

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jamu merupakan ramuan tradisional yang diturunkan oleh nenek moyang sejak ratusan tahun yang lalu sebagai warisan budaya asli Indonesia. Perkembangan industri jamu di Indonesia terus mengalami peningkatan. Hal ini terbukti dari total omset industri jamu di pasar domestik pada tahun 2013 mencapai Rp.14 Triliun dan mengalami peningkatan sebesar 7,14% pada tahun 2014 menjadi Rp.15 Triliun (Kementerian Perindustrian, 2015). Perkembangan industri jamu nasional juga terlihat dari jumlah industri jamu pada tahun 2015 yaitu sejumlah 1.160 yang terdiri dari 16 industri jamu skala besar dan 1.144 industri jamu skala kecil sampai menengah yang tersebar di wilayah Indonesia dan dapat menyerap sekitar 15 juta tenaga kerja. Perkembangan produk jamu lokal sangat penting diperhatikan untuk meningkatkan perekonomian dalam negeri dan menghadapi pasar bebas.

Sentra industri jamu di Indonesia adalah di Provinsi Jawa Tengah. Produk jamu asal industri Jawa Tengah telah tersebar dan didistribusikan ke seluruh Indonesia, bahkan sebagian industri telah memasarkan produknya ke luar negeri. Pesatnya industri jamu di Jawa Tengah ditunjukkan dengan banyaknya perusahaan besar jamu yang menguasai pangsa pasar di Indonesia yang mayoritas berasal dari Jawa Tengah seperti, Sidomuncul, Air Mancur, Jamu IBOE, Deltomed, Nyonya Meneer, dll.

Berbeda dengan Jawa Tengah, Madura juga mempunyai potensi besar untuk mengembangkan produk jamu. Kota Bangkalan merupakan kota di Madura yang mempunyai produk unggulan berupa Jamu Madura (BPS, 2013). Selain itu, Kota Bangkalan memiliki letak yang strategis dekat dengan Kota Surabaya dan didukung dengan adanya jembatan Suramadu, sehingga lebih mudah untuk memasarkan Jamu Madura ke luar wilayah Madura. Akan tetapi, pertumbuhan industri Jamu Madura yang ada di Kabupaten Bangkalan tidak mengalami perkembangan yang signifikan dan cenderung menurun. Hal tersebut dibuktikan dengan jumlah industri Jamu Madura pada tahun 2009–2014 hanya berkisar 15-19 industri yang masih bertahan (Disperindag Bangkalan, 2015).

Berikut adalah Data perkembangan industri Jamu Madura di Kabupaten Bangkalan yang disajikan pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1
Perkembangan Industri Jamu Madura di Kabupaten Bangkalan Pada Tahun 2009-2014

Tahun	Jumlah Industri	Nilai Produksi (Rp/tahun)	Pertumbuhan Industri Jamu (%/tahun)
2009	15	235.793.400	-
2010	15	264.751.496	0,2
2011	18	363.050.000	0,37
2012	19	606.675.000	0,67
2013	17	931.940.000	0,54
2014	18	1.098.915.000	0,18

Sumber: Disperindag Bangkalan, (Data diolah, 2015)

Pertumbuhan industri Jamu Madura di Kabupaten Bangkalan mengalami penurunan pada tahun 2013 sebesar 0,13% dan pada tahun 2014 sebesar 0,36%. Penurunan pertumbuhan industri Jamu Madura tersebut menjadi ancaman yang harus dihindari agar industri Jamu Madura dapat bertahan dan mampu untuk bersaing. Industri Jamu Madura Payung Emas “Siti Fatma” merupakan industri Jamu Madura tertua yaitu berdiri sejak tahun 1908 dan memiliki omset tertinggi di Kabupaten Bangkalan yaitu sebesar Rp.315.000.000/tahun atau menguasai 28,67% dari total omset industri Jamu Madura di Kabupaten Bangkalan pada tahun 2014. Namun, pada tahun 2013-2014 omset jamu Payung Emas “Siti Fatma” tidak mengalami peningkatan. Kondisi tersebut membuktikan bahwa perkembangan industri jamu di Indonesia dan kenaikan omset nasional pada periode tahun 2013-2014 tidak berdampak positif terhadap industri Jamu Madura yang terdapat di Kabupaten Bangkalan khususnya pada industri jamu Payung Emas “Siti Fatma”.

Penurunan pertumbuhan industri Jamu Madura di Kabupaten Bangkalan salah satunya dipengaruhi oleh kondisi pasar yang berubah-ubah dan persaingan yang semakin ketat. Hal tersebut menuntut perusahaan untuk terus melakukan evaluasi dan inovasi agar mampu bertahan dan terus berkembang. Perusahaan yang selalu melakukan evaluasi terhadap kinerja dan memprioritaskan kepuasan konsumen dalam membangun usahanya akan lebih mudah untuk bersaing dengan perusahaan lain. Apabila konsumen yang sudah merasa puas terhadap suatu produk akan sulit untuk berpindah ke produk lain.

Oleh karena itu, sangat penting bagi industri jamu Payung Emas “Siti Fatma” untuk mengetahui apakah kinerja terhadap bauran pemasaran produk Jamu Madura merek Payung Emas yang selama ini dilakukan sudah memberikan kepuasan kepada konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pemetaan kinerja bauran pemasaran produk jamu Payung Emas “Siti Fatma” menurut persepsi konsumen di Kota Bangkalan?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap bauran pemasaran produk jamu Payung Emas “Siti Fatma” di Kota Bangkalan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pemetaan kinerja bauran pemasaran produk jamu Payung Emas “Siti Fatma” menurut persepsi konsumen di Kota Bangkalan.
2. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap bauran pemasaran produk jamu Payung Emas “Siti Fatma” di Kota Bangkalan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi produsen Jamu Madura merek Payung Emas “Siti Fatma” Sebagai acuan untuk mempertahankan atau memperbaiki kinerja yang selama ini dilakukan dan mengetahui bagaimana strategi yang harus dilakukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen jamu merek Payung Emas “Siti Fatma”.
2. Bagi Perguruan Tinggi

Hasil penelitian ini dapat menambah literatur pengetahuan bagi mahasiswa mengenai Kepuasan Konsumen terhadap bauran pemasaran Produk Jamu Madura UD. Payung Emas menurut persepsi konsumen di Kota Bangkalan.