

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Menurut Zuhud (2015) (dalam Anita Purniasih, dkk, 2019), Indonesia memiliki lebih dari 2.039 jenis tumbuhan obat yang berguna untuk menyehatkan dan mengobati berbagai macam penyakit manusia. Tidak hanya terkenal akan keanekaragaman hayatinya saja, negara Indonesia juga terkenal dengan memiliki banyak tanaman rempah. Menurut data statistik perdagangan Indonesia (ITC), Indonesia telah pantas disebut sebagai negeri rempah-rempah. Hal ini dikarenakan di Indonesia orang dapat dengan mudah menemukan berbagai jenis tanaman rempah. Tidak hanya itu saja, namun tanaman rempah yang dapat dengan mudah di temukan memiliki jumlah yang banyak sekali, dari Sabang sampai Merauke.

Menurut Food and Agriculture Organization (FAO), Indonesia menduduki peringkat pertama sebagai produsen vanili dan cengkeh di tingkat dunia. Dan juga menduduki peringkat kedua sebagai produsen lada dan pala di tingkat dunia pada tahun 2014. Keberadaan Indonesia sebagai negara penghasil rempah di dunia menyebabkan komoditas rempah yang terdapat di Indonesia memiliki peluang yang sangat besar dan memiliki daya saing yang sangat baik di pasar global atau pasar dunia. Rusmina, dkk, (dalam Anita Purniasih, dkk, 2019) menjelaskan bahwa tanaman rempah dapat di definisikan sebagai tumbuhan yang salah satu atau seluruh bagiannya berupa daun, batang, akar, dan bunga mengandung zat adiktif yang dapat digunakan sebagai obat, bahan atau ramuan obat-obatan. Biasanya tanaman rempah dikenal masyarakat dengan nama rempah-rempah.

Menurut Wasito (dalam Muhammad Yassir & Asnah, 2018) terdapat lebih dari 9.609 spesies tanaman yang ada di negara Indonesia dan memiliki khasiat sebagai obat. Hal ini dapat dicontohkan dengan adanya tanaman rempah. Tanaman rempah atau yang sering dikenal dengan nama rempah, memiliki berbagai macam jenis diantaranya seperti lada, pala, jahe, cengkeh, kunir, kunyit, kencur, laos, jinten hitam dan kayu manis. Tanaman rempah atau rempah-rempah memiliki banyak sekali macam dan jenis. Tidak hanya itu saja, setiap tanaman rempah pun memiliki ciri khas tersendiri sehingga dapat dibedakan

antara rempah yang satu dengan rempah yang lainnya. Bahkan setiap tanaman rempah juga memiliki banyak sekali khasiat yang dapat dimanfaatkan.

Menurut Hakim, dkk (dalam Anita Purniasih, dkk, 2019) Rempah-rempah adalah salah satu bahan penting atau dapat dikatakan sebagai bahan baku utama dalam industri wisata kesehatan dan wisata kuliner yang saat ini berkembang dengan pesat. Hal ini menunjukkan bahwa rempah-rempah memainkan peran penting dalam kehidupan manusia, baik di masa lampau atau masa lalu maupun di masa mendatang. Dalam dunia wisata kuliner rempah-rempah biasanya dimanfaatkan sebagai bahan dasar untuk membuat makanan. Tidak hanya itu saja, biasanya rempah-rempah digunakan untuk menambah cita rasa dan juga penambah aroma pada makanan agar makanan terasa lebih sedap dan nikmat. Dalam dunia kesehatan biasanya rempah-rempah dimanfaatkan sebagai obat tradisional. Yang mana obat tradisional dapat digunakan untuk menyembuhkan berbagai macam penyakit.

