



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi Unggul*

*SK BAN-PT No.: 1598/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022*

**Pengaruh *Product Knowledge* Terhadap Minat Beli Produk Anti  
Hama Hayati ValdisGROW**

Skripsi

Oleh

Felicia Devina Arum Andita

6081801001

Bandung

2022



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi Unggul*

*SK BAN-PT No.: 1598/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022*

**Pengaruh *Product Knowledge* Terhadap Minat Beli Produk Anti  
Hama Hayati ValdisGROW**

Skripsi

Oleh

Felicia Devina Arum Andita

6081801001

Pembimbing

Daniel Hermawan, S.AB., M.Si., MBA.

Bandung

2022

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jurusan Administrasi Bisnis  
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Felicia Devina Arum Andita  
Nomor Pokok : 6081801001  
Judul : Pengaruh *Product Knowledge* Terhadap Minat Beli Produk Anti Hama Hayati ValdisGROW

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Jumat, 17 Juni 2022  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**

**Ketua sidang merangkap anggota**

Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si.

: \_\_\_\_\_

**Sekretaris**

Daniel Hermawan, S.AB., M.Si., MBA.

: \_\_\_\_\_

**Anggota**

Dr. Agus Gunawan, S.Sos.,B.App.Com.,MBA.,M.Phil. :

\_\_\_\_\_

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Felicia Devina Arum Andita  
NPM : 6081801001  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul : Pengaruh *Product Knowledge* Terhadap Minat Beli Produk  
Anti Hama Hayati ValdisGROW

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 9 Juni 2022



Felicia Devina Arum Andita

## ABSTRAK

Nama : Felicia Devina Arum Andita  
NPM : 6081801001  
Judul : Pengaruh *Product Knowledge* Terhadap Minat Beli  
Produk Anti Hama Hayati ValdisGROW

---

*Product knowledge* merupakan sebuah informasi yang diterima oleh konsumen dan masuk pada ingatan konsumen yang akan membantu sebagai dasar pertimbangan bagi tindakan konsumen selanjutnya, seperti minat beli. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui cara perusahaan dalam memberikan pengetahuan produk terhadap konsumen dan mengetahui seberapa besar pengaruh dari penyampaian *product knowledge* tersebut terhadap munculnya minat beli pada konsumen. *Product knowledge* ini terbagi atas 3 dimensi, yaitu *subjective knowledge*, *objective knowledge*, dan *experience knowledge*.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah petani yang berada di Kelurahan Caturharjo, Kecamatan Pandak, Kelurahan Caturharjo, Kecamatan Pandak, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Dari responden ini dilakukan pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Teknik dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data statistik dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, serta analisis regresi linear berganda, selain itu untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan menggunakan uji t dan uji F.

Pada penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh dimensi pada variabel *product knowledge*, yaitu *subjective knowledge*, *objective knowledge*, dan *experience knowledge* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli. Dari ketiga dimensi ini, *objective knowledge* menjadi faktor yang paling berpengaruh terhadap minat beli.

Kata Kunci: Minat Beli, *Product Knowledge*, Produk Anti Hama Hayati ValdisGROW

## ABSTRACT

*Name* : Felicia Devina Arum Andita  
*Student ID* : 6081801001  
*Title* : *The Effect of Product Knowledge on Interest in Buying Anti-Biological Pest Products ValdisGROW*

---

*Product knowledge is information that is received by consumers and enters the memory of consumers which will help as a basis for consideration for further consumer actions, such as buying interest. This study aims to find out how companies provide product knowledge to consumers and find out how much influence the delivery of product knowledge has on the emergence of buying interest in consumers. Product knowledge is divided into 3 dimensions, namely subjective knowledge, objective knowledge, and experience knowledge.*

*This research uses quantitative methods. The population in this study were all farmers in Caturharjo Village, Pandak District, Bantul Regency, Yogyakarta Special Region. The sampling technique used was non-probability sampling with purposive sampling. From these respondents, data was collected using a questionnaire. The technique in this study uses statistical data analysis techniques with validity tests, reliability tests, normality tests, heteroscedasticity tests, multicollinearity tests, and multiple linear regression analysis, in addition to knowing the effect partially and simultaneously using t test and F test.*

*In this study, it shows that all dimensions of the product knowledge variable, namely subjective knowledge, objective knowledge, and experience knowledge have a positive and significant effect on buying interest. Of these three dimensions, objective knowledge is the most influential factor on buying interest.*

*Keywords: Anti-Biological Pest Products ValdisGROW, Buying Interest, Product Knowledge*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat kasih dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Product Knowledge* Terhadap Minat Beli Produk Anti Hama Hayati Valdis Grow” dengan baik dan tepat waktu. Penyusunan skripsi ini ditujukan sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak menghadapi hambatan dan kesulitan. Akan tetapi, berkat dukungan dari berbagai pihak, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus yang telah memberikan berkat, kekuatan, dan petunjuk kepada penulis, sehingga penulis dapat menyusun skripsi ini dengan baik sampai selesai.
2. Keluarga tercinta yaitu mama dan papa serta adik, yang selalu memberikan doa, perhatian, dukungan, dan semangat kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
3. Bapak Mangadar Situmorang, Ph.D. selaku Rektor Universitas Katolik Parahyangan.
4. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.

5. Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
6. Bapak Daniel Hermawan, S.AB., M.Si., MBA selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu meluangkan waktu dan memberikan masukan kepada penulis hingga skripsi ini selesai dengan hasil yang baik.
7. Seluruh dosen Ilmu Administrasi Bisnis di Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberikan bekal ilmu selama menempuh studi dari awal semester hingga akhir.
8. Bapak Agus Handoyo selaku pemilik PT. Prosper Biotech Indonesia yang sudah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian terhadap perusahaannya.
9. Teh Ery dan Teh Mei selaku karyawan PT. Prosper Biotech Indonesia yang sudah membantu dalam pengambilan data perusahaan yang dibutuhkan untuk skripsi.
10. Bella, Mey, Lia, Feila, Gina, serta teman-teman lain Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2018 yang tidak bisa penulis sebutkan yang selalu ada selama berada di bangku kuliah yang telah menemani, membantu, dan selalu memberikan *support* selama proses penulisan skripsi ini.
11. Briggita Alicia dan Asep Wawan Setiawan selaku teman baik yang sudah membantu dalam penulisan skripsi ini.
12. Zefanya Christian dan Tante Nina Juliana yang sudah memberikan semangat dan doa pada saat penulisan skripsi ini dan

Sebagai penulis, saya menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk masukan dan kritik yang membangun dari berbagai pihak yang membaca skripsi ini untuk perbaikan di masa yang akan datang. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terkait dalam penyelesaian skripsi ini, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Bandung, 1 Juni 2022

Felicia Devina Arum Andita

## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| ABSTRAK .....   | i    |
| ABSTRACT .....  | ii   |
| KATA PENGANTAR .....                                      | iii  |
| DAFTAR ISI .....  | vi   |
| DAFTAR TABEL .....  | x    |
| DAFTAR GAMBAR .....                                       | xii  |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                     | xiii |
| BAB 1 .....   | 1    |
| 1.1. Latar Belakang Masalah .....                         | 1    |
| 1.2. Rumusan Masalah .....                                | 6    |
| 1.3. Tujuan Penelitian .....                              | 6    |
| 1.4. Objek Penelitian .....                               | 7    |
| 1.4.1. Logo Perusahaan .....                              | 7    |
| 1.4.2. Profil Perusahaan .....                            | 8    |
| 1.4.3. Visi dan Misi Perusahaan .....                     | 9    |
| 1.4.4. Struktur Organisasi dan Manajemen Perusahaan ..... | 9    |
| 1.4.5. Lokasi Perusahaan .....                            | 11   |
| 1.4.6. Produk yang Dihasilkan Perusahaan .....            | 13   |

|  |    |
|--|----|
| 1.4.7. Program yang Dijalankan Perusahaan Berkaitan dengan Topik Penelitian .....      | 15 |
| BAB 2 .....  | 19 |
| KERANGKA PEMIKIRAN DAN METODOLOGI.....   | 19 |
| 2.1. Produk dan <i>Product Knowledge</i> .....   | 19 |
| 2.1.1. Produk.....   | 19 |
| 2.1.2. <i>Product Knowledge</i> .....  | 22 |
| 2.2. Minat Beli.....   | 27 |
| 2.2.1. Pengertian Minat Beli .....   | 27 |
| 2.2.2. Faktor yang Memengaruhi Minat Beli.....   | 28 |
| 2.2.3. Indikator Minat Beli .....  | 29 |
| 2.3. Hubungan Antara Variabel <i>Product Knowledge</i> dengan Variabel Minat Beli..... | 30 |
| 2.4. Eksplorasi Teori Pendukung .....  | 31 |
| 2.5. Kerangka Teoritis .....   | 35 |
| 2.6. Operasionalisasi Variabel.....  | 36 |
| 2.7. Metode Penelitian.....  | 38 |
| 2.7.1. Populasi.....   | 38 |
| 2.7.2. Sampel .....  | 38 |
| 2.8. Instrumentasi Penelitian .....  | 39 |

