungkinan kerusakan atau ketidakberhasilan penggunaan produk. Daya tahan (*Durability*) menjadi dimensi yang mencakup lamanya produk bisa digunakan, baik dari segi umur teknis maupun umur ekonomis. Selain aspek teknis, estetika (*Aesthetics*) juga menjadi indikator kualitas produk, yaitu seberapa menariknya produk bagi panca indera konsumen. Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived quality*) juga menjadi faktor penting, yang berkaitan dengan persepsi konsumen terhadap kualitas keseluruhan dan kelebihan produk. Persepsi ini bisa dipengaruhi oleh atribut iklan, merek, harga, negara produsen, dan reputasi perusahaan. Terakhir, dimensi kemudahan perbaikan (*Serviceability*) juga menjadi pertimbangan penting dalam mengukur kualitas produk, termasuk kemudahan, kecepatan, dan kepuasan dalam menangani keluhan konsumen. Layanan purna jual, seperti perbaikan dan ketersediaan komponen yang diperlukan, juga berkontribusi pada persepsi konsumen tentang kualitas produk secara keseluruhan. Dengan memperhatikan kedelapan indikator ini, produsen dapat memastikan bahwa produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang unggul dan dapat memenuhi kebutuhan serta harapan konsumen.

Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Produk Madu Lebah Kelulut

Volume penjualan merupakan ukuran dalam menunjukkan besarnya jumlah produk yang terjual. Banyaknya volume penjualan biasanya ditentukan oleh kemampuan penjual maupun kualitas produk yang dipasarkan karena sangat menentukan keyakinan calon konsumen dalam membeli produk. Seperti yang dinyatakan oleh Daryono (2011:187), bahwa volume penjualan merupakan indikator yang menggambarkan persentase jumlah barang atau jasa yang berhasil terjual, sehingga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan yang akan diperoleh oleh perusahaan. Selanjutnya diperjelas oleh Rangkuti (2009:57), bahwa volume penjualan adalah ukuran kuantitatif yang mencerminkan hasil penjualan dari banyaknya unit suatu produk yang terjual dalam suatu periode waktu tertentu. Sehingga, dalam upaya meningkatkan hasil penjualan, perusahaan dapat

menggunakan berbagai strategi, seperti promosi, pengembangan produk, atau ekspansi pasar, untuk meningkatkan jumlah unit produk yang terjual dan mengoptimalkan pendapatan perusahaan.

Setiawan *et al.* (2017) melakukan penelitian untuk melihat upaya pengembangan usaha lebah madu yang diterapkan bagi Kelompok Tani Setia Jaya dalam mengembangkan usaha ternak lebah madu untuk dapat bertahan dalam persaingan bisnis dengan pesaingnya serta dalam meningkatkan volume penjualan produk madu. Adapun alternatif upaya meningkatkan volume penjualan yang dapat diterapkan antara lain :

- 1) Fokus pada pembuatan produk madu bermutu tinggi dan menjaga keaslian serta kemurnian madu.
- 2) Menambah produktivitas madu untuk memperkuat loyalitas konsumen terhadap peternak lebah madu.
- 3) Membangun kerjasama dengan instansi terkait dalam rangka mengembangkan produk madu.
- 4) Bekerjasama dengan mitra penjualan di daerah yang memiliki volume penjualan tinggi.
- 5) Mencari daerah pemasaran yang potensial untuk meningkatkan penjualan madu.
- 6) Memanfaatkan teknologi tinggi untuk menghasilkan madu yang memiliki kandungan kadar air yang rendah.
- 7) Menghadirkan kemasan menarik untuk produk madu.
- 8) Menerapkan standar operasional prosedur (SOP) dalam proses pengemasan untuk memastikan kebersihan produk.
- 9) Meningkatkan promosi penjualan melalui adanya kegiatan pameran di sekitar lokasi usaha.
- 10) Meningkatkan volume produksi dan penjualan dengan menerapkan harga yang lebih kompetitif kepada segmen pasar yang akan dituju.
- 11) Memberikan layanan terbaik kepada konsumen untuk membangun kepercayaan dan loyalitas terhadap produk madu dari perusahaan.
- 12) Menyediakan pakan untuk lebah di musim ketersediaan pakan yang terbatas.

