

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki keunggulan dalam hal pengembangan industri jamu dengan beribu-ribu macam jenis tanaman obat yang dapat digunakan sebagai bahan dasar jamu. Industri jamu telah berkontribusi sangat besar bagi pendapatan nasional, peningkatan kesejahteraan masyarakat dan penyediaan lapangan kerja. Industri jamu merupakan salah satu penghasil barang yang bergerak di bidang produksi jamu, dan jamu banyak dikonsumsi oleh masyarakat sebagai obat tradisional dan sebagai pengobatan alternatif.

Menurut Kemenkes RI tahun 2010 jumlah industri kecil obat tradisional (IKOT) wilayah Jawa Timur tercatat sebanyak 12 industri jamu yang terletak di Kabupaten Sumenep. Produk jamu seperti jamu kuat lelaki dan sari rapet merupakan jamu yang paling banyak diproduksi para produsen jamu di Sumenep.

Tabel 1.1 Data industri jamu di Kabupaten Sumenep.

No	Nama Industri	Alamat	Kab	Pemilik
1	Dua Saudara UD	Ds Beringin Kec.Dasuk Sumenep	Sumenep	H Moh Basir
2	Harapan Jaya UD	Jl.Berlian No.4 Sumenep telp. (0328-661577)	Sumenep	Ny.Hj.S.Hatidjah Abdullah
3	Jamu Sehat Cap Rebung	Ds. Tanjung Kec. Saronggi 0328-667524, Sumenep	Sumenep	Sumartono
4	Kartika UD	Ds. Bringin Kec. Dasuk Sumenep	Sumenep	H.Latif
5	Manok Rijal Nusantara	Jl.Sagitarius No.16 Ds.Pabian Kec.Kota Sumenep	Sumenep	Ahmad Ramadan
6	Mustika Bumi	Dsn.Daja Ds.Jalbudan Kec.Dasuk Sumenep	Sumenep	Abu Saed
7	Ny Ramelan PJ	Jl.Matahari 2 Sumenep	Sumenep	R Ramelan

8	Ny. Hadi S	Jl.Diponegoro No.9 0328-662585 Sumenep	Sumenep	Noeraini Soetiknyo
9	Sari Bumi Alami PJ	Jl.dr CiPTo VII/H-18 Perum Pondok Indah H-18	Sumenep	Rahmaniya
10	Wahyu Illahi CV	Ds Beringin Kec.Dasuk Sumenep	Sumenep	KH. Sa'un
11	Wahyu Sejati	Dsn. Oro Ds. Kasengan Kec. Manding, Sumenep	Sumenep	Moh. Halil
12	UD Umi Kalsum	Jl. Kemala 141 Bangselok, Sumenep	Sumenep	H. Tzumiyati

Tabel diatas menjelaskan bahwa diantara 12 industri jamu di Kabupaten Sumenep, hanya 4 industri yang masih produksi hingga saat ini yaitu Dua saudara UD, Kartika UD, Wahyu sejati dan UD Umi Kalsum.

Banyaknya perusahaan jamu yang bermunculan saat ini, mengakibatkan persaingan yang sangat ketat dan banyak industri jamu sadar akan pentingnya menerapkan strategi pemasaran yang baik. Untuk menghadapi situasi ini, perusahaan tidak hanya fokus untuk memikirkan bagaimana cara menghasilkan produk saja, tetapi juga perlu mengetahui bagaimana menerapkan pemasaran yang tepat bagi perusahaan, agar perusahaan memiliki daya saing yang tinggi, sehingga semakin memperluas pangsa pasar.

Upaya suatu perusahaan bisa mengetahui strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan yaitu dengan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman apa saja yang terdapat pada perusahaan tersebut, sehingga bisa memanfaatkan keadaan tersebut dan menjadikannya sebuah strategi pemasaran yang baik agar bias merebut peluang pasar.

Menurut (Kotler 2002) yang dimaksud dengan peluang pemasaran adalah suatu daerah kebutuhan pembeli dimana perusahaan dapat beroperasi secara menguntungkan. Dengan demikian suatu perusahaan harus bisa jeli peluang yang ada, tanpa mengabaikan keadaan kekuatan, dan kelemahan serta ancaman yang akan datang. Strategi pemasaran merupakan kunci untuk meraih tujuan organisasi bisnis,

memasarkan barang atau jasa tidak berarti hanya menawarkan atau menjual saja melainkan lebih luas dari itu, dan suatu bisnis dikatakan berhasil dapat dilihat dari bagaimana kegiatan pemasarannya. Suatu perusahaan akan mengalami kegagalan jika tidak mengetahui strategi yang tepat untuk memasarkan produknya (Setiyaningsih 2007).

UDUmi Kalsum merupakan perusahaan yang memproduksi jamu yang berlokasi di Kabupaten Sumenep, dimana perusahaan tersebut memproduksi jamu tradisional dengan berbekal kemampuan meracik sendiri ramuan asli Madura. Berbagai jenis jamu yang diproduksi diantaranya yaitu jamu kuat lelaki super, sari rapet super, galian singset, pegal linu, asam urat, dan lainnya. Pemasaran produk jamu UD Umi Kalsum meliputi daerah sumenep yaitu (Ambunten, Dasuk, dan Benasare) UD Umi Kalsum berpotensi untuk bisa berkompetisi dengan produk farmasi, fitofarmaka, dengan segmen pasar nasional bahkan internasional. Perlu melakukan strategi pemasaran untuk bisabersaing dan mengetahui peluang pasar, salah satu tehnik adalah menggunakan analisis SWOT (*Strenghts-Opportunities-Weaknessess-Threats*), IE (*Internal-Eksternal*) dan metode QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matriks*) sebagai evaluasi kondisi internal dan eksternal.

1.2 Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi hanya pada tahap pertama proses manajemen strategi yaitu perumusan strategi dengan menggunakan metode tahap pemasukan, tahap pencocokan dan tahap pengambilan keputusan. Penelitian ini juga tidak membahas masalah yang terkait dengan proses dan pengembangan produksi.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas didapatkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi lingkungan Internal (kekuatan dan kelemahan) dan Eksternal (peluang dan ancaman) pada pemasaran UD Umi Kalsum?
2. Alternatif strategi pemasaran apa saja yang dapat dipilih oleh UD Umi Kalsum sebagai alternatif pemasaran terbaik?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah disusun di atas, penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman di UD Umi Kalsum.
2. Untuk merumuskan alternatif strategi pemasaran UD. Umi Kalsum yang di peroleh berdasarkan hasil analisis.

1.5 Manfaat penelitian

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat bagi :

1. Perusahaan jamu Madura UD. Umi Kalsum sebagai informasi dan bahan pertimbangan dalam penyusunan strategi pemasaran, dan bisa di implementasikan sebagai alternatif strategi pemasaran.
2. Penulis bisa mengetahui dan memahami bagaimana proses merumuskan alternatif strategi pemasaran berdasarkan kondisi lingkungan perusahaan.