

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Konsumen akan memiliki harapan tentang bagaimana suatu produk seharusnya berfungsi (*performance expectasion*), harapan itu merupakan standar kualitas yang akan dibandingkan dengan fungsi atau kualitas produk yang sesungguhnya dirasakan konsumen (Sumarwan, 2011). Kualitas produk yang memenuhi preferensi konsumen akan mengikat konsumen dan membuat konsumen loyal terhadap produk tersebut, sehingga kualitas produk yang diberikan oleh produsen dan kepuasan konsumen berhubungan erat dengan keuntungan yang akan diperoleh perusahaan atau produsen.

Harga merupakan hal yang akan menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli suatu produk, dalam hal ini konsumen menginginkan harga yang murah. Akan tetapi sebagian konsumen menggunakan harga dalam memberi penilaian tentang kualitas produk. Konsumen seringkali berasumsi bahwa dengan harga yang sedikit lebih mahal, maka kualitas yang diperoleh akan jauh lebih terjamin (Sulistiyari, 2012).

Kualitas pelayanan menjadi salah satu ukuran keberhasilan dalam memberikan jaminan kepuasan bagi konsumen. Salah satu kelemahan penjual adalah kurang memperhatikan tentang pelayanan yang dilakukan, setelah produk laku biasanya penjual sudah merasa puas. Pelayanan merupakan salah satu aspek yang sangat berpengaruh di dalam pemasaran suatu produk atau jasa (Yansah, 2013).

Menurut Natatdjaja *et al.* (2011), kemasan mempunyai prosentase yang besar dalam proses penjualan. Kemasan merupakan elemen yang berhadapan langsung dengan konsumen. Fungsi kemasan saat ini bukan hanya sebagai pelindung atau wadah, melainkan suatu alat promosi dari produk yang dikemasnya. Sehingga hal ini tentu akan berpengaruh pada konsumen dalam hal perilaku termasuk preferensinya untuk membeli suatu produk.

Jamu merupakan salah satu budaya turun temurun berupa obat yang berasal dari bahan-bahan herbal. Jamu adalah sebuah ramuan yang dipercaya dapat menyembuhkan penyakit, pemeliharaan kesehatan, kebugaran, bahkan kecantikan. Jamu telah ada sejak zaman pra-sejarah, dan masih dipercaya khasiatnya hingga sekarang. Jamu saat ini tidak hanya dibuat secara tradisional tetapi juga diproduksi secara modern di pabrik. Industri jamu telah berkontribusi besar bagi pendapatan nasional, peningkatan kesejahteraan masyarakat, dan penyediaan lapangan kerja. Produsen jamu yang telah memproduksi jamunya dalam skala besar tentu harus memperhatikan konsumennya, karena dari konsumen para produsen mengetahui sejauh mana produknya diterima dan dapat memuaskan konsumen. Banyak hal yang mempengaruhi pertimbangan atau keputusan konsumen dalam memilih suatu produk. Hal ini menjadi tanggung jawab pemasar, untuk memahami kebutuhan dan keinginan pasar dan membantu menerjemahkannya sesuai kebutuhan konsumen. Salah satu caranya adalah melakukan analisis terhadap preferensi konsumen.

Konsumen dalam mengkonsumsi jamu, tentunya mereka memilih jamu yang mampu memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Hal tersebut membuat konsumen akan memperhatikan variabel-variabel atau petunjuk-petunjuk kualitas dari jamu yang akan dikonsumsi. Sebagai upaya mengetahui apa yang diinginkan serta dibutuhkan konsumen, memerlukan dukungan informasi pasar yang akurat secara lengkap dan rinci mencakup preferensi konsumen. Konsumen akan menampilkan perilakunya setelah melakukan persepsi terhadap keputusan dalam proses pembelian suatu produk. Persepsi konsumen belum tentu memiliki penilaian yang sama, hal ini disebabkan tidak semua konsumen memiliki pengetahuan yang lengkap mengenai kondisi produk tersebut, yang kemudian berimplikasi pada minat pembelian produk, sampai tingkat kesukaannya.

Perusahaan Jamu Jokotole merupakan sebuah industri yang memproduksi jamu khas Madura. Industri jamu tersebut telah melebarkan pangsa pasar hingga keluar daerah Madura, dan kini mampu menembus pasar mancanegara seperti Malaysia, Turki, Belanda, dan Arab Saudi. PJ. Ribkah Maryam Jokotole memproduksi berbagai macam jamu khas Madura, salah satunya adalah jamu sari

rapet. Jamu sari rapet merupakan salah satu produk unggulan dari PJ. Ribkah Maryam Jokotole selain dua produk unggulan lainnya yaitu lelaki perkasa dan empot-empotan. Menurut data penjualan pada tahun 2014 jamu sari rapet memiliki angka penjualan mencapai 5805 *pack*. Rincian penjualan jamu sari rapet PJ. Ribkah Maryam Jokotole dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1. Jumlah Penjualan Jamu Sari Rapet Tahun 2014

Bulan Ke	Jumlah Penjualan (<i>Pack</i>)
1	475
2	490
3	450
4	440
5	440
6	490
7	500
8	505
9	505
10	505
11	500
12	505
Total	5805

Sumber : PJ. Ribkah Maryam Jokotole 2014.

Hal ini yang kemudian menimbulkan pertanyaan dari segi variabel apa konsumen memutuskan untuk membeli produk jamu tersebut. Sehingga hal ini dapat dikaitkan dengan permasalahan kualitas produk, harga, pelayanan, dan kemasan. Hal tersebut dapat diketahui dengan melakukan analisis yang rinci dari informasi pasar melalui konsumen secara langsung yaitu analisis preferensi konsumen.

Informasi faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen dapat diketahui melalui metode *Partial Least Square* (PLS). Metode *Partial Least Square* (PLS) digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh variabel terhadap preferensi konsumen jamu tradisional Madura sari rapet di PJ. Ribkah Maryam Jokotole Bangkalan. Hal ini dilakukan agar produsen jamu tradisional Madura sari rapet mampu mengetahui dari segi mana konsumen memutuskan untuk membeli produk tersebut. Sehingga dengan mengetahui variabel-variabel yang berpengaruh

pada kesukaan konsumen akan membuat produsen mampu memenuhi keinginan dan harapan konsumen.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh variabel kualitas produk, harga, pelayanan, dan kemasan terhadap preferensi konsumen jamu sari rapet PJ. Ribkah Maryam Jokotole?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui variabel yang mempengaruhi preferensi konsumen jamu sari rapet PJ. Ribkah Maryam Jokotole.

1.4. Manfaat penelitian

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi upaya aplikatif terhadap ilmu yang telah peneliti peroleh selama di bangku kuliah ke dalam dunia praktek.

2. Bagi Perusahaan

Memberikan bantuan berupa informasi sekaligus sebagai bahan pertimbangan dalam rangka menghadapi masalah dan memberikan solusi dari masalah yang timbul.

3. Bagi Pembaca

Menambah pengetahuan dan referensi bagi pembaca yang ingin melanjutkan penelitian serupa.