

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Paparan Data**

##### **1. Keadaan Geografis Desa Watudandang Kecamatan Prambon Kabupaten Nganjuk**

Kabupaten Nganjuk merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Timur. Kabupaten Nganjuk memiliki luas 1.182,64 km<sup>2</sup> terletak pada posisi 111°5' sampai 112°13' Bujur Timur dan 7°20' sampai dengan 7°59' Lintang Selatan. Secara topografi wilayah Kabupaten Nganjuk terletak di dataran rendah dan pegunungan, sehingga persebaran penduduk yang merata dapat mempengaruhi produktifitas masyarakat di Kabupaten Nganjuk. Keadaan ini didukung dengan melimpahnya berbagai sumber daya alam yang dapat di olah dan dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar, sehingga dapat dijumpai berbagai macam profesi pada masyarakatnya.

Desa Watudandang salah satu desa yang berada di Kecamatan Prambon, Kabupaten Nganjuk. Desa ini merupakan salah satu desa produktif yang ada di Kecamatan Prambon selain masyarakatnya yang berprofesi sebagai petani, penduduknya juga banyak yang berwirausaha. Salah satunya dengan memanfaatkan hasil pertanian dan juga hasil ladang dengan mengolahnya menjadi produk yang lebih bernilai.

**Tabel 4. 1**  
**Letak Geografis, Batas Wilayah atau Daerah dan Luas Wilayah Kecamatan Prambon**

Batas Sebelah	Berbatas Dengan
Utara	Kec. Tanjunganon Nganjuk
Timur	Kec. Ngronggot Nganjuk
Selatan	Kec. Banyakan Kediri
Barat	Kec. Tarokan Kediri

Sumber: <https://nganjukkab.bps.go.id>

## 2. Sejarah UD Mulya Rasa

Penelitian ini dilakukan pada UKM UD Mulya Rasa yang memproduksi makanan oleh-oleh yaitu gethuk pisang dan tahu takwa. Usaha gethuk pisang dan tahu takwa yang sejak awal pendirian memberikan respon positif hingga mengalami perkembangan yang sangat pesat hingga saat ini. Perkembangan yang sangat pesat membuat usaha ini semakin banyak di minati oleh konsumen hingga berbagai wilayah di Kabupaten Nganjuk, Kediri, Madiun dan kota-kota lain. Perkembangan usaha ini juga mempengaruhi berdirinya usaha sejenis yang ada di Desa Watudandang yang juga memproduksi olahan gethuk dan tahu takwa, diantaranya UD Aw, UD Assli dan usaha kecil lainnya.

Pada pendirian usaha dimulai pada tahun 2000, pendiri awal usaha ini adalah Bapak Suparno. Pada awal pendirinya usaha ini masih bersifat terima pesanan dan menjual di pasar, seiring berjalanya waktu gethuk yang dijual semakin banyak di minati oleh masyarakat sekitar. Bapak Suparno awalnya hanya pedagang daun pisang di pasar yang sering menyuplai daun pisang ke rumah makan maupun penjual makanan yang menggunakan daun pisang sebagai alas makanan.

Sebelumnya pekerjaan sebagai penjual daun pisang sudah lama dijalani Bapak Suparno selama 5 tahun, dari jualan daun pisang Bapak Suparno bertemu dengan temannya yang berjualan pisang di pasar.

Kemunculan ide untuk berbisnis bersama antara Bapak Suparno dengan temanya dimulai. Mereka membuka usaha gethuk pisang, namun keduanya memilih untuk membuka usaha sendiri-sendiri. Keduanya mendirikan usaha yang sama dengan saling bekerjasama untuk memperoleh bahan baku gethuk pisang, terutama pisang dan daun pisang. Pada mulainya usaha ini hanya dibantu oleh istrinya hingga beberapa waktu kemudian selain memproduksi gethuk Bapak Suparno juga memproduksi tahu takwa.

Saat itu modal usaha yang digunakan Bapak Suparno berasal dari jualan daun pisang yang keuntungannya di kumpulkan untuk membuka usaha gethuk pisang ini. Bermodalkan uang jualan daun pisang Rp. 500.000, yang saat itu hanya ada gethuk pisang. Pada setiap harinya usaha ini mengolah sedikitnya 60 sisir dengan menghasilkan 200 gethuk ukuran besar, 100 gethuk ukuran sedang dan 50 gethuk ukuran kecil. Kemudian untuk tahu takwa dalam sehari bisa menghasilkan 1200 biji tahu dengan 10 kali masak, dimana 1 kali masak memerlukan 12kg kedelai. Sehingga dalam sehari memerlukan sekitar 120 kg kedelai dan dalam sebulan Bapak Suparno membutuhkan 3.600 kg kedelai atau sekitar 3.6 kwintal kedelai yang di dapatkan dari penyuplai kedelai di Kabupaten Pasuruan.

Dalam memproduksi setiap harinya untuk olahan gethuk pisang dan tahu takwa Bapak Suparno memperkirakan laba yang di peroleh sekitar Rp.700.000 dalam setiap harinya. Untuk saat ini (2021), usaha Bapak Suparno dikatakan berhasil hingga mampu bertahan meskipun dimasa pandemi Covid-19, selain mempunyai toko di depan rumahnya beliau juga menjadi suplaiyer gethuk pisang dan tahu takwa di pusat oleh-oleh ternama di Kota Kediri dan berbagai toko oleh-oleh di Kabupaten Nganjuk. Selain itu usaha ini juga mempunyai *lopper* dalam memasarkan produknya di pasar-pasar daerah Nganjuk dan luar daerah seperti Kediri.

### 3. Produk UD Mulya Rasa

Dalam memenuhi permintaan konsumen atau pasar, Bapak Suparno membagi variasi gethuk pada ukuran tertentu yaitu ukuran kecil, sedang dan besar. Kemudian pada tahu takwa juga dibagi menjadi tiga variasi wadah, yaitu ukuran 1 dengan isi 6 biji tahu, ukuran 2 dengan isi 10 biji tahu dan, ukuran 3 dengan isi 20 biji tahu. Diharapkan variasi kemasan produk yang dilakukan usaha ini dapat menjangkau seluruh konsumen dari berbagai lapisan masyarakat. Berbagai varian produk dapat dilihat adalah sebagai berikut :

**Tabel 4. 2**  
**Harga Produk**

Variasi	Gethuk	Tahu Takwa
Kecil	Rp. 2.000	Rp. 14.000 (6 biji)
Sedang	Rp. 3.500	Rp. 21.000 (10 biji)
Besar	Rp. 4.500	Rp. 41.000 (20 biji)

*Sumber: olah data peneliti pada Februari 2021*

#### **4. Visi dan Misi UD Mulya Rasa**

Visi UKM UD Mulya Rasa adalah menjadi *souvenir* khas Nganjuk sebagai pusat produksi makanan oleh-oleh dan memberdayakan masyarakat. Selain itu misi UD Mulya Rasa adalah dapat mengurangi pengangguran dan memberdayakan masyarakat di sekitar lingkungan udaha UD Mulya Rasa.

#### **5. Lokasi Perusahaan UD Mulya Rasa**

Lokasi UD Mulya Rasa, Desa Watudandang Kecamatan Prambon Kabupaten Nganjuk. Untuk pemasarannya usaha ini juga mempunyai toko di depan lokasi industry yaitu Jl. Kediri – Warujayeng Desa Watudandang RT 02/ RW 02 Kecamatan Prambon Kabupaten Nganjuk.

#### **6. Distribusi**

Produksi gethuk dan tahu takwa dijual di toko nya sendiri dan di distribusikan melalui *lopper* di beberapa pasar di Kabupaten Nganjuk. Selain itu produk ini dijual pada toko pusat oleh-oleh di Kota Kediri. Selanjutnya pemasaran dilakukan di toko oleh-oleh Jl. Raya Kertosono-Surabaya Desa Braan Kecamatan Kertosono Kabupaten Nganjuk. Pertokoan Kertosono di pilih sebagai tempat yang strategis karena merupakan tempat pemberhentian bus dan merupakan jalan antar provinsi. Selain itu distribusi produk dilakuan pada pedagang sayur keliling, ataupun pedagang asongan baik untuk gethuk pisang dan tahu takwa . Sehingga selain terjual di wilayah nya sendiri dan luar wilayah

dikatakan usaha ini mempunyai distribusi pemasaran yang baik karena bisa menjangkau konsumennya dengan baik.