Menurut Prof. Sudarto Pringgoutomo, Ketua Sentra Pengembangan dan Penerapan Pengobatan Tradisional (Sentra P3T), Jakarta, obat tradisional atau obat asli memiliki banyak kelebihan jika dibandingkan dengan obat modern seperti obat farmasi. Hal ini dikarenakan obat tradisional mudah didapatkan dan juga harganya lebih murah. “Karena obat asli tradisional sudah dikenal turun-temurun, sebenarnya orang jadi cepat percaya terhadap khasiat obat tradisional walau tidak melalui proses uji klinis,” kata Sudarto. Obat tradisional yang terbuat dari rempah-rempah biasanya dikenal oleh masyarakat dengan nama jamu. Saat ini banyak orang yang menggunakan jamu sebagai obat untuk menyembuhkan berbagai macam penyakit yang sedang di alami atau di derita. Hal ini dikarenakan nenek moyang jaman dahulu telah lebih dahulu mengenalkan jamu sebagai obat untuk menyembuhkan berbagai macam penyakit dibandingkan dengan pengenalan obat modern seperti obat farmasi yang ada saat ini (Pusat Data dan Analisa Tempo, 2021).

Diketahuinya adanya penyakit telah terjadi sejak jaman dahulu atau jaman nenek moyang, namun masih belum ditemukannya obat farmasi. Obat farmasi baru ditemukan saat telah terdeteksi penyakit yang cukup serius yang terjadi di dalam masyarakat. Sehingga banyak masyarakat yang lebih percaya pada obat tradisional atau jamu dibandingkan dengan obat modern atau obat farmasi. Masyarakat memilih jamu sebagai obat yang digunakan untuk mengobati atau menyembuhkan penyakit yang sedang mereka derita tidak hanya karena dikenalkan oleh nenek moyang saja. Tetapi khasiat yang terdapat pada jamu yang telah terbukti manjur dan ampuh untuk mengobati berbagai macam

penyakit juga merupakan salah satu alasan masyarakat lebih memilih jamu untuk dijadikan obat.

Menurut Rusmina, dkk (dalam Anita Purniasih, dkk, 2019) secara umum obat tradisional atau jamu yang terbuat dari bahan dasar rempah-rempah tidak menimbulkan efek samping yang berbahaya. Karena masyarakat beranggapan dan percaya bahwa tumbuhan rempah-rempah berkhasiat bagi kesehatan. Tidak hanya digunakan untuk menyembuhkan penyakit saja, tetapi masyarakat juga percaya bahwa jamu dapat digunakan untuk meningkatkan dan menjaga imunitas tubuh. Bahkan tidak sedikit orang yang melakukan kebiasaan meminum jamu untuk meningkatkan dan menjaga stamina tubuh. Banyaknya manfaat yang dimiliki oleh tanaman rempah-rempah membuat banyak orang mencari tanaman rempah untuk dimanfaatkan.

Namun ada juga orang yang memilih untuk membudidayakan tanaman rempah agar dapat dikelola dalam jangka panjang atau jangka waktu yang lama apabila tanaman rempah tersebut sulit atau langka untuk di temukan atau di dapatkan di lingkungan sekitar masyarakat. Sehingga hal ini mendukung adanya tanaman rempah yang dapat diolah menjadi berbagai macam bentuk untuk menunjang kebutuhan hidup sehari-hari seperti adanya jamu yang terbuat dari bahan dasar rempah. Adanya kepercayaan masyarakat bahwa jamu dapat menyembuhkan berbagai macam penyakit ini juga terjadi di Pulau Madura. Pulau Madura merupakan salah satu pulau yang ada di negara Indonesia. Pulau Madura terkenal memiliki banyak sekali keanekaragaman dan juga kebudayaan.