|  |           |
|--|-----------|
| 2.9. Proses Pengumpulan Data .....             | 40        |
| 2.10. Analisis Data .....                      | 41        |
| 2.10.1. Analisis Statistik Deskriptif .....    | 42        |
| 2.10.2. Uji Validitas .....                    | 42        |
| 2.10.3. Uji Reliabilitas .....                 | 43        |
| 2.10.4. Uji Normalitas.....                    | 44        |
| 2.10.5. Uji Multikolinearitas.....             | 44        |
| 2.10.6. Uji Heteroskedastisitas .....          | 45        |
| 2.10.7. Analisis Regresi Linear Berganda ..... | 45        |
| 2.10.8. Koefisien Determinasi .....            | 46        |
| 2.10.9. Statistik Uji t .....                  | 47        |
| 2.10.10 Statistik Uji F.....                   | 47        |
| 2.10.11. Pengujian Hipotesis .....             | 48        |
| <b>BAB 3 .....</b>                             | <b>52</b> |
| <b>HASIL DAN TEMUAN .....</b>                  | <b>52</b> |
| 3.1. Hasil Penelitian.....                     | 52        |
| 3.1.1. Profil Responden.....                   | 53        |
| 3.1.2. Hasil Analisis Deskriptif.....          | 60        |
| 3.1.3. Uji Validitas .....                     | 67        |
| 3.1.4. Uji Reliabilitas .....                  | 69        |

|  |     |
|--|-----|
| 3.1.5. Hasil Uji Asumsi Klasik .....                   | 71  |
| 3.1.6. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda..... | 75  |
| 3.1.7. Pengujian Hipotesis .....                       | 77  |
| 3.1.8. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....  | 81  |
| 3.1.9. Hasil Wawancara .....                           | 82  |
| 3.2. Pembahasan Hasil Penelitian.....                  | 87  |
| 3.3. Temuan.....                                       | 88  |
| BAB 4 .....  | 95  |
| KESIMPULAN AKHIR, REKOMENDASI, DAN IMPLIKASI .....     | 95  |
| 4.1. Kesimpulan.....                                   | 95  |
| 4.2. Rekomendasi .....                                 | 97  |
| 4.3. Implikasi .....                                   | 99  |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                   | 102 |
| LAMPIRAN.....  | 107 |

## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....                       | 31 |
| Tabel 2.2 Operasionalisasi Variabel .....                       | 36 |
| Tabel 2.3 Tabel Bobot Nilai.....                                | 40 |
| Tabel 2.4 Interpretasi Koefisien.....                           | 47 |
| Tabel 3.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....             | 53 |
| Tabel 3.2 Responden Berdasarkan Usia.....                       | 53 |
| Tabel 3.3 Responden Berdasarkan Status Perkawinan .....         | 54 |
| Tabel 3.4 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....        | 55 |
| Tabel 3.5 Responden Berdasarkan Kuantitas Hasil Panen .....     | 55 |
| Tabel 3.6 Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan.....      | 56 |
| Tabel 3.7 Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan .....     | 57 |
| Tabel 3.8 Responden Berdasarkan Penggunaan Produk.....          | 58 |
| Tabel 3.9 Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian per Bulan..... | 59 |
| Tabel 3.10 Analisis Deskriptif .....                            | 60 |
| Tabel 3.11 Hasil Uji Validitas.....                             | 67 |
| Tabel 3.12 Hasil Uji Reliabilitas .....                         | 70 |
| Tabel 3. 13 Hasil Uji Normalitas .....                          | 71 |
| Tabel 3.14 Hasil Uji Multikolinearitas.....                     | 72 |
| Tabel 3.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....                  | 74 |
| Tabel 3.16 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....     | 76 |
| Tabel 3. 17 Hasil Uji t.....                                    | 78 |

|  |    |
|--|----|
| Tabel 3. 18 Hasil Uji F.....                     | 80 |
| Tabel 3. 19 Hasil Uji Koefisien Determinasi..... | 81 |

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1.1 Logo Perusahaan .....                                       | 7  |
| Gambar 1.2 Struktur Organisasi PT. Prosper Biotech Indonesia.....      | 9  |
| Gambar 1.3 Komisaris PT. Prosper Biotech Indonesia.....                | 10 |
| Gambar 1.4 Direktur Utama PT. Prosper Biotech Indonesia.....           | 10 |
| Gambar 1.5 Direktur PT. Prosper Biotech Indonesia .....                | 11 |
| Gambar 1.6 Gedung PT. Prosper Biotech Indonesia .....                  | 12 |
| Gambar 1.7 Bagian ResepsionisPT. Prosper Biotech Indonesia.....        | 12 |
| Gambar 1.8 EvaGROW .....   | 13 |
| Gambar 1.9 EvaGROW cair .....  | 13 |
| Gambar 1.10 OrganoDEGRA .....  | 14 |
| Gambar 1.11 ValdisGROW .....   | 15 |
| Gambar 1.12 Penyuluhan Petani oleh PT. Prosper Biotech Indonesia ..... | 17 |
| Gambar 1.13 Kegiatan PT. Prosper Biotech Indonesia.....                | 17 |
| Gambar 1.14 Kegiatan Panen Raya .....                                  | 18 |
| Gambar 1.15 Pameran yang Diikuti PT. Prosper Biotech Indonesia.....    | 18 |
| Gambar 2.1 Model Penelitian .....                                      | 35 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|  |     |
|--|-----|
| Lampiran 1 Kegiatan di Daerah Istimewa Yogyakarta.....     | 107 |
| Lampiran 2 Kunjungan ke PT. Prosper Biotech Indonesia..... | 112 |
| Lampiran 3 Kuesioner.....                                  | 114 |
| Lampiran 4 Tabel Induk.....                                | 121 |
| Lampiran 5 Hasil Wawancara.....                            | 131 |
| Lampiran 6 Tabel Nilai t.....                              | 139 |
| Lampiran 7 Tabel Nilai F.....                              | 140 |

# **BAB 1**

## **PERMASALAHAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan dunia saat ini, terfokus pada permasalahan pangan yang menjadi isu global karena pangan merupakan kebutuhan primer bagi masyarakat di seluruh dunia. Apalagi ketika pangan mengalami sebuah ancaman krisis yang saat ini menyebar ke beberapa negara, terutama pada negara berkembang termasuk Indonesia. Berdasarkan peringatan dari *Food and Agriculture Organization* (FAO) mengenai permasalahan ketersediaan pangan di Indonesia, maka Indonesia sebaiknya gencar dalam permasalahan menipisnya persediaan pangan (Iswara, 2021). Prediksi tersebut mengarah pada ketahanan pangan di Indonesia di tahun 2050 yang menurun karena adanya faktor rentan terhadap perubahan iklim dan juga tanah pertanian di Indonesia yang dikategorikan telah rusak parah karena adanya penggunaan pupuk kimia dan pestisida yang berlebihan (Iswara, 2021).

Ketahanan pangan di Indonesia sendiri merupakan kunci utama dalam majunya perkembangan ekonomi di Indonesia. Sehingga, dalam menangani permasalahan ketahanan pangan tersebut perlu upaya yang lebih baik, agar komoditas pangan Indonesia selalu terjaga. Dengan adanya permasalahan tersebut, pemerintah, khususnya Kementerian Pertanian sebaiknya melakukan upaya untuk menangani permasalahan kerusakan tanah dan pengusiran hama pada tanaman, karena di beberapa daerah di Indonesia terjadi kegagalan panen karena adanya wereng atau hama pada tanaman. Salah satu usaha yang dilakukan, yaitu dengan

menerbitkan Peraturan Menteri Pertanian No. 01 tahun 2019 tentang Pupuk Organik, Pupuk Hayati, dan Pembenh Tanah (Menteri Pertanian, 2019). Hal tersebut juga bisa dilakukan dengan adanya kesadaran para petani mengenai kerusakan tanah yang terjadi diakibatkan oleh penggunaan pupuk kimia dan pestisida yang berlebihan untuk beralih ke produk yang ramah lingkungan.

Krisis tersebut membuat segelintir orang, khususnya dalam bidang pertanian merasa heran karena tidak sesuai dengan kondisi ideal Sumber Daya Alam (SDA) di Indonesia. Indonesia sendiri merupakan negara yang kaya akan Sumber Daya Alam (SDA) yang berpotensi dalam segala hal untuk meningkatkan perekonomiannya. Jika dilihat dari geografisnya, hutan di wilayah Indonesia memiliki luas sekitar 99 juta hektar yang dihitung, mulai dari bagian barat hingga bagian timur Indonesia. Dengan lahan yang luas dan memiliki tanah yang subur, pertanian dan ketahanan pangan Indonesia seharusnya bisa menjadi sektor yang paling diandalkan (Putro, 2022). Namun, nyatanya tidak seperti itu karena adanya permasalahan pada pertanian.

Permasalahan yang ditemukan pada industri pertanian, yaitu terletak pada kualitas tanah yang mengalami kerusakan akibat dari pemakaian pupuk kimia dan pestisida secara berulang yang dapat membuat tanah mengeras namun tetap terdapat pengguna dari produk berbahan kimia tersebut (Catriana, 2021). Sepanjang tahun 2018 pengguna pupuk kimia urea tumbuh sebesar 5% dan pengguna pupuk kimia NPK tumbuh sebesar 7,88% (Arief, 2019), sedangkan pengguna pupuk hayati di Indonesia hanya sebesar 13,5% (Setiono, 2019). Oleh karena itu, hal ini menjadi keresahan PT. Prosper Biotech Indonesia untuk mulai memasarkan produk barunya

terhadap konsumen karena sebagian besar konsumen tertarik dengan produk kimia dan hal tersebut dirasa sulit berubah.

Menurut Suwarman (2012), *product knowledge* adalah rangkaian informasi yang terdapat pada ingatan konsumen, yang akan membantu sebagai dasar pertimbangan untuk adanya suatu tindak lanjut oleh konsumen (Sanita, Kusniawati, & Lestari, 2019). *Product knowledge* ini merupakan pengetahuan konsumen dari sebuah produk, sehingga informasi yang diperoleh oleh calon konsumen mengenai produk anti hama hayati ValdisGROW akan menjadi evaluasi dan selanjutnya akan menjadi pemikiran bagi mereka terhadap produk tersebut. Dalam memahami perilaku konsumen, perusahaan harus mengetahui seberapa besar pengetahuan produk yang ditangkap dan disimpan dalam ingatan konsumen. Pengetahuan konsumen terhadap suatu produk menjadi penting, karena pengetahuan tersebut mendasari keputusan perilaku konsumen yang memengaruhi minat beli. Adapun jenis *product knowledge* yang peneliti kaji adalah merek ValdisGROW yang merupakan anti hama hayati untuk pemberantasan hama dan juga kesuburan tanah.