Selain itu UD Mulya Rasa juga melakukan kerja sama dengan UMKM yang ada di Kabupaten Nganjuk agar produk yang di jual semakin mudah sampai pada tangan konsumen. Distribusi produk yang baik dan menyeluruh diharapkan mampu meningkatkan pembelian oleh konsumen di dalam wilayah maupun luar wilayah Kabupaten Nganjuk. Dengan mendistribusikan produk di berbagai wilayah produk yang dijual setiap harinya akan meningkat dan omset penjualan semakin bertambah.

## **7. Data Informan**

a. Nama : H. Suparno

Status Pekerjaan : Pemilik UD Mulya Rasa

Usia : 52 Tahun

Alamat : Desa Watudandang, Kec. Prambon

Agama : Islam

b. Nama : Yusuf

Status Pekerjaan : Karyawan UD Mulya Rasa

Usia : 25 Tahun

Alamat : Desa Watudandang, Kec. Prambon

Agama : Islam

c. Nama : Heni

Status Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga (konsumen)

Usia : 37 tahun

Alamat : Desa Nanggung, Kec. Prambon

Agama : Islam

d. Nama : Yanto

Status Pekerjaan : Petani (Masyarakat sekitar usaha)

Usia : 45 tahun

Alamat : Desa Watudandang, Kec. Prambon

Agama : Islam

## **B. Temuan Penelitian**

### **1. Pemaparan Data Tentang Perilaku Produsen dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian**

Sebagai salah satu home industri yang berkembang baik hingga mampu memelopori berdirinya usaha lain, tentunya dipastikan produsen UD Mulya Rasa memiliki perilaku tertentu supaya dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen terutama pada masa pandemi Covid-19. Perilaku produsen sangat berpengaruh terhadap perkembangan bisnisnya hingga sampai pada masa sekarang.

#### **a. Inovasi kualitas produk**

Salah satu perilaku produsen yang dilakukan industri kecil UD Mulya Rasa adalah dengan menawarkan produk yang bisa diterima konsumen diberbagai kalangan, sehingga produk bukan hanya bisa di konsumsi setiap hari tapi produk juga

menjadi makanan favorit konsumen ketika mengunjungi kampung halaman. Alasan pemilihan produk juga menjadi pertimbangan untuk bagaimana usaha ini akan berjalan kedepannya, hal tersebut dijelaskan oleh Bapak Suparno selaku pemilik dari UD Mulya Rasa sebagai berikut:

*“Sebelum memulai usaha ini saya dulunya penjual daun pisang di Pasar tradisional di Kota Kediri. Saya mengenal bisnis ketika menyuplai daun pada produsen gethuk pisang dan dari situlah saya belajar dengan teman saya yang juga penyuplai pisang di usaha tersebut. Melihat saya sudah mempunyai link-link penjual pisang sebagai bahan dasar pembuatan gethuk sehingga saat itu saya bertekad membuka usaha dengan memberikan beberapa inovasi pada gethuk pisang yaitu bahan baku dan segi rasa. Gethuk pisang saat itu menjadi produk pilihan saya untuk membuka bisnis karena dilingkungan saya juga belum ada yang memproduksi gethuk pisang. Selain sebagai makanan khas gethuk juga bisa dikonsumsi sebagai jajanan tradisional sehingga juga banyak yang menyukainya diberbagai kalangan dan usia. Bisnis makanan tradisional terutama gethuk juga menjadi inovasi bisnis produsen lain di lingkungan saya.”<sup>102</sup>*

Selain menjelaskan tentang inovasi yang dilakukan hingga mempengaruhi berdirinya usaha lain di lingkungan industri. Hal ini ditemukan saat peneliti melakukan observasi, peneliti melihat terdapat industri sejenis disekitar lokasi UKM Gethuk pisang UD Mulya Rasa.<sup>103</sup> Selaku produsen beliau juga menambahkan akan kualitas produknya:

*“Disini kita memberikan kualitas yang terbaik supaya produk tidak kalah dari produsen lain yang memproduksi makanan serupa dan tidak kalah dengan makanan modern. Kualitas bahan baku, kualitas rasa yang kita*

---

<sup>102</sup> Wawancara dengan Bapak Suparno pemilik UKM Gethuk pisang UD Mulya Rasa pada tanggal 1 Januari 2021

<sup>103</sup> Observasi pada tanggal 30 Desember 2020



*pertahankan, kualitas kebersihan produksi dan memberikan standarisasi keamanan dan kehalalan. Dengan cara melakukan izin kepada dinas terkait sehingga ada izin P-IRT yang akan menjamin konsumen. Selain itu kita juga tidak menggunakan bahan-bahan berbahaya seperti pemanis, pengawet makanan yang berbahaya. Keragaman kemasan juga saya buat sesuai permintaan konsumen, seperti kemasan kecil, sedang dan besar. Kita juga kasih label merek kita ada labelisasi halal juga agar lebih meyakinkan konsumen. Dengan adanya produk yang berkualitas dan sesuai ekspektasi konsumen hal ini akan mempertahankan konsumen hingga meningkatkan keputusan pembelian terutama masa pandemi dimana banyak konsumen yang mengurangi aktivitas belanjanya.”<sup>104</sup>*

Pernyataan tersebut didukung oleh Bapak Yusuf selaku

Karyawan di UD Mulya Rasa, antara lain:

*“Menurut saya kualitas produk yang diberikan sudah sesuai dengan standart keamanan produk agar boleh dikonsumsi. Kita membuat produk dengan tahapan yang sesuai dengan standar kelayakan memasak dengan tingkat kematangan yang pas. Dalam memilih pisang juga benar-benar pisang rajanangka yang berkualitas dari petani di Kabupaten Nganjuk. Dalam proses mengolah kita buat dengan takaran dan bahan yang pas dan tidak memakai bahan berbahaya sejenis pemanis buatan, pewarna buatan dan pengawet berbahaya.”<sup>105</sup>*

Perilaku produsen UD Mulya Rasa pada inovasi produk

dengan tujuan meningkatkan keputusan pembelian melalui

kualitas produk senada dengan pernyataan Ibu Heni selaku

konsumen bahwa:

*“Menurut saya produsen disini menggunakan strategi produk yang baik. Saya merasa cocok dengan kualitas rasanya dan saat itu ada hajatan dirumah saya juga pesan langsung pada Bapak Suparno karena saya mau gethuk yang fresh jadi saya langsung datang ke rumah produksi. Ternyata gethuk yang dibuat tidak mengandung pengawet*

---

<sup>104</sup> Wawancara dengan Bapak Suparno,... tanggal 1 Januari 2021

<sup>105</sup> Wawancara dengan Bapak Yusuf karyawan UKM Gethuk pisang UD Mulya Rasa pada tanggal 1 Januari 2021

*dan saya melihat proses pembuatannya juga baik dan bersih. Selain itu juga pada kemasan produk juga dapat memilih sesuai permintaan konsumen, sehingga menurut saya UD Mulya Rasa selain memberikan kualitas produk mereka juga memberikan produk yang sesuai harapan konsumen.”<sup>106</sup>*

Dalam observasi pada tanggal 1 Januari 2021 ditemukan bahwa inovasi produk bukan hanya dilakukan pada kualitas namun juga pada variasi produk seperti adanya tahu takwa sebagai pelengkap pilihan konsumen dan beragam pilihan kemasan produk.<sup>107</sup> Bertambahnya kemasan dan jenis produk disampaikan oleh Bapak Suparno sebagai berikut:

*“Setelah saya berhasil membuat bisnis gethuk berkembang sehingga saya juga memutuskan menambah varian produk agar lebih menarik minat konsumen. Tahu takwa merupakan produk yang menjadi permintaan konsumen selain pada gethuk pisang. Setiap konsumen yang datang membeli gethuk pisang juga bertanya akan tahu takwa. Hal ini karena adanya gethuk pisang tidak terlepas dari keberadaan tahu takwa. Saat itu permintaan akan tahu takwa juga meningkat sehingga saya juga memberanikan diri membuat tahu takwa untuk memenuhi permintaan konsumen. Sebelumnya ketika konsumen meminta tahu takwa saya memberikan produk teman saya, namun sekarang saya sudah bisa memenuhi permintaan konsumen dengan memproduksi tahu takwa sendiri.”<sup>108</sup>*