Banyak sekali tanaman yang tumbuh dan berkembang dengan subur di Pulau Madura, termasuk tanaman rempah. Di Pulau Madura banyak sekali tumbuh tanaman rempah yang tidak tumbuh di pulau lain dan tanaman tersebut dapat diolah dan dijadikan sebagai obat tradisional. Sehingga banyak masyarakat Madura yang percaya bahwa jamu merupakan obat tradisional yang dapat digunakan untuk menyembuhkan berbagai macam penyakit dan tanpa menimbulkan efek samping apapun pada tubuh. Baik itu di konsumsi dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang. Bahkan adanya kepercayaan bahwa jamu sebagai obat tradisional tidak hanya sebatas kepercayaan saja, tetapi menjadi kebiasaan bagi beberapa orang Madura untuk meminum jamu agar tubuhnya tetap sehat dan juga tetap bugar serta menjaga imunitas tubuh agar tidak mudah terkena atau terpapar penyakit.

Kebiasaan mengkonsumsi jamu yang dilakukan oleh masyarakat Madura telah dilakukan sejak zaman nenek moyang dahulu dan dilestarikan hingga saat ini. Dengan

berbekal pengetahuan dan keahlian mengenai resep pembuatan ramuan jamu yang diturunkan secara turun temurun oleh nenek moyang banyak orang yang memilih untuk membuka usaha jamu sebagai usaha bisnis yang mereka jalani dan mereka kembangkan. Beberapa orang membuka usaha jamu dengan tujuan untuk dapat membantu orang lain yang sedang mengalami masalah pada kesehatan atau sedang sakit. Meski terdapat beberapa orang membuka usaha jamu untuk mencukupi kebutuhan dan perekonomian mereka. Namun ada juga yang memiliki usaha jamu untuk melanjutkan dan mengembangkan usaha jamu yang telah ada dan telah dirintis oleh generasi sebelumnya.

Banyaknya orang yang membuka usaha jamu membuat banyak sekali pedagang atau pelaku usaha jamu yang ada di Pulau Madura, baik pelaku usaha atau pedagang jamu yang memiliki kios atau toko maupun tidak memiliki kios atau toko. Banyaknya pelaku usaha atau pedagang yang terdapat di Pulau Madura, terutama pelaku usaha atau pedagang jamu membuat pemerintah mengelompokkan atau menggolongkan usaha-usaha yang terdapat di tengah-tengah masyarakat. Pengelompokan dan penggolongan usaha-usaha yang dilakukan oleh pemerintah bertujuan untuk memudahkan pemerintah dalam mengetahui potensi yang ada di dalam masyarakat dan juga memudahkan pemerintah dalam memfasilitasi usaha-usaha yang terdapat di tengah-tengah masyarakat. Selain itu adanya pengelompokan atau penggolongan usaha juga bertujuan untuk memudahkan masyarakat dalam mengetahui lokasi dari pedagang atau pelaku usaha yang produknya yang sedang dicari. Penggolongan atau pengelompokan yang dilakukan oleh pemerintah diberi nama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau disingkat menjadi UMKM.

Dikarenakan di Pulau Madura terdapat banyak usaha-usaha yang berdiri di tengah-tengah masyarakat terutama usaha dibidang obat tradisional seperti jamu membuat pemerintah mengelompokkan atau menggolongkan usaha tersebut menjadi UMKM Jamu di Madura. Namun karena bahan dasar yang digunakan untuk membuat jamu terbuat dari tanaman rempah pengelompokan atau penggolongan usaha yang dilakukan oleh pemerintah menjadi UMKM jamu rempah di Madura. Penggolongan atau pengelompokan UMKM jamu rempah yang terdapat di Pulau Madura meliputi wilayah Kabupaten Bangkalan, Kabupaten Sampang, Kabupaten Pamekasan, dan Kabupaten Sumenep. Penggolongan atau pengelompokan ini bertujuan untuk memudahkan masyarakat dalam mencari dan menemukan pelaku usaha atau pedagang jamu yang ada di Pulau Madura, terutama bagi masyarakat yang berada di luar Pulau Madura. Sehingga secara tidak

langsung adanya pengelompokan atau penggolongan usaha jamu berupa UMKM jamu rempah di Madura ini mengenalkan usaha-usaha jamu rempah yang terdapat di Pulau Madura.