- 13) Meningkatkan upaya promosi kepada konsumen untuk memenuhi permintaan mereka.

Selain itu, dalam upaya untuk meningkatkan produksi madu, baik dari segi kualitas maupun kuantitas, sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor kunci yaitu salah satunya temperatur udara yang mempengaruhi aktivitas lebah dalam mengumpulkan nektar dan memproduksi madu, menjaga kebersihan dan keamanan stup dalam mendukung kondisi produksi madu yang optimal, serta pengendalian hama dan penyakit lebah untuk mencegah gangguan pada koloni lebah dan memastikan kesehatan lebah yang baik dalam proses produksi madu (Dewantari *et al.*, 2019).

Dijelaskan oleh Dewantari *et al.* (2019) terdapat berbagai faktor lingkungan pada produksi maupun perkembangan lebah kelulut (*Trigona sp.*) meliputi suhu udara yang mempengaruhi aktivitas dan metabolisme lebah, kelembaban udara yang memengaruhi kenyamanan dan kesehatan lebah, curah hujan yang dapat mempengaruhi ketersediaan sumber makanan dan habitat, serta ketinggian tempat yang mempengaruhi kondisi lingkungan di mana lebah kelulut hidup. Menurut Aidah (2020: 29) yang berpendapat bahwa lebah memiliki suhu ideal yang nyaman sekitar 26°C. Pada suhu ini, mereka dapat beraktivitas secara normal dan efisien dalam mencari makanan, mengumpulkan nektar, serta melakukan proses produksi dan perkembangan sarang dengan baik.

Home Industry

Home industry merupakan bentuk usaha yang didirikan oleh individu untuk mencari penghasilan dan keuntungan yang lebih besar dalam skala usaha rumah tangga. Dinyatakan oleh Muliawan (2008: 3), bahwa *home industry* yang juga dikenal sebagai industri rumahan merupakan perusahaan atau usaha dalam skala mikro kecil yang beroperasi dalam bidang industri tertentu seperti proses pengolahan bahan mentah maupun barang setengah jadi menjadi barang jadi yang memiliki nilai tambah, dengan tujuan untuk mencapai keuntungan. Biasanya, unit usaha ini menjadikan rumah sebagai pusat produksi.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini memakai metode penelitian kualitatif. Sesuai pernyataan yang dikemukakan Moleong (2019: 6) bahwa penelitian kualitatif yaitu berupa jenis penelitian yang ditujukan untuk mendalami fakta yang terjadi pada subjek penelitian, seperti persepsi, perilaku, motivasi, atau tindakan secara menyeluruh (holistik). Penelitian ini dilakukan dengan cara menggambarkan fenomena menggunakan kata-kata berupa kalimat serta penggunaan bahasa sebagai sarana utama dalam analisisnya, berfokus pada konteks yang bertujuan khusus secara alamiah, dan menggunakan berbagai metode pendukung. Karena penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif sebagai jenis penelitiannya, maka penulis melakukan wawancara terhadap Pemilik Usaha *home industry* Madu Lebah Kelulut “Nano Alami”, Pengelola Usaha, dan Karyawan yang bekerja di *home industry* Madu Lebah Kelulut “Nano Alami” untuk mendapatkan bahan guna pengolahan lebih lanjut. Data dari proses wawancara yang diperoleh nantinya dianalisis dan disajikan dalam bentuk paragraf yang kemudian disertakan pada bagian pembahasan penelitian. Deskripsi hasil penelitian dijelaskan melalui penggunaan kata-kata berupa kalimat serta penggunaan bahasa dengan memanfaatkan metode kualitatif deskriptif.