Minat beli merupakan sebuah proses seorang konsumen melakukan evaluasi terhadap informasi yang diterima pada saat mengetahui dan mendengarkan kejelasan terhadap sebuah produk. Menurut Kotler dan Amstrong (2012), minat beli adalah hal yang tumbuh setelah adanya dorongan dari produk yang dilihat oleh konsumen, lalu terdapat keinginan untuk membeli dan memiliki produk tersebut (Hidayat, Elita, & Setiawan, 2012). Minat seorang konsumen untuk membeli suatu produk tersebut dapat didasari oleh beberapa faktor, salah satunya adalah *product knowledge*. Adanya pengetahuan produk sangat penting untuk keberhasilan suatu

produk, sehingga konsumen memiliki kesadaran akan produk tersebut. Sehingga pengetahuan konsumen dari sebuah produk akan menjadi sebuah dasar pertimbangan dan pendorong minat beli konsumen. Dalam *product knowledge* tersebut terdapat pengalaman pelanggan pada saat menggunakan produk tersebut. Dengan adanya pengalaman, pelanggan akan terlibat dan melakukan interaksi dengan merek, produk, dan hal-hal yang dialami oleh konsumen (Setiawan & Hermawan, 2022).

Alasan peneliti dalam meneliti topik *product knowledge* terhadap minat beli merupakan upaya dalam menyelesaikan permasalahan di atas, agar petani memiliki kesadaran mengenai produk yang ramah lingkungan, khususnya pada produk anti hama hayati yang diproduksi oleh PT. Prosper Biotech Indonesia. Hal tersebut dilakukan dengan memberikan edukasi terhadap petani dalam mengatasi kerusakan tanah dan juga pemberantasan terhadap hama dengan penggunaan anti hama hayati. Saat ini, usaha yang dilakukan oleh PT. Prosper Biotech Indonesia ini, antara lain dengan cara penyuluhan terhadap kelompok tani yang tersebar di beberapa daerah di Indonesia, khususnya Daerah Istimewa Yogyakarta. Penyuluhan ini tidak terasa mudah karena produk yang ditawarkan merupakan produk yang baru dengan komposisi yang tidak biasa digunakan pada produk pertanian secara kimia. Maka dari itu, dari penelitian ini penulis ingin membantu dalam pengenalan pengetahuan produk yang akan berpengaruh terhadap minat beli pada PT. Prosper Biotech Indonesia.

Dari hasil penelitian terdahulu yang berjudul "*Research on the Green Purchase Intentions from the Perspective of Product Knowledge*" dapat diketahui

bahwa pengetahuan produk memiliki dampak yang signifikan terhadap variabel minat beli. Dibandingkan dengan faktor lainnya, pengetahuan produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap hubungan sikap dan minat beli pada produk hijau (Chen & Deng, 2016).

Penelitian ini dapat diharapkan membantu perusahaan dalam melakukan *product knowledge* pada produk anti hama hayati yang diciptakan oleh PT. Prosper Biotech Indonesia. Dengan adanya pemberian *product knowledge* ini akan membangun pengalaman konsumen. Pengalaman konsumen tersebut merupakan salah satu cara untuk memberikan interaksi, komunikasi, dan impresi kepada konsumen dengan tujuan sebagai tahap awal untuk memunculkan minat konsumen (Hermawan, 2021). Selain itu, kesadaran petani terhadap adanya produk anti hama hayati ini membuat sektor pertanian akan terhindar dari permasalahan terserang hama penyakit. Kesadaran petani dalam efek jangka panjangnya pun akan membuat kerusakan tanah terselamatkan akibat dari penggunaan produk kimia yang berlebihan karena anti hama hayati ValdisGROW merupakan produk yang bersifat tidak merusak lingkungan.

Harapannya dengan penelitian ini dapat memberikan sebuah masukan terhadap sektor pertanian di Indonesia karena sektor pertanian ini bisa menjadi andalan bagi perekonomian Indonesia. Selain itu, penelitian ini berguna untuk PT. Prosper Biotech Indonesia untuk mengukur tingkat kesadaran petani akan penggunaan produk kimia akan membuat efek yang tidak baik dalam jangka panjang. Sehingga diharapkan dengan adanya penelitian ini membuat petani menjadi lebih menyadari dan memiliki pengetahuan akan produk hayati, khususnya

pada produk anti hama hayati ValdisGROW. Selanjutnya perusahaan dapat menarik minat beli petani terhadap produk anti hama hayati karena petani sudah memiliki pengetahuan mengenai produk anti hama hayati.

Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan, penulis bertujuan untuk mencari tahu seberapa besar pengaruh pengetahuan produk anti hama hayati ValdisGROW pada petani terhadap minat beli produk tersebut, sehingga skripsi ini berjudul “Pengaruh *Product Knowledge* Terhadap Minat Beli Produk Anti Hama Hayati ValdisGROW”.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan yang diperoleh dari berita dan jurnal yang ada mengenai industri pertanian yang telah dijelaskan berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka masalah yang muncul dapat diidentifikasi. Oleh karena itu, dengan latar belakang di atas, masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah *product knowledge* anti hama hayati tersebut mempengaruhi minat beli petani?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *product knowledge* terhadap minat beli konsumen. Fokus penelitian ini diusulkan untuk tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui tingkat pengaruh *product knowledge* terhadap minat beli petani.

## 1.4. Objek Penelitian

### 1.4.1. Logo Perusahaan



Gambar 1.1 Logo Perusahaan

Sumber: Data Perusahaan

### **1.4.2. Profil Perusahaan**

Pada awalnya PT. Prosper Biotech Indonesia didirikan tahun 2009 oleh dua orang profesor dari sebuah universitas ternama di Indonesia, yaitu Bapak Andi Wijaya dan Bapak Kabelan Kunia. Kedua profesor ini berasal dari bidang pertanian, sehingga pada akhirnya meneliti produk-produk pertanian yang berbahan dasar mikroba atau yang disebut dengan produk hayati. Di tahun 2009 tersebut, kedua profesor ini bekerja sama dengan sebuah perusahaan untuk memasarkan produk pertanian hayati tersebut. Namun, pemasaran yang dilakukan dengan kerja sama antar perusahaan tersebut tidak berkembang pesat, sehingga kedua profesor memutuskan untuk putus hubungan dengan perusahaan yang memasarkan produk pertanian.

Pada tahun 2013, PT. Prosper Biotech Indonesia diambil alih oleh Bapak Agus Handoyo karena Bapak Agus Handoyo melihat kebutuhan pada industri pertanian, sehingga muncul kepeduliannya akan ketersediaan pupuk dengan harga terjangkau yang ditujukan untuk para pelaku usaha agrobisnis. PT. Prosper Biotech Indonesia merupakan perusahaan yang menjalani bidang agro, dengan fokusnya terhadap kesuburan tanah karena hal tersebut merupakan kunci utama kesuksesan usaha agrobisnis. Sehingga, PT. Prosper Biotech Indonesia memiliki produk unggulan pupuk dan pestisida hayati, di mana komposisi dari kedua produk tersebut ditujukan untuk kesuburan tanah.

### 1.4.3. Visi dan Misi Perusahaan

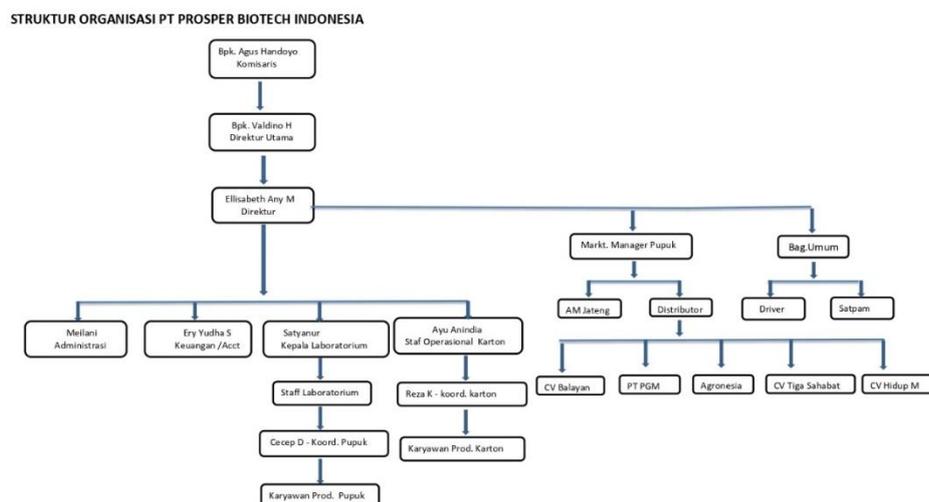
#### 1.4.3.1. Visi

Membangun industri agro yang sehat dan berkesinambungan.

#### 1.4.3.2. Misi

1. Menjadi perusahaan yang berbasis bioteknologi.
2. Membantu meningkatkan hasil dan kualitas pertanian.
3. Meningkatkan kesejahteraan petani.
4. Membantu ketersediaan pupuk yang ekonomis dan berkualitas.
5. Membantu memulihkan kesuburan tanah.
6. Membantu mengurangi tingkat residu bahan kimia di lahan pertanian.
7. Meningkatkan agro industri yang sehat dan ramah lingkungan

### 1.4.4. Struktur Organisasi dan Manajemen Perusahaan



Gambar 1.1 Struktur Organisasi PT. Prosper Biotech Indonesia

Sumber: Data Perusahaan



Gambar 1.2 Komisaris PT. Prosper Biotech Indonesia

Sumber: Data Perusahaan

Komisaris: Agus Handoyo

Tugas Dewan Komisaris adalah memantau dan memberikan masukan kepada direksi atas kegiatan perusahaan. Selain itu, dewan komisaris bertugas untuk memantau dan mengevaluasi kinerja direksi.



