

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tanaman obat tradisional kebanyakan digunakan sebagai obat alternatif untuk menjaga kesehatan ataupun digunakan sebagai kecantikan bagi wanita. Biasanya tanaman tradisional ini terdiri dari jahe, kunyit, temulawak, cabe jawa dan lain sebagainya. Hasil Riset Kesehatan Dasar (Riskendes) tahun 2013, menunjukkan bahwa 30,4% rumah tangga Indonesia memanfaatkan pelayanan kesehatan tradisional, diantaranya 77,8% rumah tangga memanfaatkan jenis pelayanan kesehatan tradisional keterampilan tanpa alat dan 49,0% rumah tangga memanfaatkan ramuan. Sementara itu menurut Riskesdes 2010 dalam Aditama (2015) menunjukkan 60% penduduk Indonesia diatas 15 tahun menyatakan pernah mengkonsumsi jamu dan 90% diantaranya merasakan khasiat dari jamu.

Masyarakat Indonesia sudah tidak asing lagi dengan tanaman cabe jawa. Cabe jawa (*Piper retrofractum* Vahl.) biasanya digunakan oleh masyarakat Indonesia sebagai campuran jamu tradisional. Tanaman cabe jawa biasanya digunakan sebagai tambahan makanan pengganti lada, minuman sebagai penghangat tubuh, jamu herbal dan lain sebagainya. Tanaman cabe jawa sudah terkenal dinegara asia seperti Singapura, Malaysia, Hongkong dan India. Di Indonesia sendiri tanaman cabe jawa banyak ditumbuhi di Jawa Timur khususnya Pulau Madura dan Pulau Sumatera (Lampung). Menurut Pusat Statistik tahun 20-2014 mencatat luas areal panen tanaman cabe jawa per kecamatan di Kabupaten Bangkalan pada tahun 2009-2013 mencapai rata-rata 273,168 ha; di Kabupaten Sampang mencapai rata-rata 886,8 ha; di Kabupaten Pamekasan mencapai rata-rata 559,2 ha dan di Kabupaten Sumenep mencapai rata-rata 2.404,36 ha.

Masyarakat Madura sudah terbiasa meminum jamu terutama yang masih keturunan kerajaan. Jamu Madura memiliki cita rasa dan aroma yang khas dibandingkan dengan jamu-jamu yang ada di daerah lain. Jamu Madura memiliki rasa yang pahit dibandingkan dengan jamu jawa yang memiliki rasa manis. Salah satu campuran dari jamu Madura yaitu Cabe Jamu. Menurut Judhaswati (2016) Cabe jawa atau cabe jamu digunakan oleh masyarakat Madura sebagai salah satu pembuatan ramuan, khususnya terhadap perempuan yang mengalami permasalahan dalam kelancaran menstruasi.

Seiring dengan jaman milenial saat ini banyak anak muda yang tidak menyukai jamu herbal atau jamu tradisional. Di Pulau Madura sendiri yang menyukai jamu herbal adalah tingkatan umur dewasa, lanjut usia sampai manula yang masih keturunan kerajaan. Industri jamu di Madura biasanya mengolah cabe jawa atau cabe jamu dalam bentuk serbuk dengan tujuan lebih praktis dan enak dalam penggunaannya. Akan tetapi, penggunaan serbuk ini masih kurang efektif dalam penyajiannya karena masih terdapat ampas yang mengendap di dalam minuman cabe jawa tersebut dan dalam penyajiannyapun dirasa masih kurang efektif dan kurang efisien. Oleh karena itu, perlu adanya minuman fungsional berbasis tanaman obat cabe jawa yang dikemas dengan menggunakan kemasan box yang dibungkus dengan menggunakan kantong celup agar dapat menjaga keindahan (estetika) pengemasan agar konsumen lebih tertarik untuk membelinya.

Minuman dengan kemasan kantong celup tidak hanya memudahkan dalam penyajiannya, kemasan kantong celup juga dapat menjaga keawetan dalam penyimpanan suatu produk (Ruwana *et al.* 2017). Ditengah persaingan produk yang telah menempati posisi pasar yang ada, produk barupun perlu dilakukan strategi-strategi pemasaran khususnya Teh Cabe Jawa Celup untuk terus bersaing. Oleh karena itu diperlukan kebijakan yang tepat dalam menyusun suatu strategi pemasaran seperti *segmenting*, *targeting*, *positioning* dan juga perlu mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pembelian produk baru yang tepat agar produk yang dikeluarkan dapat bersaing dengan kompetitor atau pesaing yang ada.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* berdasarkan tingkat kesukaan umur pada Teh Cabe Jawa Celup ?
2. Apasaja faktor-faktor keputusan konsumen dalam pembelian Teh Cabe Jawa Celup ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui strategi *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* berdasarkan tingkat kesukaan umur pada Teh Cabe Jawa Celup.
2. Mengetahui faktor-faktor keputusan konsumen dalam pembelian Teh Cabe Jawa Celup.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi produsen, penelitian ini bermanfaat untuk memberikan ilmu pengetahuan tentang perilaku konsumen sehingga dapat dijadikan dasar untuk menyusun strategi pemasaran sebagai usaha untuk meningkatkan omset penjualan.
2. Bagi akademisi dan peminat masalah pemasaran, penelitian ini dapat memberikan sebuah informasi tentang perilaku konsumen dan bisa dijadikan referensi untuk penelitian yang sejenis.
3. Bagi peneliti, penelitian ini berguna untuk menambah pengetahuan dan mendalami ilmu mengenai pemasaran khususnya perilaku konsumen serta untuk melengkapi persyaratan dalam menyelesaikan studi di Fakultas Pertanian Universitas Trunojoyo Madura.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah *targeting* yang dipilih hanya berdasarkan *segmenting* demografis (umur responden) berdasarkan tingkat kesukaan Teh Cabe Jawa Celup yang terdiri dari umur 15-30 tahun, 31-45 tahun dan >45 tahun. Sedangkan batasan masalah pada *positioning* adalah membandingkan produk sejenis Cabe Jawa dengan wedang jahe, pokak dan bandrek.