Dengan tujuan supaya usaha jamu yang terdapat di Pulau Madura bisa lebih dikenal oleh masyarakat luas dan juga dapat berkembang menjadi usaha yang lebih maju dari sebelumnya. Dalam membangun dan mengembangkan sebuah usaha atau bisnis sangat diperlukan adanya sebuah komunikasi. Komunikasi sendiri dapat di definisikan sebagai suatu proses pergantian atau pertukaran pesan yang terjadi antar individu melalui simbol, sinyal, dan perilaku maupun tindakan (Thian Alexander, 2021). Adanya komunikasi ialah sebagai salah satu aspek penting dalam menjalankan sebuah usaha atau bisnis. Hal ini bertujuan untuk dapat menjalankan tujuan usaha dan juga dapat mengembangkan sebuah usaha.

Komunikasi yang terjadi dalam sebuah usaha dapat dicontohkan dengan adanya komunikasi bisnis. Menurut Alexander Thian dalam bukunya yang berjudul Komunikasi Bisnis menjelaskan bahwa komunikasi bisnis adalah komunikasi yang digunakan dalam dunia bisnis, yang mencakup berbagai macam bentuk komunikasi, baik komunikasi verbal maupun komunikasi nonverbal untuk mencapai tujuan tertentu. Sedangkan menurut Priyatna dan Ardianto (2008) (dalam M. Fadhil Pratama, 2017), komunikasi bisnis merupakan sebuah proses lingkup dinamika terjalinnya fungsi-fungsi internal serta eksternal dimana lebih menanamkan nilai untuk menjangkau profitabilitas yang tinggi. Fungsi internal yang dimaksud ialah bagaimana strategi mengenai pengelolaan sebuah usaha. Sedangkan fungsi eksternal ialah mengenai bagaimana dan seperti apa komunikasi yang terjadi dengan pihak luar, contohnya seperti pemasok, konsumen atau pelanggan, dan masyarakat yang berada disekitar lokasi usaha.

Apabila fungsi internal dan eksternal berjalan dengan baik akan menimbulkan profitabilitas yang baik. Yang mana profitabilitas yang baik ialah pengelolaan usaha yang berlanjut pada hubungan yang terjadi antara pihak internal dengan eksternal, terutama konsumen dan pelanggan atau pembeli. Dalam dunia bisnis seorang komunikator atau penjual tidak hanya diharuskan memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik dengan konsumen atau pembeli saja, tetapi komunikator juga diharapkan dapat menggunakan berbagai macam alat dan juga media komunikasi yang ada untuk menyampaikan pesan-

pesan bisnis secara efektif dan efisien agar tujuan penyampaian pesan-pesan bisnis dapat tercapai.

Secara umum komunikasi bisnis memiliki tiga tujuan diantaranya, yang pertama memberikan informasi. Yang mana untuk dapat memberikan dan juga menyampaikan sebuah informasi yang berkaitan dan berhubungan dengan usaha atau bisnis kepada rekan bisnis maka dalam sebuah usaha diperlukan adanya komunikasi bisnis. Tujuan komunikasi bisnis yang kedua ialah melakukan persuasi. Yang mana setelah disampaikannya informasi yang berkaitan dengan bisnis melalui komunikasi diharapkan dapat mempengaruhi penilaian, kepercayaan dan harapan orang lain. Hal ini dikarenakan komunikasi dapat bersifat persuasif, yang mana komunikasi lebih menekankan pada keterbukaan, kepercayaan, dan demokratis. Sehingga sering digunakan dalam hal yang berkaitan dengan negosiasi, terutama dalam hal negosiasi bisnis.