Proses pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sesuai pernyataan yang dikemukakan Sugiyono (2020: 104-105), bahwa teknik pada

pengumpulan data dapat melalui proses observasi (pengamatan), wawancara, dan dokumentasi, atau kombinasi dari ketiganya. Sedangkan proses analisis data pada penelitian ini melibatkan tiga tahap utama yang dilakukan secara berurutan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dikemukakan oleh Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2020: 133), bahwa proses dalam melakukan analisis suatu data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara berkelanjutan hingga selesai, sehingga data yang telah didapat sudah mencapai kejenuhan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang telah diperoleh setelah melakukan penelitian pada usaha *home industry* madu lebah kelulut “Nano Alami” dengan melakukan observasi dan wawancara terhadap Pemilik Usaha yaitu Ibu Riani, Pengelola Usaha yaitu Bapak Bobby Midi, dan Karyawan yaitu Ibu Nurhikmah diperoleh temuan penelitian berupa pengembangan kualitas produk dalam upaya meningkatkan volume penjualan produk *home industry* madu lebah kelulut “Nano Alami”.

Diketahui dalam menentukan kualitas produk, Sunyoto (2019) mengatakan kualitas produk dapat ditentukan oleh material (bahan baku maupun bahan pendukung), teknik (teknologi produksi), dan cara pembuatan (proses dalam produksi). Seperti yang dapat dilihat pada gambar di bawah ini bahwa pengembangan telah dilakukan oleh *home industry* “Nano Alami” pada setiap tahapan sistem produksi produk yang meliputi input, produksi, dan output.

Gambar 2. Proses *home industry*



Sumber: Data Diolah dari Hasil Penelitian, 2023

Dari paparan data yang telah diperoleh dapat dikemukakan bahwa pengembangan kualitas produk yang dilakukan oleh *home industry* madu lebah kelulut “Nano Alami”, dalam upaya meningkatkan volume penjualan produk. Pengembangan kualitas produk dilakukan pada setiap tahapan sistem produksi yang dalam prosesnya terdapat tiga elemen penting saling mempengaruhi yaitu input, produksi, dan output, sehingga dapat dilihat pengembangan kualitas yang telah dilakukan yaitu sebagai berikut:

1. Dalam proses input pada sistem produksi produk *home industry* madu lebah kelulut “Nano Alami” terdapat pengembangan yang dilakukan oleh pemilik usaha terlihat pada kegiatan pemanenan madu dari awal berjalannya usaha dalam menentukan madu layak panen, pembudidaya hanya melihat ciri pada tapis madu yang mulai berwarna coklat tua menandakan madu siap panen dan dipercaya kadar air pada madu telah berkurang. Tetapi cara tersebut kurang akurat karena hanya mengandalkan perkiraan saja dan pengalaman sendiri oleh pembudidaya tanpa adanya alat yang mendukung ketepatan rasio banyaknya kandungan air pada madu. Namun di awal tahun 2023, pembudidaya telah mendapatkan alat *refractometer portabel* (alat ukur kadar air pada madu) yang dapat membuat pembudidaya mengetahui kandungan kadar air pada tapis madu serta ketepatan waktu yang ideal untuk panen madu lebah kelulut. Sehingga dengan menggunakan alat *refractometer portabel* membuat kualitas madu meningkat.
2. Dalam proses produksi produk *home industry* madu lebah kelulut “Nano Alami” terdapat pengembangan oleh pemilik usaha terlihat pada tiga aspek, yaitu:
 - a). Pada pasca panen yang setelah pemanenan madu terlebih dahulu didiamkan guna mengurangi kadar air yang terkandung pada madu. Adapun durasi pendiaman madu yang sebelumnya hanya dilakukan 2-3 hari, namun kurang berpengaruh karena waktu yang terlalu singkat sehingga kandungan kadar air pada madu masih tergolong tinggi setelah melihat hasil pengecekan menggunakan alat *refractometer portabel* (alat ukur kadar air pada madu) yang telah didapatkan

pada awal tahun 2023, oleh karena itu pemilik usaha memperpanjang durasi pendiaman madu menjadi 2 minggu untuk mengurangi kadar air pada madu hingga sekitar 26% agar madu lebah kelulut “Nano Alami” layak konsumsi dengan ditandai madu lebah kelulut telah kental dan telah dilakukan pengujian menggunakan alat *refractometer portabel*. Sehingga meningkatkan kualitas madu lebah kelulut yang diproduksi oleh *home industry* madu lebah kelulut “Nano Alami”. Diketahui dari SNI 8664: 2018, madu lebah kelulut yang layak untuk dikonsumsi maksimal kadar airnya 27,5% (bsn.go.id, 2021).