Gambar 1.3 Direktur Utama PT. Prosper Biotech Indonesia

Sumber: Data Perusahaan

Direktur Utama: Valdino Handoyo

Tugas Direktur Utama adalah mengoordinasi, mengawasi, dan memimpin pengurusan di lingkungan perusahaan, serta memastikan bahwa seluruh kegiatan perusahaan dilaksanakan sesuai dengan nilai-nilai perusahaan.



Gambar 1.4 Direktur PT. Prosper Biotech Indonesia

Sumber: Data Perusahaan

Direktur: Ellisabeth Any M

Direktur bertugas mengurus dan mengelola kepentingan perusahaan sesuai dengan kebijakan, serta menjalankan kepengurusan dalam perusahaan.

#### **1.4.5. Lokasi Perusahaan**

Kantor dan pabrik dari PT. Prosper Biotech Indonesia sebagai objek penelitian ini terletak di Jl. Tipar Barat No. 10A, Laksanamekar, Kec. Padalarang, Bandung, Jawa Barat 40533. Selain itu, PT. Prosper Biotech Indonesia dapat dijangkau melalui *website* <http://prosperbiotech.web.id> yang terdapat banyak informasi produk yang dapat diakses oleh konsumen.



Gambar 1.5 Gedung PT. Prosper Biotech Indonesia

Sumber: Hasil Dokumentasi Pribadi



Gambar 1.6 Bagian Resepsionis PT. Prosper Biotech Indonesia

Sumber: Hasil Dokumentasi Pribadi

#### 1.4.6. Produk yang Dihasilkan Perusahaan

PT. Prosper Biotech Indonesia memiliki beberapa produk pertanian yang merupakan produk hayati dengan menggunakan mikroba yang dihasilkan dari penelitian di laboratorium, sebagai berikut:

##### 1. EvaGROW (*Bio Fertilizer*)



Gambar 1.7 EvaGROW

Sumber: Data Perusahaan



Gambar 1.8 EvaGROW cair

Sumber: Data Perusahaan

EvaGROW merupakan pupuk hayati dalam bentuk serbuk dan cair yang bermanfaat bagi seluruh jenis tanaman. EvaGROW sudah diuji, baik secara mutu maupun kualitasnya. EvaGROW diproduksi dengan teknologi yang canggih dengan menggunakan bahan organik, dikombinasikan dengan mikroorganisme yang unggul, sehingga komposisinya memuat unsur hara dan mikro alami yang memiliki manfaat sebagai nutrisi penting bagi tanaman.

2. OrganoDEGRA (*Bio Cleaner Septic Tank and Bio Activator Compost*)

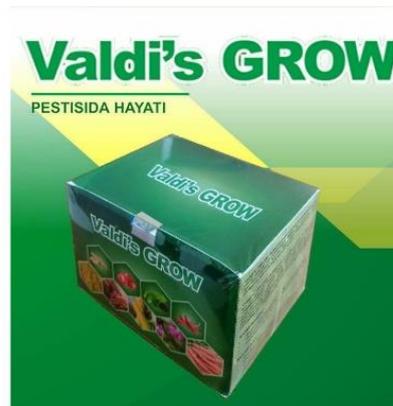


Gambar 1.9 OrganoDEGRA

Sumber: Data Perusahaan

OrganoDEGRA merupakan gabungan dari mikroba yang efektif untuk menguraikan limbah organik secara alami. OrganoDEGRA memiliki manfaat untuk mencegah pertumbuhan bakteri penghasil gas dan pengganggu yang terdapat dalam *septic tank*.

3. ValdisGROW (*Bio Pesticide*)



Gambar 1.10 ValdisGROW

Sumber: Data Perusahaan

ValdisGROW merupakan pestisida hayati berbentuk tepung yang dapat disuspensikan dalam air yang berguna untuk mengendalikan hama, sehingga meningkatkan hasil pertanian secara berkesinambungan. ValdisGROW diproduksi secara modern dengan penggunaan bahan-bahan alami yang ramah lingkungan, sehingga menyediakan unsur hara makro dan mikro alami yang membantu bagi pertumbuhan tanaman, mengandung mikroba aktif hayati yang sangat bermanfaat sebagai pengendali hama dan menjadikan tanaman tahan terhadap serangan hama.