Hal tersebut di dukung dengan paparan yang disampaikan oleh Bapak Yanto masyarakat sekitar lokasi usaha UD Mulya Rasa, adalah:

*“Sebagai masyarakat yang berada disekitar lokasi usaha saya juga mengikuti perkembangan usaha ini, beliau merupakan pencetus usaha kecil dilingkungan ini. Inovasi usaha ini akan produk juga sangat baik terlihat bukan*

---

<sup>106</sup> Wawancara dengan Ibu Heni konsumen UKM Gethuk pisang UD Mulya Rasa pada tanggal 10 Januari 2021

<sup>107</sup> Observasi tanggal 1 Januari 2021

<sup>108</sup> Wawancara dengan Bapak Suparno,... tanggal 1 Januari 2021

*hanya gethuk pisang, tahu takwa juga diproduksi. Saya melihat kualitas produk sangat baik, saya sendiri juga pernah berkunjung ke lokasi usaha melihat bahan baku yang berkualitas, tidak adanya bahan berbahaya seperti pengawet, pewarna, proses memasak juga bersih dimana para pekerja juga memakai perlengkapan yang bersih dan higienis.”<sup>109</sup>*

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan beberapa pihak yang dikemukakan oleh Bapak Suparno, Bapak Yusuf, Ibu Heni dan Bapak Yanto dapat disimpulkan bahwa perilaku produsen dalam meningkatkan keputusan pembelian dilakukan dengan memberikan kualitas pada produk seperti memilih produk yang tepat dengan mengutamakan kualitas bahan baku, kualitas rasa, menjamin keamanan dan kehalalan produk, memberikan produk yang sesuai dengan ekspektasi konsumen dengan izin P-IRT, kemasan terdapat label merk produk juga label halal dan menambah variasi produk tahu takwa sebagai pelengkap. Produk gethuk pisang dan tahu takwa merupakan produk yang pastinya sebagai salah satu produk yang setiap hari akan dikonsumsi, sehingga perlu adanya sebuah inovasi kualitas produk yang di suguhkan UD Mulya Rasa untuk mempertahankan konsumennya dan meningkatkan keputusan pembelian.

---

<sup>109</sup> Wawancara dengan Bapak Yanto masyarakat sekitar UKM Gethuk pisang UD Mulya Rasa pada tanggal 8 Februari 2021

## b. Penentuan Harga Produk

Harga merupakan fokus penting yang harus diperhatikan oleh seorang produsen untuk bisa menarik minat konsumen membeli produk. Selain strategi pada produk yang berkualitas, Bapak Suparno juga menjelaskan bagaimana strategi dalam penetapan harga produk bahwa:

*“Dalam penentuan harga produk saya selalu mempertimbangkan dengan bahan baku yang digunakan. Bahan baku produk langsung kita ambil dari petani sehingga memiliki kualitas yang tidak perlu dibandingkan, selain itu juga langsung pada tangan pertama sehingga mendapatkan harga lebih murah. Saya menetapkan harga produk untuk gethuk pisang dan tahu takwa juga mengikuti pesaing di pasaran. Hal ini dilakukan agar produk juga memiliki daya saing dimata produsen lain. Namun harga juga sangat sensitif dimata konsumen hingga terkadang konsumen lebih memilih harga yang murah, sehingga dalam penetapan harga saya juga melihat kemampuan daya beli konsumen.”<sup>110</sup>*

Hal tersebut juga dikatakan oleh Bapak Yusuf selaku

karyawan UD Mulya Rasa bahwa:

*“Kalau disini harga yang ditetapkan seimbang dengan kualitas produk yang diberikan. Saya sendiri sebagai pekerja disini juga mengetahui asal mula produk, kualitas, dan kuantitas yang akan dihasilkan. Sehingga harga yang ditetapkan menurut saya sesuai dengan biaya yang dikeluarkan dan sesuai pada output yang dihasilkan.”<sup>111</sup>*

Konsumen UD Mulya Rasa Ibu Heni juga memaparkan

mengenai harga produk yang ditetapkan bahwa:

*“Harga produk disini menurut saya sudah sesuai dengan ekspektasi saya. Harga yang diberikan standart dan tidak terkesan mahal. Saya mendapatkan kualitas yang baik, produk enak dan marem dengan harga yang pas kantong.”*

---

<sup>110</sup> Wawancara dengan Bapak Suparno,...tanggal 1 Januari 2021

<sup>111</sup> Wawancara dengan Bapak Yusuf,...tanggal 1 Januari 2021

*Menurut saya dengan harga tersebut sangat cocok dijadikan sebagai langganan. Kompetitor lain juga menerapkan harga yang sama, namun juga ada yang sangat murah. Namun menurut saya harga produk sudah sangat sesuai dengan kualitas yang diberikan dan tidak murahan.”<sup>112</sup>*

Selain itu Bapak Yanto masyarakat setempat sekitar lokasi

UD Mulya Rasa juga mengatakan bahwa:

*“Jika dilihat dari kompetitor yang lain usaha ini jauh lebih murah namun kualitas juga sangat baik. Disini juga banyak ditemui usaha dengan produk yang sama, namun kualitasnya juga berbeda. Saya melihat Bapak Suparno menentukan harga juga sangat mempertimbangkan pengeluaran bahan baku dalam produksi dan berusaha menentukan harga yang sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen pada setiap produk.”<sup>113</sup>*

Hal tersebut juga ditambahkan oleh pernyataan Bapak

Suparno selaku pemilik UD Mulya Rasa bahwa:

*“Harga gethuk dan tahu takwa juga saya sesuaikan dengan permintaan konsumen karena juga ada kemasan kecil, sedang dan besar jadi tergantung permintaan konsumen. Harga gethuk kecil mulai dari Rp. 2.000/ 1 biji sedangkan harga tahu takwa mulai Rp. 12.000/1 besek. Pada konsumen yang membeli jumlah banyak juga terdapat harga berbeda karena mendapatkan potongan harga Keuntungan juga saya buat wajar dan sesuai dengan biaya-biaya yang dikeluarkan sehingga penentuan harga produk disini akan sangat memudahkan konsumen karena sesuai daya beli konsumen terhadap produk.”<sup>114</sup>*

**Tabel 4.3**  
**Perbandingan Harga dengan merek lain**

<b>UD Mulya Rasa</b>	<u>Kecil</u>	<u>Sedang</u>	<u>Jumbo</u>
Gethuk pisang	2.000	3.500	5.000
Tahu takwa	14.000	21.000	41.000
<b>Merek lain</b>	<u>Kecil</u>	<u>Sedang</u>	<u>Jumbo</u>
Gethuk pisang	2.200	3.700	5.500

<sup>112</sup> Wawancara dengan Ibu Heni,... tanggal 10 Januari 2021

<sup>113</sup> Wawancara dengan Bapak Yanto,... tanggal 8 Februari 2021

<sup>114</sup> Wawancara dengan Bapak Suparno,... tanggal 1 Januari 2021

Tahu takwa	14.500	21.500	41.500
------------	--------	--------	--------

*Sumber: Olah data peneliti pada Februari 2021*

Hasil observasi penelitian pada tanggal 1 Januari 2021 menunjukkan bahwa usaha ini mempunyai selisih harga yang lebih murah dari produsennya. Hal ini karena seluruh bahan baku yang diperoleh langsung dari produsen kedelai dan pisang juga langsung dari petani di Kabupaten Nganjuk.<sup>115</sup>

Dari penjelasan diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa penetapan harga yang dilakukan oleh UD Mulya Rasa dilihat dengan memperhatikan kompetitor, selera pasar dan kesesuaian pada tingkat biaya-biaya yang dikeluarkan. Harga mempunyai selisih dari produsen lain sehingga namun dengan produk yang berkualitas. Selain itu terdapat potongan harga kepada konsumen yang membeli dalam jumlah banyak ataupun yang sudah langganan. Menurut konsumen harga yang ditetapkan sangat sesuai dengan kualitas yang diberikan, sehingga hal ini menjadi daya tarik sendiri yang dapat memikat kepuasan konsumen. Selain dapat menciptakan loyalitas konsumen, kualitas produk dan harga yang sesuai dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen yang beulang.