Tujuan komunikasi bisnis yang ketiga ialah melakukan kolaborasi atau kerjasama bisnis. Setelah di sampaikannya informasi yang berkaitan dengan bisnis dan juga telah melakukan komunikasi persuasif diharapkan dapat terjadi kolaborasi atau kerjasama bisnis antara komunikator dan juga komunikan. Sehingga melalui komunikasi bisnis seorang pelaku usaha bisa melakukan kerjasama bisnis, baik dengan perusahaan domestik maupun perusahaan asing. Komunikasi bisnis yang terjadi dalam sebuah usaha biasanya terjadi diantara produsen atau pedagang atau pelaku usaha sebagai komunikator dengan konsumen atau pembeli atau yang sering dikenal dengan istilah pelanggan sebagai komunikan. Dengan adanya komunikasi bisnis yang terjadi dan terjalin dengan baik diantara produsen dan konsumen dapat mendukung sebuah usaha untuk berkembang.

Sehingga dengan adanya komunikasi bisnis sebuah usaha atau bisnis dapat berjalan dengan baik dan lancar. Adanya komunikasi bisnis yang terdapat dalam sebuah bisnis atau usaha juga terdapat pada pelaku usaha di UMKM. Para pelaku usaha yang tergabung dalam Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) diharapkan dapat melakukan komunikasi bisnis yang baik dengan para konsumen atau pembeli, terutama pada bagian atau pada saat pemasaran produk. Hal ini bertujuan agar konsumen atau pembeli merasa nyaman saat melakukan transaksi atau pembelian sebuah produk dengan pedagang atau pelaku usaha. Dikarenakan apabila konsumen merasa kurang nyaman atau bahkan tidak nyaman, maka konsumen tidak akan mau untuk melakukan transaksi atau pembelian produk lagi.

Adanya komunikasi bisnis yang baik dan tepat pada bagian pemasaran produk dalam sebuah usaha atau bisnis juga dapat mendukung berkembangnya sebuah usaha atau bisnis. Karena konsumen atau pembeli dapat mengetahui produk-produk yang terdapat dalam usaha atau bisnis tersebut dan juga dapat menentukan tertarik atau tidaknya terhadap sebuah produk melalui cara pemasaran produk dari sebuah usaha atau bisnis. Tidak hanya itu saja, tetapi adanya komunikasi bisnis yang diterapkan atau dijalankan oleh para pelaku usaha UMKM diharapkan dapat mengembangkan usaha atau bisnis yang sedang dijalani atau ditekuni, terutama di era milenial.

Di era milenial seperti saat ini yang mana zaman telah mengalami perkembangan yang begitu pesat dalam berbagai bidang, baik bidang teknologi, informasi maupun bidang lainnya dalam kehidupan. Hal ini dapat dicontohkan dengan adanya perkembangan dalam bidang komunikasi. Dimana saat ini orang telah dapat terhubung atau melakukan komunikasi tanpa harus bertemu secara langsung atau bertemu secara tatap muka. Perkembangan yang telah terjadi dalam bidang komunikasi memudahkan banyak orang untuk tetap dapat saling terhubung meskipun memiliki jarak yang jauh. Adanya perkembangan dalam bidang komunikasi dapat mempengaruhi aspek bidang lainnya dalam kehidupan, seperti adanya perubahan dan perkembangan yang terjadi dalam bidang bisnis.

Yang mana perubahan dan juga perkembangan yang terjadi dalam dunia bisnis tidak hanya dipengaruhi oleh perkembangan dalam bidang komunikasi saja, tetapi juga dipengaruhi oleh perkembangan dalam bidang teknologi. Hal ini dapat dicontohkan dengan adanya perbedaan pada dunia bisnis zaman dahulu dan dunia bisnis pada saat ini. Pada zaman dahulu sebuah bisnis atau usaha hanya dapat dilakukan dengan cara bertemu atau tatap muka secara langsung saja. Namun saat ini bisnis atau usaha telah mengalami perubahan dan perkembangan, yang mana usaha atau bisnis telah dapat dilakukan tanpa harus bertemu tatap muka secara langsung.