#### **1.4.7. Program yang Dijalankan Perusahaan Berkaitan dengan Topik**

##### **Penelitian**

Selama ini, program pemasaran yang dilakukan oleh PT. Prosper Biotech Indonesia adalah dengan penyuluhan kepada kelompok tani di berbagai daerah, yaitu Kalimantan Selatan, Daerah Istimewa Yogyakarta, dan Jawa Tengah. Penyuluhan ini dilakukan untuk memberikan pengetahuan produk kepada kelompok tani agar memiliki kesadaran untuk melakukan perubahan dari produk

kimia ke produk hayati yang lebih ramah lingkungan. Penyuluhan ini biasa disebut dengan *demonstration plot* atau demplot, di mana itu merupakan sebuah cara penyuluhan dengan membuat lahan kosong yang ditanami sebagai contoh agar petani bisa melihat dan membuktikan terhadap objek yang didemonstrasikan. Selain itu, PT. Prosper Biotech Indonesia ini bekerja sama dengan Kementerian Pertanian untuk masuk dalam program *e-catalog*, di mana *platform* tersebut dijangkau secara nasional yang ditujukan untuk pembelian secara *online* oleh konsumen.

Selain mengadakan penyuluhan terhadap petani dan juga mengikuti program Kementerian Pertanian, PT. Prosper Biotech Indonesia juga aktif dalam mengikuti kegiatan-kegiatan besar dalam bidang pertanian. Ada beberapa kegiatan yang diikuti oleh PT. Prosper Biotech Indonesia, yaitu Pameran Hari Jadi Kota Tabalong Kalimantan Selatan, Panen Raya PT. Prosper Biotech Indonesia, dan Dinas Pertanian Kulon Progo, Kegiatan Dem Area Padi Hibrida dan Inbrida, Pekan Nasional Kelompok Tani Nelayan Andalan di Aceh, Pekan Pangan Nasional di Palangkaraya, Hari Pangan Sedunia di Kalimantan Selatan, Pasar Tani di Dinas Pertanian Jawa Barat, dan beberapa kegiatan lainnya. Hal tersebut ditujukan untuk memperkenalkan produk yang dimiliki kepada Dinas Pertanian dan seluruh petani, serta orang-orang yang bergerak di bidang pertanian.



Gambar 1.11 Penyuluhan Petani oleh PT. Prosper Biotech Indonesia

Sumber: Data Perusahaan

**KEGIATAN DEM AREA PADI HIBRIDA DAN INBRIDA, KERJA SAMA PT. PROSPER BIOTECH INDONESIA BERSAMA DINAS PERTANIAN TPH PROVINSI KALIMANTAN SELATAN DI KECAMATAN ANJIR PASAR KAB. BARITO KUALA**

|                          |  |                          |  |
|--------------------------|--|--------------------------|--|
| NAMA DEMONSTRAN          | : H. ARDIANSYAH  | NAMA DEMONSTRAN          | : ABDULLAH   |
| TANGGAL SEMAI            | : 03 OKTOBER 2020  | TANGGAL SEMAI            | : 03 OKTOBER 2020  |
| TANGGAL TANAM            | : 23 OKTOBER 2020  | TANGGAL TANAM            | : 23 OKTOBER 2020  |
| VARIETAS                 | : HIBRIDA MAPAN P-05                                       | VARIETAS                 | : INBRIDA IR42   |
| LUAS                     | : 1 Ha   | LUAS                     | : 1 Ha   |
| PRODUCT PUPUK HAYATI     | : EVAGROW PUPUK HAYATI PADAT,<br>EVAGROW PUPUK HAYATI CAIR | PRODUCT PUPUK HAYATI     | : EVAGROW PUPUK HAYATI PADAT,<br>EVAGROW PUPUK HAYATI CAIR |
| PRODUCT PESTISIDA HAYATI | : VALDISGROW PESTISIDA HAYATI                              | PRODUCT PESTISIDA HAYATI | : VALDISGROW PESTISIDA HAYATI                              |
| PRODUCT PEMBENAH TANAH   | : ORGANO DEGRA BIODEKOMPOSER<br>& BIO CLEANER              | PRODUCT PEMBENAH TANAH   | : ORGANO DEGRA BIODEKOMPOSER<br>& BIO CLEANER              |

PT. PROSPER BIOTECH INDONESIA  
PT. PROSPER BIOTECH INDONESIA  
 Jl. Negeri No. 106, Pontianak  
 Kalimantan Barat - 78121      PT. PROSPER BIOTECH INDONESIA  
 Jl. Negeri No. 106, Pontianak  
 Kalimantan Barat - 78121

Alamat : Jl. Trans Kalimantan Km.20 Desa Hilir Masjid Kecamatan Anjir Kabupaten Batola Kuala

Gambar 1.12 Kegiatan PT. Prosper Biotech Indonesia

Sumber: Data Perusahaan



Gambar 1.13 Kegiatan Panen Raya

Sumber: Data Perusahaan



Gambar 1.14 Pameran yang Diikuti PT. Prosper Biotech Indonesia

Sumber: Data Perusahaan