#### c. Distribusi dan pelayanan

Distribusi produk dan pelayanan merupakan satu hal yang terkait satu sama lain, sehingga sebagai pertimbangan dalam

---

<sup>115</sup> Observasi pada tanggal 1 Januari 2021

perilaku produsen. Menurut Bapak Suparno distribusi dan pelayanan yang diberikan merupakan salah satu cara yang dilakukan untuk mempertahankan konsumen dan meningkatkan pembelian konsumen pada UD Mulya Rasa.

Bapak Suparno menyatakan bahwa:

*“Saya sangat mengutamakan distribusi dan pelayanan, karena menurut saya itu yang dapat menentukan keberlangsungan usaha saya. Terutama masa pandemi distribusi harus dilakukan pada pasar yang tepat dan saya menggunakan lopper sebagai saluran distribusi. Pasar yang mudah dijangkau konsumen seperti toko oleh-oleh, pasar, warung makan, dan pedagang sayur. Saya juga menginginkan karyawan saya memberikan pelayanan yang baik kepada para konsumen seperti, ramah, tertib, cekatan, dengan begitu konsumen pasti akan semakin merasa puas dan selalu memilih UD Mulya Rasa. Distribusi dan pelayanan yang baik secara tidak langsung dapat meningkatkan keputusan pembelian pada konsumen.”<sup>116</sup>*

Hal ini juga dipaparkan oleh Bapak Yusuf selaku karyawan

pada UD Mulya Rasa yang menyatakan bahwa:

*“Saya dan teman-teman kadang juga bergantian mendistribusikan produk pada toko oleh-oleh, warung makan, pasar dan pedagang sayur keliling. Selain itu kita juga melayani delivery order pesanan dalam jumlah tertentu, dan pelayanan yang kita berikan mulai dari konsumen masuk rumah produksi sampai keluar kita memberikan pelayanan yang baik dan ramah sehingga konsumen akan merasa nyaman berada disini.”<sup>117</sup>*

Pernyataan tersebut juga didukung oleh paparan data yang

dikemukakan oleh Ibu Heni selaku konsumen, yang

menyatakan bahwa:

---

<sup>116</sup> Wawancara dengan Bapak Suparno,... tanggal 1 Januari 2021

<sup>117</sup> Wawancara dengan Bapak Yusuf,... tanggal 1 Januari 2021

*“Menurut saya distribusi dan pelayanan yang diberikan karyawan toko dan pemilik toko sudah sangat baik. Distribusi tepat dilakukan hal ini terlihat dari bagaimana UD Mulya Rasa menempatkan produknya diberbagai tempat(toko oleh-oleh, pasar, warung makan, pedagang sayur) sehingga memudahkan konsumen menjangkau produk tanpa pergi ketempat produksi. Selain itu pelayanan juga sangat ramah, terbukti saat saya pergi ke tempat produksi karyawan toko melayani saya dengan baik dan beretika sopan santun. Hal tersebut menjadi poin lebih bagi saya dan memilihnya sebagai langganan.”<sup>118</sup>*

Kegiatan observasi pada tanggal 1 Januari 2021

menemukan produk juga dijual di toko maupun warung makan.<sup>119</sup> Hal tersebut dibenarkan oleh Bapak Yanto yang merupakan masyarakat sekitar usaha, menyatakan bahwa:

*“Bukan pada konsumen saja pelayanan baik, namun saya juga merasakan ketika saya datang mau mengambil ampas tahu untuk pakan ternak saya, pekerja disana melayani saya dengan baik dan ramah.. Saya melihat distribusi produk juga merata, misalkan di warung makan saya juga menemukan produk UD Mulya Rasa. Sehingga selain memudahkan konsumen untuk mendapatkan produk distribusi juga terbilang sangat terencana dengan adanya lopper yang menghantarkan produk.”<sup>120</sup>*

Hasil wawancara tersebut menjelaskan bahwa distribusi dan pelayanan yang dilakukan UD Mulya Rasa untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Distribusi melalui *lopper* dilakukan dengan memilih pasar yang tepat seperti toko oleh-oleh, pasar, warung makan dan pedagang sayur. Untuk pelayanan dilakukan dengan ramah, humble, sopan dan santun kepada para konsumennya.

---

<sup>118</sup> Wawancara dengan Ibu Heni,... tanggal 21 Januari 2021

<sup>119</sup> Observasi pada tanggal 1 Januari 2021

<sup>120</sup> Wawancara dengan Bapak Yanto,... tanggal 8 Februari 2021



## 2. Pemaparan data tentang Faktor pendukung dan penghambat produsen dalam meningkatkan keputusan pembelian

Selain menjelaskan berbagai perilaku produsen dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen, usaha ini pastinya memiliki pendukung dan penghambat kegiatan bisnisnya. Beliau mengatakan bahwa setiap usaha akan memiliki tantangan bisnis yang akan dihadapi, selain itu akan menemui faktor pendukung dimana usaha akan berjalan dengan baik. Faktor-faktor pendukung dan penghambat tersebut adalah:

### a. Faktor Pendukung

#### 1) Produk

Produk adalah point penting dimana perusahaan akan bertahan, dimana produk dapat berbentuk barang dan jasa. Produk menjadi salah satu pendukung perilaku produsen dijelaskan oleh Bapak Suparno yang menyatakan bahwa:

*“Dalam pemilihan bahan baku saya selektif untuk memilih bahan baku yang berkualitas, proses pemasakan yang pas. Konsisten memberikan bahan yang berkualitas, hasil produk juga akan mempunyai kualitas yang baik. Saya berupaya konsisten memberikan inovasi kualitas produk agar produk juga baik dimata konsumen.”<sup>121</sup>*

Hal tersebut didukung oleh paparan data yang disampaikan oleh Bapak Yusuf selaku karyawan UD Mulya Rasa mengatakan bahwa:

---

<sup>121</sup> Wawancara dengan Bapak Suparno pemilik UKM Gethuk pisang UD Mulya Rasa pada tanggal 23 Februari 2021

*“Kualitas produk yang baik akan menambah persepsi yang bagus pada produk, selain itu upaya yang dilakukan produsen dalam memberikan keragaman kemasan juga sangat tepat untuk bisa memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Sehingga hal ini sangat menarik minat konsumen dalam pembelian.”<sup>122</sup>*

Produk pada UD Mulya Rasa juga menjadi pilihan konsumen karena kualitas yang diberikan, hal ini disampaikan oleh Ibu Heni (konsumen) bahwa:

*“Saya sangat puas dengan produk disini karena produsen selalu memberikan kualitas yang baik untuk kepuasan konsumen, berbeda dengan produsen lain. Produk disini dibuat berbeda seperti rasa yang enak, ukuran produk yang menurut saya lebih besar dari produsen lain dan kemasan yang menarik.”<sup>123</sup>*

Sehingga dapat disimpulkan bahwa inovasi kualitas produk dengan memberikan variasi produk, keragaman kemasan merupakan faktor pendukung perilaku produsen dalam meningkatkan keputusan pembelian. Kualitas rasa yang enak, ukuran produk yang lebih besar dan kemasan menarik menjadi pilihan konsumen. Kualitas akan produk dengan sendirinya mempengaruhi konsumen, sehingga menciptakan loyalitas konsumen.

