

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Tanaman herbal merupakan tanaman yang memiliki khasiat bagi tubuh. Tanaman ini mengandung bahan aktif yang bermanfaat untuk pengobatan. Tanaman ini dipercaya dapat menangkal dan menyembuhkan penyakit (Hidayanto and Ardi, 2015). Secara umum bagian tanaman ini dapat digunakan sebagai pengobatan alternatif diantaranya daun, batang, bunga, buah, umbi, rimpang, akar, kulit batang, kulit buah, dan semua organ tanaman tergantung pada jenis tanaman herbal yang digunakan (Indrayangingsih et. al., 2015). Salah satu jenis tanaman herbal yang terkenal dengan khasiat baik bagi tubuh adalah jahe. Selain memiliki khasiat yang baik, jahe juga memiliki nilai ekonomis yang tinggi. Hal ini sesuai dengan penelitian Laeli Kurniasari et al. (2013) menyatakan jahe merupakan salah satu tanaman herbal yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi.

Jahe merupakan rimpang yang dapat digunakan sebagai campuran dalam makanan dan minuman. Pada umumnya masyarakat menggunakan jahe untuk obat masuk angin, gangguan pencernaan, sebagai *analgesik*, *antipiretik*, *anti inflamasi*, dan lain-lain. Hal ini terbukti karena jahe memiliki efek *farmakologis* yang efektif sebagai obat dan mampu memperkuat obat yang dicampurkannya (Sukmawati and Merina, 2019). Produk jahe yang diperdagangkan terbagi menjadi 3 yaitu produk setengah jadi (simplisia, pati, minyak atsiri, dan ekstrak), produk industri (makanan/minuman dan kosmetik), dan produk jadi (sirup, minuman cepat saji (instan), bedak, tablet, dan kapsul) (Refiana, 2021). Salah satu produk jadi jahe adalah minuman cepat saji.

Minuman cepat saji merupakan salah satu produk jadi berbentuk serbuk. Jahe instan adalah ekstrak jahe yang dimasak menggunakan proses kristalisasi dengan menambahkan bahan tambahan seperti air, gula, ekstrak serai, kayu manis, dan cengkeh. Jahe instan menawarkan kepraktisan pada konsumen sehingga konsumen tidak lagi melakukan perebusan melainkan hanya melakukan penyeduhan. Kepraktisan ini membuat jahe instan tinggi di pasaran. Hal ini senada dengan penelitian Indri Pratiwi and Nadya Moelino (2015) yang menyatakan minuman cepat saji atau praktis membuat permintaan konsumen terus bertambah. Permintaan produk ini mengakibatkan banyak bermunculan usaha baru (*start up*). Produk yang ditawarkan oleh *start up* dalam bentuk serbuk, cair, maupun tablet.

Salah satu usaha baru berbasis jahe adalah Usaha Jetan. Jetan adalah nama usaha yang dijalankan dengan nama produk "Tradisi" seperti yang tertera pada kemasannya. Nama ini dipilih untuk mempermudah masyarakat dalam mengingat produk serta memberikan rasa cinta masyarakat terhadap minuman herbal. Usaha Jetan merupakan usaha yang dikembangkan oleh mahasiswa Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia yang dibentuk pada tahun 2019. Jetan terbentuk berdasarkan riset pasar yang telah dilakukan oleh mahasiswa didasari pada karakteristik dan pengetahuan masyarakat terkait minuman fungsional peningkat daya tahan tubuh.

Hasil riset menunjukkan bahwa banyak masyarakat yang ingin hidup sehat namun terhalang dengan ketersediaan minuman herbal yang ada. Hal tersebut dikarenakan masyarakat masih sulit dalam menemukan minuman herbal instan yang dapat dikonsumsi setiap saat. Selain itu, ditemukan juga minuman herbal yang telah menggunakan beberapa campuran bahan lain sehingga rasa yang dihasilkan kurang pas. Berdasarkan ulasan tersebut Jetan membuka usaha berbasis herbal dalam bentuk minuman jahe instan.

Jetan merupakan usaha mahasiswa berprestasi. Hal ini dibuktikan dengan Jetan telah memenangkan kejuaraan dalam *Business Plan Competition UNIMED 2020* Kategori Pengembangan Usaha Bidang Agribisnis “ Minuman Jahe dan Serai” pada tanggal 03 November 2020 dan Usaha Jetan juga telah mendapatkan pendanaan yang berasal dari Program Mahasiswa Wirausaha Vokasi (PMWV) merupakan program yang dibuka oleh Direktorat jenderal pendidikan tinggi (DIKTI) ditujukan kepada seluruh perguruan tinggi swasta yang terseleksi sebesar 10.000.000.

Jetan berlokasi di kota Medan. Kota ini adalah ibu kota Provinsi Sumatera Utara yang merupakan kota terbesar ketiga di Indonesia. Menurut data BPS tahun 2020 jumlah penduduk kota Medan berkisar 2.435 252 jiwa. Jumlah penduduk kota Medan yang tinggi membuat kota ini dijadikan sebagai pusat perdagangan. Hal ini diperkuat oleh fakta yang menunjukkan bahwa semakin tinggi populasi suatu wilayah maka kebutuhan akan pangan maupun yang lainnya akan bertambah (Dengah et. al., 2014).