Perubahan dan perkembangan yang terjadi dalam dunia bisnis dapat dilihat pada bagian pemasaran sebuah produk. Pada zaman dahulu untuk dapat memasarkan sebuah produk pelaku usaha harus memasarkan produknya secara langsung kepada pembeli atau konsumen. Namun pada saat ini untuk memasarkan produknya para pelaku usaha tidak harus memasarkan secara langsung kepada pembeli atau konsumen. Karena para pelaku usaha dapat memasarkan produknya secara online melalui internet. Perubahan dan

perkembangan yang terjadi pada dunia bisnis tidak hanya terjadi pada bagian pemasaran produknya saja, tetapi juga terjadi pada bagian pembelian sebuah produk.

Pada zaman dahulu konsumen atau pembeli untuk dapat mengkonsumsi sebuah produk maka konsumen harus membelinya secara langsung atau secara tatap muka dengan pemilik usaha atau pelaku usaha di toko atau kios tempat usaha tersebut. Sehingga konsumen atau pembelinya hanya orang-orang yang berada disekitar toko atau kios tempat usaha tersebut saja. Namun pada saat ini dengan adanya perubahan dan perkembangan dalam dunia bisnis konsumen tidak lagi harus membeli secara langsung ke toko atau kios usaha apabila konsumen atau pembeli ingin mengkonsumsi sebuah produk. Karena konsumen dapat membeli sebuah produk secara online melalui internet tanpa harus bertatap muka secara langsung dengan pemilik usaha atau pelaku usaha. Adanya perubahan dan perkembangan dalam dunia bisnis pada bidang pemasaran dan pembelian produk dapat mendorong berkembangnya sebuah usaha.

Adanya perubahan dan perkembangan dalam dunia bisnis dibidang pemasaran dan pembelian produk dikarenakan pemilik usaha atau pelaku usaha tidak hanya menjangkau konsumen yang berada di dekat lokasi tempat usaha saja. Namun pelaku usaha juga dapat menjangkau konsumen yang memiliki lokasi jauh dari tempat usaha. Sehingga sebuah produk dapat dipasarkan lebih jauh dan dapat lebih banyak orang yang tahu mengenai produk tersebut. Dan juga dapat meningkatkan kemungkinan bahwa produk akan dikonsumsi oleh lebih banyak konsumen lagi.

Perubahan dan perkembangan yang terjadi dalam dunia bisnis dapat menimbulkan meningkatnya persaingan diantara para pelaku usaha. Persaingan yang terjadi di dalam dunia bisnis tidak hanya terjadi diantara perusahaan-perusahaan besar saja, tetapi juga dapat terjadi diantara para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), termasuk para pelaku UMKM jamu rempah di Madura. Perubahan dan perkembangan yang terjadi dalam dunia bisnis yang dipengaruhi oleh adanya perkembangan pada bidang teknologi, informasi, dan komunikasi membuat para pelaku UMKM dituntut untuk dapat melakukan perubahan pada usaha atau bisnis yang sedang mereka jalankan atau mereka kembangkan. Hal ini bertujuan untuk mempertahankan usaha atau bisnis agar tetap dapat bersaing dengan usaha atau bisnis lainnya di tengah-tengah kemajuan perkembangan zaman seperti di era milenial saat ini. Selain itu juga agar usaha atau bisnis tidak sampai mengalami gulung tikar atau kebangkrutan.

Adanya perubahan yang dilakukan oleh para pelaku UMKM, terutama UMKM jamu rempah di Madura tidak hanya bertujuan untuk dapat mengikuti perkembangan yang terjadi dalam dunia bisnis saja. Namun juga merupakan bentuk dari strategi dan juga upaya agar usaha atau bisnis yang sedang para pelaku usaha jalankan tetap dapat berjalan dengan baik dan juga dapat berkembang. Sehingga setiap usaha atau bisnis jamu dan rempah yang terdapat di tiap kabupaten yang ada di Pulau Madura memiliki strategi komunikasi bisnisnya tersendiri dalam menjalankan dan juga mengembangkan usaha mereka. Adanya strategi komunikasi bisnis ini tidak hanya terdapat di tiap usaha atau bisnis di tingkat kabupaten saja, namun juga terdapat di setiap usaha atau bisnis jamu rempah yang ada di wilayah Pulau Madura. Strategi komunikasi bisnis ini digunakan oleh para pelaku usaha untuk berkomunikasi dengan konsumen atau pembeli dalam mempromosikan produk dari usaha yang sedang mereka jalani.

Dengan harapan konsumen atau pembeli akan tertarik dengan produk yang pelaku usaha tawarkan. Sehingga usaha atau bisnis mereka dapat maju dan berkembang dari sebelumnya. Namun dalam membuat dan juga menentukan strategi komunikasi bisnis yang akan digunakan dalam sebuah usaha atau bisnis tidak dapat secara sembarang. Hal ini dikarenakan apabila pelaku usaha melakukan kesalahan atau kurang tepat dalam memilih strategi komunikasi bisnis mereka, maka hal ini dapat berdampak buruk pada usaha atau bisnis yang sedang para pelaku usaha jalankan. Sehingga para pelaku usaha diharapkan dan juga diharuskan memilih strategi komunikasi bisnis yang tepat untuk usaha atau bisnis yang sedang mereka jalani, terutama usaha atau bisnis jamu rempah yang ada di Pulau Madura.

Terlebih saat ini banyak usaha jamu rempah yang tergabung dalam UMKM di Pulau Madura, baik di Kabupaten Bangkalan, Kabupaten Sampang, Kabupaten Pamekasan, dan Kabupaten Sumenep Sehingga semakin banyak pesaing dan juga persaingan yang terjadi di antara pelaku usaha jamu rempah di setiap kabupatennya. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam tentang : Strategi Komunikasi Bisnis UMKM Jamu Rempah Pada Era Milenial Di Madura dengan studi deskriptif pada 4 UMKM jamu di Kabupaten Bangkalan, Kabupaten Sampang, Kabupaten Pamekasan, dan Kabupaten Sumenep.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penelitian ini adalah : “Bagaimana strategi komunikasi bisnis yang dilakukan oleh UMKM jamu rempah di Madura dengan studi deskriptif pada 4 UMKM jamu rempah di Kabupaten Bangkalan, Kabupaten Sampang, Kabupaten Pamekasan, dan Kabupaten Sumenep?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi bisnis dilakukan oleh UMKM jamu rempah di Madura melalui 4 UMKM jamu rempah yang ada di Kabupaten Bangkalan, Kabupaten Sampang, Kabupaten Pamekasan, dan Kabupaten Sumenep.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. 4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan juga pengetahuan dalam dunia pendidikan yang berkaitan dengan Ilmu Komunikasi yang terdapat dalam dunia bisnis, serta dapat dijadikan rujukan atau referensi bagi peneliti lain yang memiliki yang sejenis atau tema yang sama.

1.4.2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang terkait dalam penelitian ini, diantaranya:

1.4.2.1 Bagi Peneliti

Penelitian di bidang komunikasi bisnis ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan peneliti mengenai strategi komunikasi bisnis yang diterapkan dan dilakukan oleh para pelaku usaha menengah, kecil, dan makro seperti usaha jamu rempah yang terdapat di Pulau Madura.

1.4.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya,

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan dapat dijadikan sebagai bahan rujukan dalam pengembangan Ilmu Komunikasi dalam dunia bisnis namun dari sudut pandang yang berbeda.

1.4.2.3 Bagi Pelaku Usaha Jamu Rempah Yang Terdapat di Pulau Madura

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan sehingga dapat dijadikan sebagai bahan acuan untuk melakukan inovasi guna sebagai bentuk dari pengembangan produk.