

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Jamu merupakan minuman tradiaional yang menggunakan bahan alami. Jamu juga merupakan minuman alami warisan budaya yang telah diwariskan secara turun menurun untuk kesehatan. Menurut permenkes No.003/Menkes/Perl/I/2010 jamu adalah obat tradisional terdiri dari bahan ramauan, bahan yang berupa bahan tumbuhan, bahan hewan, bahan mineral, sediaan sarian (galenic), atau campuran dari bahan tersebut. Produk jamu mengalami peningkatan popularitas di kalangan masyarakat, baik dalam negri maupun di kancan internasional. Hal ini disebabkan oleh pergeseran global menuju gaya hidup yang lebih sehat dan kepedulian yang meningkat terhadap produk alami. Untuk menghasilkan minuman kunyit asam yang memiliki kapasitas antioksidan 99,594 ppm AAE dengan kadar total fenol sebesar 97,541 ppm, dibutuhkan formula campuran kunyit 10% dan asam jawa sebesar 5% (v/v) (Athala & Shelvia 2021).

Ai-Grow production merupakan unit kewirausahaan yang dibawah oleh himpunan mahasiswa Teknologi Industri Pertanian. Ai-Grow berdiri sejak 2015 hingga saat ini bisnis ini masih berjalan. Tujuan awal adanya bisnis ini adalah untuk pemanfaatan komoditas yang ada di lingkungan univesitas menjadi sebuah produk dan memiliki nilai jual yang tinggi. Salah satu produk yang diproduksi oleh Ai-Grow adalah jamu sinom dengan merek BRENGOS. Jamu sinom brengos memiliki cita rasa yang khas dibandingkan dengan produk sinom lainnya. Kualitas rasa sinom brengos sangat unggulan, dengan menggunakan bahan baku pilihan yang diproses dengan terjamin secara kebersihan, kehygenisan, praktis dan tanpa pengawet. Konsumen utama Ai-Grow production adalah warga civitas akademika di kampus UISI baik mahasiswa, dosen, dan karyawan. Selain itu karyawan dan staff PT.Semen Indonesia, warga lokal gresik juga menjadi sasaran produk Ai-Grow.

Bentuk pelayanan yang digunakan oleh AI-Grow yaitu media online dan offline dengan mencantumkan nomor telepon dengan tujuan untuk mempermudah penyampaian informasi mengenai produk sedang tersedia. Selain itu, penyebaran

selebaran brosur dilakukan ketika sedang mengikuti event. Media online untuk promosi yang digunakan adalah aplikasi instagram karena aplikasi ini sangat mudah digunakan untuk menyampaikan informasi dan iklan. Selain itu Ai-Grow juga menerima segala bentuk kritikan juga saran untuk kemajuan usaha yang sedang dikembangkan. Hingga saat ini sistem strategi penjualan yang dilakukan Ai-Grow hanya jika ada pemesanan kunjungan dari siswa dan juga penitipan di beberapa tempat seperti kampus dan cafe.

Hingga saat ini Ai-Grow belum pernah melakukan pengukuran terhadap kepuasan konsumen pada produk minuman jamu sinom Brengos. Oleh sebab itu perlu dilakukan analisis kepuasan konsumen terhadap kualitas atribut minuman jamu sinom brengos. Ai-Grow harus mengetahui hal-hal apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dan berusaha untuk menghasilkan kinerja (performance) sebaik mungkin sehingga dapat memuaskan konsumen. Dengan mengetahui tingkat kepuasan konsumen berdasarkan atribut yang ada pada produk minuman jamu sinom brengos, Ai-Grow dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk digunakan. Selanjutnya diperlukan strategi pemasaran yaitu *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* (STP).

Maka dari itu tujuan dari penelitian ini adalah menentukan tingkat kepuasan konsumen jamu sinom brengos terhadap kualitas produk berdasarkan analisis *customer satisfaction index* (CSI) dan *Importance performance analysis* (IPA) digunakan untuk mengukur atribut-atribut dari tingkat kepentingan dan tingkat kinerja. Menentukan *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* (STP) yang diperbaharui, sebagai evaluasi dalam melakukan penentuan STP yang baru berdasarkan kepuasan konsumen dan menentukan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan sinom brengos berdasarkan kepuasan konsumen dari produk sinom brengos.

Cara mengetahui apakah konsumen merasa puas atau tidak terhadap suatu produk dapat diukur dengan metode *customer satisfaction index* (CSI). Menurut Banowati (2023), CSI adalah analisis kualitatif berupa persentase pelanggan yang senang dalam suatu survey kepuasan pelanggan. Metode CSI diperlukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk dengan memperhatikan tingkat kepentingan atribut – atribut terhadap produk. Selanjutnya analisa

penentuan *segmenting*, *targeting* dan *positioning* (STP). Secara deskripsi Segmenting, targeting, dan positioning adalah salah satu model pemasaran yang penerapannya melibatkan tiga tahapan yaitu melakukan segmentasi pasar, menargetkan segmen yakni yang paling menguntungkan dan memposisikan produk yang dijual dengan cara yang paling bernilai (Yunsepa, *et all*,2023).

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas maka rumusan masalah dari penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap produk jamu Sinom Brengos?
2. Bagaimana *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* produk jamu sinom brengos?
3. Bagaimana strategi pemasaran produk jamu sinom brengos berdasarkan tingkat kepuasan konsumen?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas maka tujuan pembahasan dalam penelitian ini yaitu:

4. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap produk jamu sinom brengos.
5. Untuk mengetahui dari *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* produk jamu Sinom Brengos
6. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk jamu sinom brengos berdasarkan tingkat kepuasan konsumen.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini diantaranya ada manfaat untuk perusahaan dan mahasiswa itu sendiri.

### **1.4.1 Bagi Perusahaan**

Manfaat Penelitian ini bagi perusahaan antara lain:

1. Perusahaan mengetahui bagaimana kondisi dari produk jamu sinom mereka dikalangan konsumen produk mereka di tinjau dari *segmenting, targeting, dan positioning* (STP).
2. Melalui analisis dalam penelitian ini perusahaan dapat membuat Langkah strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk sinom brengos yang di lihat dari tingkat kepuasan konsumen.

#### **1.4.2 Bagi Peneliti**

Manfaat yang dapat diperoleh bagi Dengan melakukan penelitian ini, mahasiswa dapat meningkatkan kemampuan dalam menganalisis sebuah strategi pemasaran produk dengan tujuan untuk produk tersebut.

#### **1.5 Luaran yang Diharapkan**

Luaran yang dihasilkan dari penelitian ini yaitu mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap produk sinom brongos, mengetahui *segmenting, targeting, dan positioning* dari produk sinom bengos, dan penentuan strategi pemasaran berdasarkan nilai tingkat kepuasan konsumen terhadap produk sinom brengos.

#### **1.6 Batasan Penelitian**

Adapun yang menjadi batasan masalah atau ruang lingkup dari penelitian ini, antara lain:

1. Batasan penelitian ini hanya berfokus pada konsumen internal Ai-Grow
2. Produk yang digunakan dalam penelitian ini adalah produk jamu sinom Brengos yang di produksi oleh Ai-Grow