- b). Pada bagian botol kemasan produk yang digunakan memiliki variasi kemasan botol produk yaitu sebelumnya hanya terdapat botol kemasan produk isian 140 ML, kini sejak awal tahun 2023 variasi botol kemasan madu lebah kelulut *home industry* “Nano Alami” terdapat juga untuk isian 1000 ML yang menurut pemilik usaha bertujuan apabila konsumen ingin membeli produk sebagai konsumsi dalam jangka waktu lama.
- c). Pada kardus yang digunakan oleh pemilik usaha sebagai wadah *packaging* yang sebelumnya hanya memanfaatkan kardus minuman gelas atau kardus mie instan, namun wadah *packaging* yang digunakan memiliki resiko kerusakan dan dapat mengurangi jumlah produk yang nantinya dipasarkan dikarenakan kardus minuman gelas atau kardus mie instan tidak sesuai dengan ukuran desain botol kemasan produk dan dapat mudah terguncang karena tidak presisi. Oleh karena itu sejak awal tahun 2023, pemilik usaha *home industry* madu lebah kelulut “Nano Alami” menggunakan kardus *packaging* yang telah di desain khusus dan presisi untuk memuat botol kemasan produk yang berisikan 24 botol isian 140 ML pada satu kardus *packaging*.
- d). Dalam proses output berupa produk *home industry* madu lebah kelulut “Nano Alami” agar siap untuk dipasarkan, tentu harus memiliki atribut produk agar dapat dikenal oleh calon

konsumen. Sebelumnya stiker kemasan pada botol kemasan produk madu lebah kelulut hanya mencantumkan nama produk tanpa adanya informasi lain karena belum mempunyai legalitas administrasi produk sehingga kurang mendapat kepercayaan dari calon konsumen sehingga berdampak pada jumlah volume penjualan produk. Oleh karena itu, pemilik usaha *home industry* madu lebah kelulut “Nano Alami” melakukan upaya melengkapi dan memenuhi segala tahapan administrasi dari sebuah produk konsumsi sehingga di awal tahun 2023 telah memperoleh izin edar produk ditandai dengan dikeluarkannya Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT) dan Sertifikat Halal dari Badan penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dengan melihat proses produksi produk madu lebah kelulut *home industry* “Nano Alami”. Adanya nomor sertifikat yang didapat tersebut dicantumkan ke dalam stiker label produk dan dalam stiker label produk juga diperbarui dengan tambahan informasi manfaat madu lebah kelulut bagi kesehatan agar dapat menambah rasa kepercayaan konsumen terhadap produk dan dapat meningkatkan volume penjualan produk *home industry* “Nano Alami”.

Diketahui adanya perbedaan yang signifikan terhadap volume penjualan produk madu lebah kelulut isian 140 ML jika membandingkan volume penjualan produk di tahun 2022 (Januari-Mei) dan di tahun 2023 (Januari-Mei) setelah pemilik usaha melakukan pengembangan pada produk madu lebah kelulut *home industry* “Nano Alami”, yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1. Penjualan Produk Madu Lebah Kelulut Botol Kemasan 140 ML

Bulan	Jumlah Produk yang terjual	
	2022	2023
Januari	102	97
Februari	98	128
Maret	94	115
April	73	91
Mei	76	121
Total	443	552

