

BAB I

PENDAHULUAN

Bab satu pendahuluan pada laporan penelitian ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

1.1 Latar Belakang

Tingginya kebutuhan konsumen Indonesia terhadap obat dan minuman herbal yang berpengaruh terhadap kesehatan manusia. Kebutuhan manusia juga terdapat pada pemenuhan kebutuhan kesehatan, dalam memenuhi kebutuhan kesehatannya pada umumnya masyarakat Indonesia menggunakan jamu sebagai alternatif pengobatan tradisional. Persaingan usaha jamu tradisional beberapa tahun ini semakin ketat sehingga membuat para pengusaha jamu ini harus lebih pandai dan cermat dalam memasarkan produknya. Strategi pemasaran yang dijalankan pada setiap perusahaan diharapkan berhasil dengan baik sehingga dapat mencapai tujuan sesuai dengan yang diharapkan (Monasanti, 2021).

Strategi pemasaran pada setiap perusahaan perlu ditingkatkan untuk membantu memasarkan serta meningkatkan penjualan produk yang diproduksi oleh perusahaan (Rambe & Aslami, 2022). Salah satu perusahaan jamu di Bangkalan yaitu PT. Firdaus Kurnia Indah. PT Firdaus Kurnia Indah merupakan perusahaan jamu yang terletak di Bangkalan dan tepatnya di Kecamatan Bancaran. PT Firdaus Kurnia Indah merupakan perusahaan yang memproduksi jamu dengan varian pil. PT Firdaus Kurnia Indah memproduksi 11 varian jamu sebagai persediaan produk (*make to stock*). Varian jamu yang diproduksi yaitu empot wangi, rapet wangi, empot v, galian montok, majasmara, feminia, jakiat, vitmil dan sari rapat. Pemasaran yang dilakukan yaitu melalui media sosial seperti instagram, *whatsapp*, serta *online shop* di shopee. Berikut ini merupakan data hasil penjualan 11 produk jamu mulai dari Januari hingga Oktober 2024.

Tabel 1.1 Penjualan 11 produk pil jamu PT Firdaus Kurnia Indah (Sumber : Data Penjualan)

Penjualan 11 Produk Pil Jamu Januari-Oktober 2024	
Produk	Penjualan/botol (40g)
EMPOT V	2081
EMPOT WANGI	13762
FEMINIA	851
GALIAN MONTOK	3111
HARMALAK	290
JAKIAT	995
MAJASMARA	4643
RAPAT WANGI	5201
SARI RAPAT	240
SELAMI	162
VITMIL	349

Tabel 1.1 diatas menunjukkan berbagai macam penjualan 11 produk pil jamu yang telah dipasarkan dalam bentuk botol sebesar 40 gram. Terlihat pada tabel 1.1 bahwa produk pil jamu varian selami menunjukkan penjualan terendah diantara 10 produk lainnya. Hal ini di sebabkan karena produk selami merupakan produk baru yang dipasarkan oleh PT Firdaus Kurnia Indah. Produk ini baru dipasarkan kepada masyarakat karena baru mendapatkan sertifikasi BPOM, hal ini membuat produk selami belum dikenali oleh masyarakat dalam beberapa waktu akhir ini. Berikut ini merupakan data penjualan produk selami mulai dari bulan Januari hingga Oktober 2024.



Gambar 1.1 Diagram penjualan produk jamu varian Selami (Sumber : Data Penjualan)

Gambar 1.1 dapat diketahui bahwa penjualan jamu selami berfluktuatif. Penjualan tertinggi terdapat pada bulan januari sebanyak 50 dan penjualan terendah terjadi pada bulan Maret sebanyak 1. Fluktuasi penjualan jamu tersebut disebabkan karena belum banyak masyarakat yang mengetahui terkait produk jamu selami. Selain itu juga banyaknya pesaing yang memproduksi produk sejenis yang memiliki khasiat untuk menambah nafsu makan, antara lain adalah produk modern yaitu obat-obatan seperti curvit dan curcuma force sedangkan produk tradisional yaitu minuman herbal sinom dan beras kencur. Produk pil jamu varian selami ini di jual seharga Rp 28.000. Produk ini memiliki khasiat utama yaitu untuk meningkatkan nafsu makan yang dapat di konsumsi oleh anak anak berumur 10 tahun hingga 50 tahun. Berikut ini merupakan produk varian modern dan tradisional yang sejenis dengan pil jamu varian selami.

Tabel 1.2 *benchmark* produk modern dan tradisional (Sumber : Pengambilan Data)

Klasifikasi	Nama	Jenis	Harga	Σ Penjualan Agustus-Okttober	BPOM	Halal
Jamu Naturna	Temulawak	Minuman	Rp 6,000	64	-	✓
	Beras Kencur	Minuman	Rp 6,000	87	-	✓
PT Firdaus Kurnia Indah	Selami	Pil	Rp 28,000	49	✓	✓

