

Pengaruh Promosi Terhadap Penjualan Madu di PT Suhita Lebah Indonesia

The Effect of Promotion on Honey Sales at PT Suhita Lebah Indonesia

Salwa Diva Khasanah¹, Kusmaria², Muhammad Zaini³

¹Politeknik Negeri Lampung / Pengelolaan Agribisnis

²Politeknik Negeri Lampung / Agribisnis Pangan

*E-mail : salwadivaa24@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap penjualan madu di PT Suhita Lebah Indonesia. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumen perusahaan. Metode analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis promosi, biaya promosi, dan mengetahui media promosi yang paling efektif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi memiliki hubungan positif terhadap penjualan, dengan dua media yang paling efektif adalah Shopee dan Instagram. Penelitian ini merekomendasikan diversifikasi strategi promosi untuk meningkatkan efektivitas pemasaran

Kata kunci : Promosi, Penjualan, Madu, Analisis Deskriptif

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of promotion on honey sales at PT Suhita Lebah Indonesia. Data is collected through observations, interviews, and company documents. The descriptive analysis method is used to analyze promotions, promotion costs, and find out the most effective promotional media. The results of the study show that promotions have a positive relationship with sales, with the two most effective media being Shopee and Instagram. This study recommends diversifying promotional strategies to improve marketing effectiveness.

Keywords: Promotion, Sales, Honey, Descriptive analysis.

Disubmit : 25 November 2024; **Diterima:** 12 Januari 2025; **Disetujui :** 12 Mei 2025

PENDAHULUAN

Jenis madu yang banyak ditemukan di Indonesia ada empat jenis lebah madu yaitu, Lebah lokal (*Apis Cerana*), Lebah liar (*Apis Dorsata*), Lebah Klanceng (*Apis Trigona*), dan Lebah Unggul (*Apis Mellifera*) (Royani, 2023). *Apis Mellifera* termasuk jenis lebah yang unggul sejak tahun 1841 sampai sekarang. Lebah *Apis mellifera* memiliki koloni yang bertahan lama, dan jenis *Apis Mellifera* termasuk jenis unggulan para



Lisensi

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional.

peternak lebah, karena produksi madu dari lebah ini tergolong sangat tinggi, bisa mencapai 40 kilogram per tahun untuk satu koloni. Lebah Apis Mellifera mampu beradaptasi dalam berbagai jenis iklim. Lebah Apis Mellifera merupakan jenis lebah yang membutuhkan sumber pakan yang cukup banyak. Lebah Apis Mellifera mampu bertahan dalam cuaca dingin, bertahan terhadap penyakit, dan sangat produktif dalam menghasilkan madu

PT Suhita Lebah Indonesia adalah perusahaan yang bergerak dalam usaha budidaya lebah madu dengan jenis lebah bersengat dan lebah tanpa sengat serta pengolahan produk turunan lebah madu propolis dengan riset dan teknologi terbaru. PT Suhita Lebah Indonesia memproduksi madu Apis *Mellifera*, Madu Heterogona Itama, Madu *Dorsata*, dan Madu *Apicalis*. PT Suhita melakukan pemasaran melalui 2 cara, langsung dan melalui online, dan permasalahan yang terjadi di PT Suhita adalah kurangnya promosi terhadap penjualan madu serta peneliti ingin melihat promosi menggunakan media apa yang paling efektif bagi Perusahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di PT Suhita Lebah Indonesia yang terletak di Jalan Purnawirawan 1, Langkapura, Kecamatan Kemiling, Kota Bandar Lampung, Provinsi Lampung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Analisis deskriptif bertujuan untuk menjawab tujuan 1,2 dan 3 dimana merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2013). Melalui analisis deskriptif ini, peneliti ingin menggambarkan bagaimana proses promosi dan penjualan madu apis mellifera, di PT Suhita Lebah Indonesia dan mengidentifikasi biaya promosi madu apis mellifera di PT Suhita Lebah Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

PT Suhita Lebah Indonesia terletak di Jalan Purnawirawan 1, Langkapura, Kecamatan Kemiling, Kota Bandar Lampung, Provinsi Lampung. Awalnya PT Suhita berbentuk UMKM, tetapi tepat pada tanggal 1 September 2019 berkembang menjadi PT Suhita Lebah Indonesia. PT Suhita Lebah Indonesia adalah Perusahaan yang berkomitmen dalam budidaya lebah madu dengan jenis lebah bersengat. PT Suhita Lebah Indonesia memproduksi madu murni tanpa campuran dan berasal dari sumber nektar yang berada di alam, yaitu berasal dari lebah, menghisap nektar alam, dan bebas dari campuran dan manipulasi.

PT Suhita Madu Lebah Indonesia adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang budidaya lebah madu yang dikembangkan secara natural di area kawasan hutan-hutan primer dan skunder di Sumatra bagian selatan (Lampung, Bengkulu, dan Sumatra Selatan). Jenis lebah madu yang dibudidayakan oleh PT Suhita Madu Lebah Indonesia adalah *Apis mellifera*, *Trigona*, *Apicalis*, dan *Dorsata*. dapat dirinci hasil pembahasan sebagai berikut

1. Setiap perusahaan yang menghasilkan suatu produk berusaha agar produk-produk yang ditawarkan dapat diserap oleh masyarakat secara optimal. Untuk mencapai hal tersebut maka diperlukan serangkaian langkah, di antaranya melalui promosi terhadap produk-produk yang ditawarkan kepada masyarakat. Promosi adalah semua jenis kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mendorong pemasaran, terdapat 4 (empat) variabel dalam bauran promosi : periklanan, personal selling, publisitas, dan promosi penjualan. Dan PT Suhita melakukan promosi melalui beberapa media promosi, yakni sosial media instagram, whatsapp bisnis, shopee dan tokopedia
2. Penjualan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang diinginkan mulai dari kegiatan

penetapan harga jual sampai produk didistribusikan ke tangan konsumen. PT Suhita menjual beberapa jenis produk madu, diantaranya *apis mellifera, trigona, dorsata*, dan *apicalis* yang dijual dengan harga mulai dari Rp.104.000 per pcs sampai Rp.300.000 per pcs.

Terdapat 2 promosi yang paling efektif bagi PT Suhita diantaranya:

- a. Instagram Popularitas instagram menjadi salah satu hal strategis bagi para pebisnis untuk memasarkan produknya dengan sangat mudah hanya dengan mengupload gambar dengan disertai deskripsi produk dalam waktu beberapa menit saja, setelah itu produk yang ditawarkan dapat dilihat oleh semua pengguna akun Instagram tanpa mengeluarkan biaya yang mahal. Selain media sosial yang sangat mudah digunakan, Instagram sekarang menjadi media sosial yang paling banyak diminati oleh banyak orang. Media sosial Instagram menyediakan layanan utama dalam bentuk gambar maupun video sehingga orang tidak akan mengalami kesulitan untuk melihat gambar, iklan yang kita share melalui Instagram. Instagram juga memiliki berbagai fitur pendukung lainnya seperti *Instagram Story, Instagram live, IG TV, Instagram Ads dan Instagram Reels*, sehingga memudahkan konsumen untuk melihat produk yang diinginkan atau yang dibutuhkan oleh pembeli.
- b. Shopee
Aplikasi Shopee dapat mendorong pertumbuhan bisnis dengan mendorong para pebisnis untuk mendaftar ke marketplace shopee, jadi shopee memutuskan untuk menyederhanakan masalah untuk satu orang pada satu waktu sambil mendaftarkan produk, mengatur janji temu, dan memfasilitasi transaksi keuangan. Sehingga diharapkan aplikasi shopee menjadi media promosi yang lebih unik dan menarik para pelanggan untuk membeli dari pebisnis yang berjualan di shopee.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT Suhita Lebah Indonesia adalah promosi penjualan antara lain promosi melalui marketplace seperti promo bundling produk, beli 1 gratis 1, promo porongan produk, serta promo mendapatkan voucher lemon madu gratis pada even tertentu. Dan Perusahaan hendaknya terus melakukan kegiatan promosi dengan media yang selama ini digunakan. Di samping itu perlu juga dipertimbangkan untuk melakukan promosi yang lebih bervariasi tetapi dengan biaya promosi yang tidak terlalu besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Adalina, Y. 2008. *Analisis Finansial Usaha Lebah Madu Apis Mellifera L. Jurnal Penelitian dan Konservasi Alam*. 5 (3): 217-237.6.
- Anggraini, N., Fatih, C., Zaini, M., Humaidi, E., Sutarni, & Analiasari. (2020). Digital Marketing Produk Pertanian di Desa Sukawaringin Kecamatan Bangunrejo Kabupaten Lampung Tengah. *Jurnal Pengabdian Nasional*, 1(1), 36–45.
- Handayani, R, D dan Rahmawati, D. (2019). Pengembangan Pemasaran Madu Lebah Dengan Bauran Pemasaran 4P Di Desa Ciburial, Kampung Cikurutug Kecamatan Cimenyan Kabupaten Bandung. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Hal 1-10.
- Kertayoga, I., Desfaryani, R., Kusmaria, & Luluk Irawati, D. (2023). Pengaruh Karakteristik Konsumen Terhadap Intensitas Pembelian Madu Suhita. *Journal of Food System and Agribusiness*, 7(1), 13–20.
- Vahleffi, I. A., Humaidi, E., & Handayani, S. (2021). *Efektivitas penggunaan sosial media dalam penjualan produk madu suhita di PT ZYN*. 1–8.