## 2) Pelayanan

Pelayanan merupakan service yang diberikan dalam rangka memudahkan konsumen. Semakin konsumen dimudahkan semakin baik pula persepsi konsumen terhadap

---

<sup>122</sup> Wawancara dengan Bapak Yusuf karyawan UKM Gethuk pisang UD Mulya Rasa pada tanggal 25 Februari 2021

<sup>123</sup> Wawancara dengan Ibu Heni konsumen UKM Gethuk pisang UD Mulya Rasa pada tanggal 1 Maret 2021

usaha. Pelayanan juga dilakukan untuk meyakinkan konsumen terhadap produk. Bapak Suparno mengatakan bahwa:

*“Dalam pelayanan saya terjun langsung melayani pembeli dan juga melibatkan karyawan saya. Salah satu layanan pesan antar dalam pembelian tertentu juga sangat mendukung konsumen. Selain itu saya menganjurkan karyawan saya untuk melakukan pelayanan yang baik, ramah, sopan dan santun kepada konsumen.”<sup>124</sup>*

Observasi yang dilakukan pada tanggal 1 Januari menemukan bahwa karyawan memberikan pelayanan yang ramah kepada konsumen.<sup>125</sup> Hal ini didukung pernyataan oleh Bapak Yusuf (karyawan) bahwa:

*“Saya dan teman-teman memberikan pelayanan yang maksimal, hal ini dilakukan kepada semua konsumen yang datang ke toko atau rumah produksi atau juga pada masyarakat sekitar yang berkunjung. Pelayanan dapat berupa pesan antar atau melayani pembelian kita selalu menerapkan senyum, sapa, dan salam.”<sup>126</sup>*

Hal tersebut senada dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Ibu Heni selaku konsumen, menyatakan bahwa:

*“Saya merasa sangat puas akan pelayanan yang ramah, baik, sopan dan santun. Saya merasa dihargai sebagai pembeli dan tidak pernah mengecewakan konsumen. Layanan pesan antar juga tersedia hingga sangat memudahkan saya ketika membutuhkan dengan cepat.”<sup>127</sup>*

---

<sup>124</sup> Wawancara dengan Ibu Heni konsumen UKM Gethuk pisang UD Mulya Rasa pada tanggal 1 Maret 2021

<sup>125</sup> Observasi pada tanggal 1 Januari 2021

<sup>126</sup> Wawancara dengan Bapak Yusuf,... tanggal 25 Februari 2021

<sup>127</sup> Wawancara dengan Ibu Heni,... tanggal 1 Maret 2021

Dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa pelayanan diberikan pada konsumen dengan ramah, sopan dan santun. Pelayanan yang baik akan membuat konsumen merasa puas, hingga tercipta loyalitas konsumen. Hal ini dilakukan agar konsumen tidak beralih pada produk ditempat lain. Karyawan toko maupun produksi melakukan pelayanan yang baik dan menerapkan senyum, sapa dan salam kepada setiap pelanggan. Selain itu pelayanan yang baik akan meningkatkan nilai produk dan bisnis menjadi lebih baik dimata konsumen.

### 3) Harga

Harga sangat sensitive bagi konsumen, terutama pada konsumen yang melihat harga dan kualitas pada produk yang diberikan. Harga yang murah kadang menjadi tujuan konsumen dalam mengkonsumsi produk. Sehingga Bapak Suparno sangat mempertimbangkan keputusan mengambil harga, hal tersebut sesuai oleh paparan data Bapak Suparno yang mengatakan bahwa:

*“Harga saya tetapkan berdasarkan kualitas produk, bahan baku dan kompetitor. Agar produk juga lebih mempunyai daya saing, harga produk juga diperhitungkan dengan kemampuan daya beli konsumen. Dalam mengambil keuntungan saya tidak terlalu banyak, karena kalau keuntungan tinggi nanti juga akan menyebabkan harga menjadi mahal.”<sup>128</sup>*

---

<sup>128</sup> Wawancara dengan Bapak Suparno,... tanggal 23 Februari 2021

Hal tersebut senada yang dikemukakan oleh Bapak Yusuf (karyawan) UD Mulya Rasa, yang menyatakan bahwa:

*“Harga produk murah seringkali menjadi pilihan konsumen, namun selain murah kami juga memberikan kualitas yang baik. Harga tidak memberatkan konsumen dan pembelil yang ingin menjual lagi produk. Konsumen dengan pembelian banyak Bapak Suparno sendiri memberikan potongan harga, sehingga tidak menyulitkan konsumen dan bisa menjalin kerja sama yang berkelanjutan.”<sup>129</sup>*

Observasi pada tanggal 1 Maret 2021 menemukan Bapak Suparno memberikan diskon berupa potongan harga kepada konsumen.<sup>130</sup> Disampaikan juga oleh Ibu Heni (konsumen) tentang harga produk pada UD Mulya Rasa:

*“Harga pada produk gethuk pisang dan tahu takwa menurut saya sudah sangat murah namun kualitas juga baik. Saya membeli dalam jumlah banyak juga mendapat potongan harga, sehingga saya suka langganan karena selain murah juga kualitas rasa yang enak dan cocok dijual lagi.”<sup>131</sup>*

Dari hasil wawancara tersebut dapat dilihat bahwa strategi harga sangat penting dilakukan untuk menarik perhatian konsumen dalam mengkonsumsi produk. Selain itu keuntungan diambil sesuai pada biaya yang dikeluarkan dan hasil yang diperoleh. Harga yang murah menjadikan langganan konsumen sehingga cocok dijual kembali karena adanya potongan harga yang diberikan produsen. Dengan

---

<sup>129</sup> Wawancara dengan Bapak Yusuf,... tanggal 25 Februari 2021

<sup>130</sup> Observasi pada tanggal 1 Maret 2021

<sup>131</sup> Wawancara dengan Ibu Heni,... tanggal 1 Maret 2021

begitu terjadi keseimbangan antara harga yang standart pada produk yang berkualitas. Sehingga produk akan menjadi lebih terekspose dimata konsumen yang secara tidak langsung dapat meningkatkan keputusan pembelian.

## b. Faktor Penghambat

### 1. Persaingan

Banyak yang menjual olahan makanan modern yang dapat mengubah pola pikir konsumen untuk berhenti mengkonsumsi makanan tradisional seperti gethuk dan tahu takwa. Sebagaimana yang di katakan oleh Bapak Suparno, adalah sebagai berikut:

*“Sebelumnya dulu tidak ada pesaing seperti sekarang ini, sekarang saja penjual makanan banyak dan bermacam-macam jenisnya. Sedangkan gethuk pisang hanya makanan tradisional yang luput dari perhatian masyarakat. Selain itu tahu takwa juga merupakan makanan yang sudah ada sejak dulu, mungkin peminatnya beda dari dulu hingga sekarang. Sekarang penjual lebih kreatif menjual berbagai olahan produk yang bernilai jual lebih tinggi, sulit kalau dibandingkan sama produk yang saya jual. Banyaknya produk yang ditawarkan membuat konsumen banyak memiliki alternatif pilihan lain, dengan itu keputusan pembelian.”<sup>132</sup>*

Dengan banyaknya pesaing tidak membuat Bapak Suparno khawatir, beliau tetap bersyukur bisa melakukan produksi setiap hari. Zaman sekarang orang-orang suka mengkonsumsi makanan *fast food* akibat dari modernisasi.

---

<sup>132</sup> Wawancara dengan Bapak Suparno,... tanggal 23 Februari 2021

Hal ini diperkuat paparan data Ibu Heni selaku konsumen

UD Mulya Rasa, adalah sebagai berikut:

*“Sebenarnya jajan atau makanan buat oleh-oleh atau cemilan itu banyak jenisnya, seperti brownis, pizza, kebab itu banyak ditemukan. Namun kalau saya sendiri suka dengan gethuk pisang dan keluarga saya juga penyuka tahu, jadi ya tidak ada alasan untuk tidak mengkonsumsi keduanya. Menurut saya gethuk pisang juga makanan enak dan sehat karena tanpa bahan pengawet.”<sup>133</sup>*

Observasi pada tanggal 1 Maret 2021 menemukan banyak pesaing produk sejenis yang berada disekitar lokasi usaha, selain itu terdapat persaingan produk olahan makanan yang lebih modern dan beragam jenisnya.<sup>134</sup> Hal

tersebut didukung oleh paparan data yang disampaikan oleh Bapak Yusuf selaku karyawan yang menyatakan bahwa:

*“Selain itu makanan jenis ini juga sudah banyak yang memproduksi, dan hampir seluruh wilayah tidak asing pada kedua jenis makanan ini. Sehingga kita juga kesulitan dalam menemukan konsumen baru. Namun kita selalu mengupayakan dan konsisten agar produk tetap memiliki kualitas yang sama dengan begitu dapat mempertahankan konsumen dan meningkatkan keputusan pembelian.”<sup>135</sup>*

Dari kesimpulan hasil wawancara tersebut bahwa kemunculan produk yang beragam dan produk sejenis sangat menghambat produsen dalam meningkatkan keputusan pembelian. Hal ini menjadikan banyak konsumen yang enggan mengkonsumsi makanan tradisional dan lebih memilih makanan yang modern. Selain itu olahan gethuk

---

<sup>133</sup> Wawancara dengan Ibu Heni,... tanggal 1 Maret 2021

<sup>134</sup> Observasi pada tanggal 1 Maret 2021

<sup>135</sup> Wawancara dengan Bapak Yusuf,... tanggal 25 Februari 2021

pisang dan tahu takwa sekarang sudah menjadi makanan yang umum yang sudah banyak diproduksi. Cara tersebut diatasi dengan memberikan konsistensi terhadap kualitas produk sehingga akan mempertahankan konsumen dan menarik minat beli konsumen.

## 2. Produk cacat

Produk cacat diakibatkan oleh proses produksi yang kurang berhati-hati dan penyimpanan yang tidak sesuai. Hal ini disampaikan oleh Bapak Suparno selaku pemilik UD Mulya Rasa, adalah sebagai berikut:

*“Biasanya ada produk yang cacat itu misal warnanya kuningnya yang kurang bagus, tahu hancur jadi tidak bisa kejual. Jadi ya kita konsumsi sendiri di kasih ke karyawan maupun tetangga. Kalau pada gethuk biasanya ada yang menjamur karena lama berada ditempat yang lembab sehingga tidak bisa dikonsumsi. Kalau solusinya ya dikemas gethuk ada label kadaluarsanya sama himbauan simpan pada tempat sejuk. Ya kadang orang tidak terlalu memperhatikan penyimpanan, biasanya komplain ya saya kasih tau cara-caranya dan saya ganti dengan produk yang baru.”<sup>136</sup>*

Hal tersebut juga disampaikan oleh Bapak Yusuf selaku karyawan UD Mulya Rasa yang menyatakan bahwa:

*“Kadang kesalahan-kesalah teknis juga sering terjadi, entah kurang komunikasi atau kita yang teledor dalam bekerja. Tapi itu tidak terjadi setiap hari dalam melakukan produksi, namun kesalah tersebut menjadi bahan evaluasi kita. Kadang juga tahu yang cacat warna itu dijual dengan harga yang murah oleh Bapak Suparno dan sebagian diberikan kepada karyawannya dan tetangga sekitar. Untuk menghindari kesalahan*

---

<sup>136</sup> Wawancara dengan Bapak Suparno,... tanggal 23 Februari 2021



*kita selalu melakukan pengecekan sebelum produksi dimulai dan mensortir produk sebelum didistribusikan.*"<sup>137</sup>

Produk yang cacat secara tidak langsung memberikan pengaruh negatif bagi konsumen, hal ini dikatakan oleh Ibu Heni (konsumen) bahwa:

*"Selama saya berlangganan disini saya pernah beberap kali menjumpai produk yang cacat seperti kadang pengemasan produk kurang pas dan sedikit terbuka, juga warna kuning tidak merata pada tahu. Saya langsung komplain dan saat itu juga diganti. Saya memberikan masukan agar saat memproduksi lebih fokus dan berhati-hati.*"<sup>138</sup>

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa selain pada persaingan produk, adanya produk yang cacat juga menjadi hambatan produsen dalam meningkatkan keputusan pembelian. Produk cacat seperti warna tahu kurang merata, gethuk pisang menjamur yang disebabkan *human error* sehingga produk tidak laku terjual. Kadang produk yang cacat warna tersebut dijual dengan harga yang murah untuk menutup biaya produksi dan sebagian di berikan pada karyawan dan tetangga sekitar. Untuk mengatasinya dengan melakukan sortir dan melakukan proses produksi dengan hati-hati.

### 3. Pemasaran dan promosi

Pemasaran merupakan salah satu bentuk promosi perusahaan. Dimana pemasaran dilakukan pasti

---

<sup>137</sup> Wawancara dengan Bapak Yusuf,... tanggal 25 Februari 2021

<sup>138</sup> Wawancara dengan Ibu Heni,... tanggal 1 Maret 2021

mengandung sebuah promosi. Hambatan yang dirasakan

Bapak Suparno adalah:

*“Pemasaran kurang begitu saya lakukan dan tidak bisa saya lakukan secara online karena saya tidak bisa menggunakan media sosial, terlebih masa pandemi seperti ini banyak orang yang enggan datang dan lebih memilih produk yang dijual secara online. Jadi media promosi hanya mengandalkan testi konsumen yang sudah pernah order atau melalui mulut ke mulut. Saya dan karyawan saya memasarkan dan mempromosikan langsung dengan mengatakan keunggulan produk, harga dan kualitas dengan sebenarnya. Kesuaian deskripsi dengan keadaan produk dapat mempertahankan konsumen, karena jika produk tidak sesuai dengan deskripsi produk, konsumen akan kecewa dan meninggalkan produk kami. Selain itu saya juga memberikan diskon berupa potongan harga kepada konsumen yang membeli dengan jumlah banyak.”<sup>139</sup>*

Observasi penelitian pada tanggal 1 Maret 2021

menunjukkan bahwa tidak adanya aktivitas pemasaran dan promosi melalui media sosial, hal ini terbukti tidak adanya media promosi online dan hanya menggunakan *whatsaap* sebagai media komunikasi.<sup>140</sup> Hal tersebut diperkuat dalam pernyataan Bapak Yusuf selaku karyawan UD Mulya Rasa yang menyatakan bahwa:

*“Pemasaran hanya dilakukan pada sekitar wilayah saja, karena produk makanan yang tidak mengandung pengawet jadi pemasaran hanya pada wilayah tertentu. Selain itu promosi kita tidak bisa dengan media online, karena keterbatasan pengetahuan sumberdaya manusia akan pengetahuan media sosial. Jadi hanya melakukan media mulut ke mulut untuk mengenalkan produk.*

---

<sup>139</sup> Wawancara dengan Bapak Suparno,... tanggal 23 Februari 2021

<sup>140</sup> Observasi pada tanggal 1 Maret 2021

*Hanya komunikasi melalui whatsapp sebagai media penghubung dan komunikasi dengan konsumen.”<sup>141</sup>*

Pemasaran dan promosi juga menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Jika pemasaran dan promosi kurang dilakukan konsumen juga tidak mengetahui keberadaan produk di pasar:

*“Menurut saya produsen disini kurang melakukan pemasaran dan promosi, terlebih pada media sosial. Keterbatasan SDM akan pengetahuan media sosial seperti ini menjadi penghambat produsen melakukan pemasaran dan promosi. Pemasaran hanya mengandalkan lopper dan promosi media mulut kemulut kurang efektif dilakukan terutama dimasa pandemi seperti sekarang.”<sup>142</sup>*

Dari hasil wawancara tersebut dijelaskan bahwa promosi hanya dilakukan dengan media mulut kemulut oleh konsumen kepada calon konsumen dan Bapak Suparno dengan karyawannya. Pemasaran media online tidak didukung karena keterbatasan sumberdaya manusia. Bapak Suparno hanya memanfaatkan whatsapp sebagai media penghubung komunikasi dengan konsumennya. Pemasaran mengandalkan *lopper* sebagai perantara pada konsumen. Oleh sebab itu UD Mulya Rasa harus meningkatkan kualitas sumber daya manusianya untuk bisa melakukan pemasaran online. Pemasaran online sangat penting dilakukan mengingat adanya pandemi Covid-19 yang membutuhkan pemasaran yang efektif dan efisien.

---

<sup>141</sup> Wawancara dengan Bapak Yusuf,... tanggal 25 Februari 2021

<sup>142</sup> Wawancara dengan Ibu Heni,... tanggal 1 Maret 2021

Tabel 4.4

## Hasil Uji Triangulasi

## Perilaku Produsen dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian

Instrumen	Informan A (Pemilik)	Informan B (Konsumen)	Informan C (Karyawan)	Informan D (Masyarakat sekitar)
Inovasi Kualitas Produk	<p>Memberikan kualitas yang terbaik supaya Produk tidak kalah dari produsen lain yang memproduksi makanan serupa dan tidak kalah dengan makanan modern.</p> <p>Kualitas bahan baku, kualitas rasa yang kita pertahankan, kualitas kebersihan produksi dan memberikan standarisasi keamanan dan kehalalan. Dengan cara melakukan izin kepada dinas terkait sehingga ada izin P-IRT yang akan menjamin konsume Terdapat merek dan label halal pada kemasan.</p> <p>Selain itu kita juga tidak menggunakan bahan-bahan berbahaya seperti pemanis, pengawet makanan yang berbahaya. Keragaman kemasan juga saya buat sesuai permintaan konsumen, seperti kemasan kecil, sedang dan besar.</p>	<p>Produsen disini menggunakan Stategi produk yang baik. Saya merasa cocok dengan kualitas rasanya dan saat itu ada hajatan dirumah saya juga pesan langsung pada Bapak Suparno karena saya mau gethuk yang fresh jadi saya langsung datang ke rumah produksi. Ternyata gethuk yang dibuat tidak mengandung pengawet dan saya melihat proses pembuatannya juga baik dan bersih. Selain itu juga pada kemasan produk juga dapat memilih sesuai permintaan konsumen, sehingga UD Mulya Rasa selain memberikan kualitas produk mereka memberikan</p>	<p>Kualitas produk yang diberikan Sudah sesuai dengan standart keamanan produk agar boleh dikonsumsi. Kita membuat produk dengan tahapan yang sesuai dengan standar kelayakan memasak dengan tingkat kematangan yang pas. Dalam memilih pisang juga benar-benar pisang rajanangka yang berkualitas dari petani di Kabupaten Nganjuk. Dalam proses mengolah kita buat dengan takaran dan bahan yang pas dan tidak memakai bahan berbahaya sejenis pemanis buatan, pewarna buatan dan pengawet berbahaya.</p>	<p>Sebagai masyarakat yang berada disekitar lokasi usaha saya juga mengikuti perkembangan usaha ini, beliau merupakan pencetus usaha kecil dilingkungan ini. Inovasi usaha ini akan produk juga sangat baik terlihat bukan hanya gethuk pisang, tahu takwa juga diproduksi. Saya melihat kualitas produk sangat baik, saya sendiri juga pernah berkunjung ke lokasi usaha melihat bahan baku yang berkualitas, tidak adanya bahan berbahaya seperti pengawet, pewarna, proses memasak juga bersih dimana para pekerja juga memakai perlengkapan yang bersih dan higienis.</p>

		produk sesuai harapan konsumen.		
Penentuan Harga Produk	Penentuan harga produk selalu mempertimbangkan dengan bahan baku yang digunakan. Bahan baku produk langsung kita ambil dari petani sehingga memiliki kualitas yang tidak perlu dibandingkan, selain itu juga langsung pada tangan pertama sehingga mendapatkan harga lebih murah. Saya menetapkan harga produk untuk gethuk pisang dan tahu takwa juga mengikuti pesaing di pasaran. Hal ini dilakukan agar produk juga memiliki daya saing dimata produsen lain. Namun harga juga sangat sensitif dimata konsumen hingga terkadang konsumen lebih memilih harga yang murah, sehingga dalam penetapan harga saya juga melihat kemampuan daya beli konsumen.	Harga produk disini menurut saya sudah sesuai dengan ekspektasi saya. Harga yang diberikan standart dan tidak terkesan mahal. Saya mendapatkan kualitas yang baik, produk enak dan marem dengan harga yang pas kantong. Menurut saya dengan harga tersebut sangat cocok dijadikan sebagai langganan. Kompetitor lain juga menerapkan harga yang sama, namun juga ada yang sangat murah. Namun menurut saya harga prduk sudah sangat sesuai dengan kualitas yang diberikan dan tidak murahan.	Kalau disini harga yang ditetapkan seimbang dengan kualitas produk yang diberikan. Saya sendiri sebagai pekerja disini juga mengetahui asal mula produk, kualitas, dan kuantitas yang akan dihasilkan. Sehingga harga yang ditetapkan menurut saya sesuai dengan biaya yang dikeluarkan dan sesuai pada output yang dihasilkan.	Jika dilihat dari kompetitor yang lain usaha ini jauh lebih murah namun kualitas juga sangat baik. Disini juga banyak ditemui usaha dengan produk yang sama, namun kualitasnya juga berbeda. Saya melihat Bapak Suparno menentukan harga juga sangat mempertimbangkan pengeluaran bahan baku dalam produksi dan berusaha menentukan harga yang sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen pada setiap produk
Pelayanan dan distribusi	Saya sangat mengutamakan distribusi dan pelayanan, karena menurut saya itu yang dapat menentukan keberlangsungan usaha saya. Terutama masa pandemi distribusi harus dilakukan pada pasar	Menurut saya distribusi dan pelayanan yang diberikan karyawan toko dan pemilik toko sudah sangat baik. Distribusi tepat dilakukan hal ini terlihat dari	Saya dan teman-teman kadang juga bergantian mendistribusikan produk pada toko oleh-oleh, warung makan, pasar dan pedagang sayur keliling. Selain itu kita juga melayani	Bukan pada konsumen saja pelayanan baik, namun saya juga merasakan ketika saya datang mau mengambil ampas tahu untuk pakan ternak saya, pekerja disana melayani saya dengan baik dan ramah.. Saya melihat distribusi

	<p>yang tepat dan saya menggunakan lopper sebagai saluran distribusi. Pasar yang mudah dijangkau konsumen seperti toko oleh-oleh, pasar, warung makan, dan pedagang sayur. Saya juga mengarahkan karyawan saya memberikan pelayanan yang baik kepada para konsumen seperti, ramah, tertib, cekatan, dengan begitu konsumen pasti akan semakin merasa puas dan selalu memilih UD Mulya Rasa.</p>	<p>bagaimana UD Mulya Rasa menempatkan produknya diberbagai tempat(toko oleh-oleh, pasar, warung makan, pedagang sayur) sehingga memudahkan konsumen menjangkau produk tanpa pergi ketempat produksi. Selain itu pelayanan juga sangat ramah, terbukti saat saya pergi ke tempat produksi karyawan toko melayani saya dengan baik dan beretika sopan santun. Hal tersebut menjadi poin lebih bagi saya dan memilihnya sebagai langganan.</p>	<p>delivery order pesanan dalam jumlah tertentu, dan pelayanan yang kita berikan mulai dari konsumen masuk rumah produksi sampai keluar kita memberikan pelayanan yang baik dan ramah sehingga konsumen akan merasa senang membeli produk disini.</p>	<p>produk juga merata, misalkan di warung makan saya juga menemukan produk UD Mulya Rasa. Sehingga selain memudahkan konsumen untuk mendapatkan produk distribusi juga terbilang sngat terencana dengan adanya lopper yang menghantarkan produk.</p>
--	---	--	---	--

**Tabel 4.5**  
**Tabel Faktor Pendukung dan Penghambat Produsen dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian**

Instrumen	Faktor pendukung		
	Informan A (Pemilik)	Informan B (Konsumen)	Informan C (Karyawan)
Produk	Dalam pemilihan bahan baku saya selektif untuk memilih bahan baku yang berkualitas, proses pemasakan yang pas. Memberikan bahan yang berkualitas, hasil produk juga akan mempunyai kualitas yang baik. Saya berupaya konsisten memberikan inovasi kualitas produk agar produk juga baik dimata konsumen.	Saya sangat puas dengan produk disini karena produsen selalu memberikan kualitas yang baik untuk kepuasan konsumen, berbeda dengan produsen lain. Produk disini dibuat berbeda seperti rasa yang enak, ukuran produk yang menurut saya lebih besar dari produsen lain dan kemasan yang menarik.	Kualitas produk yang baik akan menambah persepsi yang bagus pada produk, selain itu upaya yang dilakukan produsen dalam memberikan keragaman kemasan juga sangat tepat untuk bisa memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Sehingga hal ini sangat menarik minat konsumen dalam pembelian.
Pelayanan	Dalam pelayanan saya terjun langsung melayani pembeli dan juga melibatkan karyawan saya. Salah satu layanan pesan antar dalam pembelian tertentu juga sangat mendukung konsumen. Selain itu saya menganjurkan karyawan saya untuk melakukan pelayanan yang baik, ramah, sopan dan santun kepada konsumen.	Saya merasa sangatpuas akan pelayanan yang ramah, baik, sopan dan santun. Saya merasa dihargai sebagai pembeli dan tidak pernah mengecewakan konsumen. Layanan pesan antar juga tersedia hingga sangat memudahkan saya ketika membutuhkan dengan cepat.	Saya dan teman-teman memberikan pelayanan yang maksimal, hal ini dilakukan kepada semua konsumen yang datang ke toko atau rumah produksi atau juga pada masyarakat sekitar yang berkunjung. Pelayanan dapat berupa pesan antar atau melayani pembelian kita selalu menerapkan senyum, sapa, dan salam.