Fakta diatas memberi keyakinan kepada pelaku usaha bahwa, UMKM pada kota Medan berkisar >163 (Ardhansyah, 2021). Jumlah pelaku usaha ini mendorong peluang usaha di kota Medan untuk minuman herbal cukup besar. Untuk melakukan inovasi sebagai usaha baru baru (*Start Up*) Jetan harus melakukan adaptasi terhadap kondisi lingkungan pasar yang semakin luas. Jumlah UMKM yang tinggi dapat menimbulkan banyak tantangan terhadap Usaha Jetan kedepannya. Saat ini telah banyak bermunculan berbagai macam produk untuk memenuhi kebutuhan pangan maupun lainnya sehingga hal tersebut menimbulkan sikap konsumen dalam mencari produk, mengevaluasi, dan memutuskan produk seperti apa yang akan dipilih sesuai dengan keinginannya. Sikap konsumen inilah yang sering disebut sebagai perilaku konsumen.

Perilaku konsumen bukan hanya berpengaruh pada aktivitas pemasaran produk tetapi juga berpengaruh dalam evaluasi terhadap produksi produk yang akan datang. Pada saat konsumen membeli sebuah produk maka ia akan melakukan penilaian dan evaluasi terkait produk yang dibeli layak atau tidak untuk melakukan pembelian kembali. Jika konsumen mempunyai penilaian yang buruk terhadap produk, maka Jetan harus melakukan perbaikan dengan cara mengumpulkan dan mempertimbangkan ulasan/masukan dari konsumen sebagai acuan dalam pengembangan usaha. Pengumpulan ulasan bertujuan untuk mengetahui jahe instan seperti apa yang diinginkan oleh konsumen. Berdasarkan bauran pemasaran yang terbagi menjadi beberapa perangkat diantaranya produk, harga, tempat, dan promosi sesuai dengan segmentasi konsumen yang dituju yaitu demografis, geografis, perilaku, dan psikografis. Pengumpulan ulasan dinamakan sebagai riset pemasaran dengan melakukan observasi terhadap konsumen terkait produk jahe instan seperti apa yang diminati. Sehingga dari riset yang dilakukan akan menghasilkan rencana pemasaran yang nantinya dapat direkomendasikan kepada usaha Jetan mendorong *kontinuitas* dan *sustainability* penjualan produk jahe instan dalam meningkatkan penjualan.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Usaha Jetan merupakan sebuah usaha yang dikembangkan oleh mahasiswa Politeknik Wilmar bisnis Indonesia Medan. Usaha ini termasuk kedalam usaha baru (*start up*) yaitu perusahaan rintisan yang berusaha dalam menemukan model bisnis yang tepat agar perusahaan dapat dikelola dan bertahan lebih lama dalam kondisi lingkungan apapun. Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh Jetan dalam melakukan pemasaran adalah kurangnya minat pembelian berulang pada produk jahe instan serta penjualan tidak stabil. Pendapatan yang diperoleh tidak sebanding dengan pengeluaran pada permodalan pembuatan jahe instan. Hal tersebut tentunya menimbulkan kerugian bagi Usaha Jetan.

Untuk meningkatkan pemasaran pada usaha Jetan dibutuhkan rangkaian perencanaan sebuah usaha yang nantinya mampu mendukung dalam pemasaran produk seperti melakukan riset pemasaran. Observasi terhadap konsumen berdasarkan bauran pemasaran yang terbagi menjadi beberapa perangkat yaitu produk, harga, tempat, dan promosi sesuai dengan segmentasi konsumen yang dituju yaitu demografis, geografis, dan psikografis konsumen mampu menciptakan gambaran produk jahe instan seperti apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen. Melalui penjabaran tersebut diharapkan dapat mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, maka permasalahan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Bagaimana jahe instan yang diproduksi oleh Jetan dapat diminati oleh konsumen?
- b. Bagaimana bauran pemasaran pada Jetan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk jahe instan?
- c. Bagaimana segmentasi konsumen pada Jetan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk jahe instan?

### **1.3. Tujuan Tugas Akhir**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan pada penelitian ini sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui jahe instan seperti apa yang diminati oleh konsumen
- b. Untuk menguraikan pandangan konsumen terhadap jahe instan.
- c. Untuk menguraikan setiap bauran pemasaran Jetan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk jahe instan.
- d. Untuk menguraikan setiap segmentasi konsumen Jetan terhadap keputusan pembelian pada produk jahe instan

### **1.4. Kontribusi Tugas Akhir**

Berdasarkan rancangan rumusan masalah dan tujuan yang telah diuraikan diatas, peneliti berharap penelitian ini dapat menghasilkan beberapa manfaat bagi usaha Jetan dalam gambaran perencanaan pemasaran yang tepat untuk meningkatkan penjualan jahe instan pada usaha Jetan antara lain:

- a. Sebagai masukan untuk usaha Jetan dalam menentukan produk jahe instan seperti apa yang diinginkan konsumen agar dapat meningkatkan penjualan jahe instan.
- b. Sebagai acuan usaha dalam mengetahui faktor-faktor apa saja dalam bauran pemasaran yang menentukan keputusan pembelian konsumen dalam pembelian produk jahe instan
- c. Sebagai acuan usaha dalam mengetahui faktor-faktor apa saja dalam segmentasi konsumen yang menentukan keputusan pembelian konsumen dalam pembelian produk jahe instan
- d. Sebagai pedoman bagi usaha baru (*start up*) yang ingin meningkatkan penjualan