Sumber: Data *home industry* madu lebah kelulut “Nano Alami”, 2023

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka diperoleh suatu kesimpulan mengenai pengembangan kualitas produk *home industry* madu lebah kelulut “Nano Alami”, yang dalam prosesnya tidak terlepas dari tiga elemen penting saling mempengaruhi yaitu input, produksi, dan output. Sehingga dalam proses input dapat terlihat pada penggunaan alat *refractometer portabel* untuk mengetahui rasio kandungan air pada madu lebah kelulut dan ketepatan waktu panen dengan akurat. Pada proses produksi pemilik usaha melakukan upaya pengembangan pada tiga aspek, yaitu: Memperpanjang durasi pendiaman madu selama 2 minggu guna berkurangnya kadar air pada madu menjadi 26% ditandai dengan madu yang mulai kental serta dapat dibuktikan dengan melakukan pengecekan melalui alat *refractometer portabel* sehingga meningkatkan kualitas madu yang nantinya akan dipasarkan; Pada bagian botol kemasan produk madu lebah kelulut “Nano Alami”, pemilik usaha menambahkan variasi isian 1000 ML; Kemudian dalam melakukan proses *packaging* untuk distribusi produk, pemilik usaha memperbarui kardus *packaging* dengan desain khusus serta memiliki label produk madu lebah kelulut “Nano Alami”. Selanjutnya pada output berupa produk yang sudah siap dipasarkan, pemilik usaha telah mencantumkan Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT) dan Sertifikat Halal pada stiker kemasan produk yang bertujuan untuk menambah rasa kepercayaan konsumen terhadap produk. Dari ketiga proses (input, produksi, dan output) pengembangan tersebut, mampu mendukung peningkatan volume penjualan produk *home industry* “Nano Alami”.

DAFTAR PUSTAKA

- Aidah, S.N. (2020). *Manisnya Budidaya Lebah Madu*. Jogjakarta : KBM Indonesia.
- Badan Standardisasi Nasional. (2021). “SNI Untuk Jamin Kualitas Mutu Madu”. Di akses pada tanggal 19 Juni 2023, dari laman web : <https://bsn.go.id/main/berita/detail/12235/sni-untuk-jamin-kualitas-mutu-madu>

- Daryono, Daryono. (2011). *Manajemen Perusahaan*. Bandung : CV. Yrama Widya.
- Dewantari, M., N.L.G. Sumardani, And I. G. Suranjaya. (2019). "Pengembangan Budidaya Lebah Madu Trigona Sp. Ramah Lingkungan Di Desa Antapan Kecamatan Baturiti Kabupaten Tabanan". *Buletin Udayana Mengabdi* 18(1): 114-119.
- Firmansyah, Anang. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya : Qiara Media.
- Kementerian Investasi/BKPM. (2020). "Terus Meningkatkan, Minat Usaha Mikro Tetap Mendominasi di Kala Pandemi". Di akses pada tanggal 31 Januari 2023, dari laman web : <https://www.investindonesia.go.id/id/artikel-investasi/detail/terus-meningkat-minat-usaha-mikro-tetap-mendominasi-di-kala-pandemi>
- Kotler, Philip., And Armstrong, Gary. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Moleong, L. J. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Muliawan, J. U. (2008). *Manajemen Home Industry : Peluang Usaha di Tengah Krisis*. Yogyakarta : Banyu Media.
- Rangkuti, Freddy. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Regina, Daniaty. (2009). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Setiawan A, Rudianda Seleman, And Tuti Arlita. (2017). "Strategi Pengembangan Usaha Lebah Madu Kelompok Tani Setia Jaya di Desa Rambah Jaya Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Rokan Hulu". *Jurnal Selodang Mayang* 3(3) : 183- 190.
- Sugiyono, Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Penelitian Yang Bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif*. Bandung : Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2019). *Dasar Dasar Manajemen Pemasaran : Konsep, Strategi, dan Kasus*. CAPS (Center Of Academic Publishing Service).
- Tim Pengabdian Kepada Masyarakat, Institut Teknologi Sepuluh Nopember. (2022). "Abmas ITS Dongkrak Kualitas Kemasan Produk UMKM dari Madura". Di akses pada tanggal 31 Januari 2023 laman web : <https://www.its.ac.id/news/2022/10/05/abmas-its-dongkrak-kualitas-kemasan-produk-umkm-dari-madura/>
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.