<p>Harga</p>	<p>Harga saya tetapkan berdasarkan kualitas produk, bahan baku dan kompetitor. Agar produk juga lebih mempunyai daya saing, harga produk juga diperhitungkan dengan kemampuan daya beli konsumen. Dalam mengambil keuntungan saya tidak terlalu banyak, karena kalau keuntungan tinggi nanti juga akan menyebabkan harga menjadi mahal.</p>	<p>Harga pada produk gethuk pisang dan tahu takwa menurut saya sudah sangat murah namun kualitas juga baik. Saya membeli dalam jumlah banyak juga mendapat potongan harga, sehingga saya suka langganan karena selain murah juga kualitas rasa yang enak dan cocok dijual lagi.</p>	<p>Harga produk murah seringkali menjadi pilihan konsumen, namun selain murah kami juga memberikan kualitas yang baik. Harga tidak memberatkan konsumen dan pembelil yang ingin menjual lagi produk. Konsumen dengan pembelian banyak Bapak Suparno sendiri memberikan potongan harga, sehingga tidak menyulitkan konsumen dan bisa menjalin kerja sama yang berkelanjutan.</p>
--------------	---	---	---



Instrumen	Faktor Penghambat		
	Informan A (Pemilik)	Informan B (Konsumen)	Informan C (Karyawan)
Persaingan	<p>Sebelumnya dulu tidak ada pesaing seperti sekarang ini, sekarang saja penjual makanan banyak dan bermacam-macam jenisnya. Sedangkan gethuk pisang hanya makanan tradisional yang luput dari perhatian masyarakat. Selain itu tahu takwa juga merupakan makanan yang sudah ada sejak dulu, mungkin peminatnya beda dari dulu hingga sekarang. Sekarang penjual lebih kreatif menjual berbagai olahan produk yang bernilai jual lebih tinggi, sulit kalau dibandingkan sama produk yang saya jual. Banyaknya produk yang ditawarkan membuat konsumen banyak memiliki alternatif pilihan lain, dengan itu keputusan pembelian.</p>	<p>Sebenarnya jajan atau makanan buat oleh-oleh atau cemilan itu banyak jenisnya, seperti brownis, pizza, kebab itu banyak ditemukan. Namun kalau saya sendiri suka dengan gethuk pisang dan keluarga saya juga penyuka tahu, jadi ya tidak ada alasan untuk tidak mengkonsumsi keduanya. Menurut saya gethuk pisang juga makanan enak dan sehat karena tanpa bahan pengawet.</p>	<p>Selain itu makanan jenis ini juga sudah banyak yang memproduksi, dan hampir seluruh wilayah tidak asing pada kedua jenis makanan ini. Sehingga kita juga kesulitan dalam menemukan konsumen baru. Namun kita selalu mengupayakan dan konsisten agar produk tetap memiliki kualitas yang sama dengan begitu dapat mempertahankan konsumen dan meningkatkan keputusan pembelian.</p>

<p>Produk cacat</p>	<p>Biasanya ada produk yang cacat itu misal warnanya kuningnya yang kurang bagus, tahu hancur jadi tidak bisa kejual. Jadi ya kita konsumsi sendiri di kasih ke karyawan maupun tetangga. Kalau pada gethuk biasanya ada yang menjamur karena lama berada ditempat yang lembab sehingga tidak bisa dikonsumsi. Kalau solusinya ya dikemas gethuk ada label kadaluarsanya sama himbauan simpan pada tempat sejuk. Ya kadang orang tidak terlalu memperhatikan penyimpanan, biasanya komplain ya saya kasih tau cara-caranya dan saya ganti dengan produk yang baru.</p>	<p>Selama berlangganan disini saya pernah beberapakali menjumpai produk yang cacat seperti kadang pengemasan produk kurang pas dan sedikit terbuka, juga warna kuning tidak merata pada tahu. Saya langsung komplain dan saat itu juga diganti. Saya memberikan masukan agar saat memproduksi lebih fokus dan berhati-hati</p>	<p>Kadang kesalahan-kesalahan teknis juga sering terjadi, entah kurang komunikasi atau kita yang teledor dalam bekerja. Tapi itu tidak terjadi setiap hari dalam melakukan produksi, namun kesalahan tersebut menjadi bahan evaluasi kita. Kadang juga tahu yang cacat warna itu dijual dengan harga yang murah oleh Bapak Suparno dan sebagian diberikan kepada karyawannya dan tetangga sekitar. Untuk menghindari kesalahan kita selalu melakukan pengecekan sebelum produksi dimulai dan mensortir produk sebelum didistribusikan</p>
---------------------	--	--	---

<p>Kurangnya Pemasaran dan Promosi</p>	<p>Pemasaran kurang begitu saya lakukan dan tidak bisa saya lakukan secara online karena saya tidak bisa menggunakan media sosial, terlebih masa pandemi seperti ini banyak orang yang enggan datang dan lebih memilih produk yang dijual secara online. Jadi media promosi hanya mengandalkan testi konsumen yang sudah pernah order atau melalui mulut ke mulut. Saya dan karyawan saya memasarkan dan mempromosikan langsung dengan mengatakan keunggulan produk, harga dan kualitas dengan sebenarnya. Kesuaian deskripsi dengan keadaan produk dapat mempertahankan konsumen, karena jika produk tidak sesuai dengan deskripsi produk, konsumen akan kecewa dan meninggalkan produk kami. Selain itu saya juga memberikan diskon berupa potongan harga kepada konsumen yang membeli dengan jumlah banyak.</p>	<p>Menurut saya produsen disini kurang melakukan pemasaran dan promosi, terlebih di media sosial. Keterbatasan SDM akan pengetahuan media sosial seperti ini menjadi penghambat produsen melakukan pemasaran dan promosi. Pemasaran hanya mengandalkan lopper dan promosi media mulut kemulut kurang efektif dilakukan terutana dimasa pandemi seperti sekarang.</p>	<p>Pemasaran hanya dilakukan pada sekitar wilayah saja, karena produk makanan yang tidak mengandung pengawet jadi pemasaran hanya pada wilayah tertentu. Selain itu promosi kita tidak bisa dengan media online, karena keterbatasan pengetahuan sumberdaya manusia akan pengetahuan media sosial. Jadi hanya melakukan media mulut ke mulut untuk mengenalkan produk. Hanya komunikasi melalui whatsapp sebagai media penghubung dan komunikasi dengan konsumen.</p>
--	--	--	---

Faktor pendukung dan faktor penghambat produsen dalam meningkatkan keputusan pembelian di UKM Gethuk pisang UD Mulya Rasa terletak pada kualitas produk, pelayanan dan harga. Dimana produsen

yang berusaha konsisten memberikan produk yang berkualitas mulai dari bahan baku, proses pembuatan, adanya standarisasi keamanan P-IRT dan terjamin kehalalan. Harga yang ditawarkan juga cukup murah bagi konsumen dan mengambil keuntungan dalam konteks yang wajar. Pelayanan maksimal dilakukan produsen dan karyawan dengan menerapkan senyum, sapa dan salam yang didukung dengan adanya layanan pesan antar (*delivery order*) sehingga memudahkan konsumen. Sedangkan pada faktor penghambatnya terletak pada persaingan, produk cacat dan kurangnya pemasaran dan promosi yang dilakukan. Persaingan disini karena jenis usaha ini sudah banyak yang memproduksi hingga disemua tempat sudah ditemukan produk gethuk pisang dan tahu takwa, selanjutnya juga banyak ditemukan produk makanan yang lebih modern dan beragam yang muncul menarik minat konsumen. Adanya produk cacat saat produksi dan produsen kurang melakukan pemasaran dan promosi untuk mendukung perkembangan usahanya.