

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia dikenal secara luas sebagai mega center keanekaragaman hayati (*biodiversity*) terbesar ke dua setelah Brazil di dunia, yang terdiri dari tumbuhan tropis dan biota laut. Di wilayah Indonesia terdapat sekitar 30.000 jenis tumbuhan dan 7.000 diantaranya ditengarai memiliki khasiat sebagai obat. Kekayaan keanekaragaman hayati ini perlu diteliti, dikembangkan dan dimanfaatkan untuk peningkatan kesehatan maupun tujuan ekonomi, dengan tetap menjaga kelestariannya.

Kecenderungan masyarakat untuk kembali ke alam serta semakin meningkatnya ilmu pengetahuan sehingga masyarakat mulai mengerti bahwa jamu minuman tradisional Indonesia mempunyai khasiat yang baik untuk kesehatan. Selain itu selalu ada ulasan mengenai manfaat suatu tanaman untuk dijadikan jamu atau ramuan herbal.

Jamu tradisional banyak dikonsumsi karena memiliki efek samping yang rendah dan harga yang relatif mudah dijangkau dibandingkan dengan obat-obatan kimia. Pemerintah kini membuat program *back to nature* sehingga membuat jamu tradisional semakin berkembang. Baik skala besar menengah maupun skala rumah tangga.

Bangkalan merupakan salah satu kota produsen jamu tradisional di Jawa Timur. Ramuan jamu tradisional Madura dipercaya banyak konsumen karena diracik menggunakan bahan alami dan resep tradisional Madura membuat jamu selalu dicari para peminat jamu baik untuk obat kesehatan maupun kebugaran tubuh. Setelah diresmikannya jembatan Suramadu pada tahun 2009 membuat perekonomian di daerah Bangkalan meningkat. Meningkatnya jalur transportasi ini, membuat berbagai UKM khususnya jamu beramai-ramai mencari target utama yaitu para wisatawan yang masuk ke Madura.

Jamu Ny Badrijah merupakan salah satu dari sekian banyak UKM jamu di Bangkalan Madura. Informasi mengenai produk jamu Ny Badrijah sangat dibutuhkan karena produsen belum tahu dimana letak atau posisi produk mereka

dimata konsumen. Dan tentunya produsen juga membutuhkan perantara untuk menyampaikan nilai-nilai yang ada pada suatu produk kepada konsumen, untuk itu dibutuhkan suatu konsep pemasaran yang tepat. Mengkomunikasikan keistimewaan dan kelemahan produk agar dapat meningkatkan minat pembeli merupakan salah satu hal yang sangat di perhitungkan dalam persaingan jamu saat ini Untuk mengetahui pemetaan pasar dan letak kelebihan dan kelemahan produk, dalam hal ini Jamu Ny Badrijah.

Berdasarkan uraian tersebut menjadi dasar latar belakang untuk melakukan penelitian dan mencoba menyelesaikan permasalahan dengan menerapkan salah satu metode pemasaran yaitu *Green Marketing Mix*. *Green Marketing Mix* merujuk pada kepuasan kebutuhan, keinginan, dan hasrat pelanggan dalam hubungan dengan pemeliharaan dan pelestarian dari lingkungan hidup. *Green marketing* memanipulasi empat elemen dari bauran pemasaran (produk, harga, distribusi, dan tempat) untuk menjual produk dan pelayanan yang ditawarkan dari keuntungan-keuntungan keunggulan pemeliharaan lingkungan hidup yang dibentuk dari pengurangan limbah dan efisiensi energi.

Dengan metode ini diharapkan nantinya akan dapat membantu menentukan *a set of category* yaitu Produk, Harga, Distribusi, dan Tempat. Kategori-kategori tersebut nantinya akan membantu mengkonsep bagaimana pemasaran produk sehingga dapat bersaing kembali dengan kompetitornya.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas didapatkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pemetaan pada UKM Jamu yang ada di Bangkalan dengan pendekatan *green marketing mix* ?
2. Bagaimana posisi UKM Ny. Badrijah dilihat dari pendekatan *green marketing mix* yang dibandingkan dengan UKM Lainnya ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pemetaan pada UKM Jamu di Bangkalan dengan pendekatan *green marketing mix*
2. Mengidentifikasi letak posisi UKM Ny. Badriyah *green marketing mix* yang dibandingkan dengan UKM Lainnya.

### **1.4 Manfaat penelitian**

Adapun manfaat yang dapat di berikan dari adanya penelitian ini adalah:

1. Mampu memberikan informasi mengenai letak posisi UKM Ny. Badriyah dengan para pesaingnya.
2. Memberikan informasi strategi pemasaran pada UKM Ny. Badriyah dengan pendekatan *marketing mix*.
3. Memberikan gambaran pada UKM Ny. Badriyah dalam meningkatkan strategi pemasaran yang sudah unggul dan mengevaluasi kelemahannya

### **1.5 Batasan Masalah**

Batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan di daerah Bangkalan dengan obyek UKM Jamu.
2. UKM jamu yang diteliti berjumlah 5 UKM jamu yang terbesar di Bangkalan.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Penjelasan sistematika penulisan yang digunakan dalam penyusunan laporan tugas akhir yaitu ::

#### **BAB 1 : PENDAHULUAN**

Berisi pendahuluan yang berisi tentang latar belakang dan permasalahan, perumusan masalah, tujuan penulisan, manfaat penelitin, batasan masalah serta sistemtika penulisan yang berhubungan dengan hasil penelitian.

## BAB 2 : LANDASAN TEORI

Didalam bab ini diuraikan tentang tinjauan pustaka sebagai bahan acuan yang berisi tentang uraian singkat materi tentang aspek penting dalam pemasaran, yaitu menjelaskan tentang rencana strategi pemasaran dan teori-teori yang penunjang proses penelitian ini salah satunya adalah metode *green marketing mix*.

## BAB 3 : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang sistematika langkah-langkah perancangan dari awal kerangka berikir, teori-teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini. Adapun teori- teori yang digunakan, yaitu: teori tentang strategi pemasaran, pengumpulan dan pengambilan data, dan langkah-langkah penelitian.

## BAB 4 : HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang pengolahan data serta analisa yang perlu dilakukan, untuk menunjang hasil informasi yang nantinya di berikan kepada obyek penelitian

## BAB 5 : KESIMPULAN DAN SARAN

Menjelaskan bagaimana untuk membuat kesimpulan akhir atas apa yang telah diuraikan dan memberikan saran-saran membangun.