Tabel 1.2 menunjukkan data dari setiap produk pembanding sejenis tradisional yang memiliki khasiat sama yaitu menambah nafsu makan. Produk tradisional terdiri dari minuman herbal temulawak dan beras kencur. Temulawak mengandung beberapa bahan herbal diantaranya kurkuminoid, mineral, minyak atsiri, serta minyak lemak. Komponen utama dalam rimpangnya adalah zat kuning atau kurkumin, yang berperan dalam meningkatkan nafsu makan serta berkontribusi terhadap asupan protein (Eko et al., 2022). Minuman beras kencur memiliki khasiat bagi kesehatan yaitu untuk menambah nafsu makan (Wibowo et al., 2022). Penjualan produk sejenis tradisional pada minuman herbal temulawak telah terjual sebanyak 64 botol, sedangkan produk beras kencur terjual sebanyak 87 botol. Produk jamu selami sendiri hanya terjual sebanyak 49 botol selama bulan Agustus hingga Oktober. Jamu selami memiliki beberapa kekurangan jika dibandingkan dengan produk kompetitornya, kekurangan yang ada di produk selami yaitu mulai

dari harga yang paling tinggi sebesar Rp 28.000 di kemas dalam botol 40 gram dan isinya sebanyak 100 pil. Rasanya jika di bandingkan produk sejenis lainnya juga lebih pahit karena berbentuk pil jamu serta produk dari selami hanya dipasarkan dalam satu varian produk yaitu botol 40 gram. Kompetitor yang memiliki varian produk minuman yang rasanya manis. Jamu selami juga belum banyak tersebar di kedai jamu yang ada di daerah bangkalan karena produk masih baru dan belum di kenal oleh banyak masyarakat sekitar jika di bandingkan produk pesaingnya yang sudah mulai tersebar di kalangan masyarakat. Data penjualan ini menunjukkan bahwa masyarakat lebih memiliki minat membeli terhadap produk sejenis lain tradisional yang lebih dulu ada.

Tujuan penelitian ini berdasarkan uraian latar belakang diatas yaitu untuk mendalami strategi pemasaran yang paling tepat berdasarkan segmentasi pasar terhadap kebutuhan konsumen pada produk minuman herbal dengan khasiat menambah nafsu makan. Penelitian ini juga mempertimbangkan hal-hal yang harus dikembangkan untuk memikat pembeli berdasarkan target pasarnya terhadap produk jamu selami yang di produksi oleh PT Firdaus Kurnia Indah. Meningkatnya penjualan ini nantinya dapat membantu perusahaan untuk tetap bersaing dengan produk pesaing sejenis yang ada di pasaran dengan mempertimbangkan faktor *internal* maupun *eksternal*. Salah satu cara meningkatkan penjualan yaitu dengan menggunakan kombinasi metode SWOT dan QSPM. Metode SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada strategi pemasaran perusahaan. Penggunaan metode SWOT juga harus mencantumkan faktor *internal* berupa kekurangan dan kelemahan yang terdiri dari atribut 7p (*product, price, promotion, place, physical evidence, people, process*) (Alhaddad et al., 2020), serta faktor *eksternal* berupa peluang dan ancaman yang terdiri dari atribut pesaing, teknologi, sosial dan ekonomi (Khaerunnisa et al., 2024). Faktor *internal* dan *eksternal* diperoleh melalui identifikasi variabel berdasarkan studi literatur (Atikah et al., 2021). Setelah mendapatkan alternatif strategi dari Matriks SWOT cara untuk menentukan strateginya yaitu menggunakan metode QSPM. QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) digunakan untuk mengukur nilai dan memprioritaskan strategi alternatif yang paling cocok untuk meningkatkan penjualan bagi perusahaan (Etruly & Mahardika, 2022).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil observasi pada PT Firdaus Kurnia Indah rumusan masalah yang ditemukan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Apa saja faktor *internal* dan faktor *eksternal* yang mempengaruhi strategi pemasaran pada PT Firdaus Kurnia Indah ?
2. Bagaimana alternatif strategi yang terbaik untuk diterapkan pada pemasaran produk di PT Firdaus Kurnia Indah menggunakan metode QSPM ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan hasil observasi pada PT Firdaus Kurnia Indah tujuan yang ditemukan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Mengidentifikasi faktor *internal* dan faktor *eksternal* yang berpengaruh pada strategi pemasaran di PT Firdaus Kurnia Indah.
2. Memberikan prioritas alternatif strategi terbaik dalam pemasaran produk jamu di PT Firdaus Kurnia Indah dengan metode QSPM.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan hasil observasi pada PT Firdaus Kurnia Indah manfaat yang ditemukan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Memberikan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk pil jamu varian selami berdasarkan metode strategi pemasaran yang tepat serta efektif.
2. Penelitian ini dapat digunakan untuk sumber referensi atau sekedar memberikan pengetahuan mengenai topik strategi pemasaran dan metode penyelesaiannya.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian di PT Firdaus Kurnia Indah ini yaitu sebagai berikut.

1. Penelitian hanya berfokus pada produk pil jamu varian selami yang dilakukan pada PT Firdaus Kurnia Indah.
2. Penelitian tidak memperhatikan perhitungan biaya dalam produksi jamu di PT Firdaus Kurnia Indah.

3. Penelitian ini hanya memberikan *output* berupa usulan strategi pemasaran tidak sampai dengan penerapannya.

1.6 Sistematika Penulisan

Susunan penulisan dalam penelitian ini terdiri atas lima bab yang dijelaskan sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab satu pendahuluan memuat terkait latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab dua tinjauan pustaka memuat berbagai teori yang mendukung penelitian ini, serta mencakup hasil penelitian sebelumnya yang memiliki keterkaitan dan relevansi dengan topik yang dibahas.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab tiga metodologi penelitian memuat terkait rincian penelitian yang dilakukan, mulai dari lokasi dan waktu penelitian, sumber data, rentang waktu penelitian, hingga langkah-langkah penelitian dilakukan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab empat hasil dan pembahasan memuat terkait hasil yang diperoleh pada analisa dan observasi yang dilakukan hingga rincian usulan perbaikan yang akan disarankan pada perusahaan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab lima berisi ringkasan dan rekomendasi yang mencakup hasil analisis dari penelitian serta menjawab tujuan yang telah ditetapkan. Selain itu, bab ini juga memberikan saran yang bermanfaat untuk perusahaan berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan.