

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha yang semakin meningkat seiring dengan perkembangan teknologi pada saat ini telah memunculkan produk-produk baru dari berbagai perusahaan. Keadaan ini menjadikan tingkat persaingan antar perusahaan sejenis semakin meningkat sehingga konsumen dihadapkan pada berbagai macam bentuk pilihan terhadap jenis produk, serta konsumen bebas untuk menentukan produk pilihannya. Keadaan ini menjadikan konsumen semakin selektif dalam menentukan produk pilihannya sehingga sangat penting bagi perusahaan untuk memikirkan strategi pemasaran yang paling tepat.

Meningkatnya pengetahuan konsumen terhadap produk yang ditawarkan di pasar menuntut perusahaan untuk meningkatkan pelayanan terhadap konsumen. Peningkatan pelayanan terhadap konsumen mempunyai tujuan untuk memenuhi kepuasan konsumen sehingga diharapkan perusahaan akan memperoleh loyalitas dari konsumen. Semakin banyak persyaratan yang harus dipenuhi oleh pihak perusahaan, maka semakin besar pula kemungkinan terjadinya transaksi jual beli. Dengan demikian berarti bahwa produk perusahaan tersebut dapat diterima oleh konsumen karena sesuai dengan standard dan kebutuhan.

Kehidupan masyarakat sehari-hari yang sangat sibuk dengan aktifitasnya masing-masing, menjadikan kesehatan menjadi sangat penting dalam menunjang aktivitas masyarakat. Namun dengan semakin tingginya tingkat teknologi maka

produk kesehatan yang ada pada masyarakat luas saat ini adalah produk kesehatan yang diciptakan melalui bahan-bahan kimia modern. Pada dasarnya bahan-bahan kimia tersebut mempunyai berbagai efek samping yang mungkin justru akan merugikan kesehatan dari pemakai produk kesehatan tersebut. Untuk mengatasi hal itu maka salah satu pilihan yang tepat adalah memilih produk kesehatan yang tidak mempunyai efek samping dan tentunya dapat mengurangi bahkan menyembuhkan penyakit yang diderita. Jamu tradisional menjadi pilihan yang tepat, karena selain tercipta dari bahan-bahan alami yang tentunya tidak mempunyai efek samping yang berlebihan bagi penderita, jamu tradisional juga tidak kalah mujarabnya dengan produk kesehatan modern. Keadaan ini menyebabkan permintaan akan jamu tradisional menjadi semakin bertambah sehingga hal ini merupakan suatu kesempatan bagi perusahaan jamu tradisional untuk menawarkan hasil produksi serta inovasinya.

Untuk sekarang ini berbagai macam merk produk jamu tradisional telah banyak ditawarkan dengan berbagai macam khasiat dan keunggulannya sehingga menimbulkan persaingan yang ketat antar produsen jamu tradisional. Untuk dapat bersaing memperebutkan pasar konsumen, maka banyak perusahaan jamu tradisional saling berusaha untuk menawarkan keunggulan produknya masing-masing untuk membangun merk. Selama ini dalam membangun merk, para produsen jamu tradisional umumnya memberi nilai tambah pada merk masing-masing dengan cara menciptakan atribut-atribut citra (*image attribute*). Hal itu dilakukan dengan harapan akan memberi keunggulan dan perbedaan pada merk mereka dibanding merk pesaingnya.

Sido Muncul adalah salah satu produsen jamu tradisional yang cukup dikenal di Indonesia. Banyak berbagai produk kesehatan yang telah diciptakan oleh Sido Muncul yang telah terbukti khasiatnya dalam menyembuhkan penyakit maupun gejala-gejala gangguan kesehatan yang diderita para pengguna produk. Dalam beberapa tahun ini semakin banyak para pengguna produk kesehatan yang mulai berpindah menggunakan produk-produk jamu tradisional seperti produk jamu tradisional yang diciptakan oleh Sido Muncul.

Dalam strategi pemasaran suatu perusahaan terdapat tiga keputusan penting yang menjadi sasaran, yaitu mengenai konsumen mana yang akan dituju, bauran pemasaran yang bagaimanakah yang dapat memenuhi kepuasan konsumen, serta berapa biaya pemasaran yang harus dikeluarkan. Selain itu faktor penentu keberhasilan pemasaran juga dipengaruhi oleh minat konsumen dalam keputusannya membeli suatu produk, karena keputusan akhir untuk membeli produk yang terdiri dari berbagai macam merk tersebut terletak pada sikap konsumen yang akan membelinya.

Sikap merupakan hasil dari faktor genetik dan proses belajar serta selalu berhubungan dengan suatu obyek atau produk. Sikap biasanya memberikan penilaian (menerima atau menolak) terhadap obyek atau produk yang dihadapinya. Untuk menganalisis sikap konsumen dalam pembelian produk jamu tradisional Sido Muncul, dibutuhkan informasi yang berupa sikap konsumen serta faktor yang membentuk dan mempengaruhinya. Faktor-faktor tersebut adalah keyakinan dan evaluasi terhadap atribut jamu tradisional Sido Muncul. Atribut tersebut dapat berupa harga beli, kualitas jamu, kualitas bahan, dan kepraktisan.

Selain itu sikap juga mempunyai peranan penting dalam pembentukan perilaku sehingga dengan menganalisa sikap konsumen, maka perusahaan dapat mengetahui sejauh mana sikap konsumen terhadap produknya serta perbedaan sikap konsumen berdasarkan karakteristik konsumen yaitu gender, usia, penghasilan.

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai bagaimana sikap konsumen terhadap produk jamu tradisional Sido Muncul terutama di Kota Semarang. Hal ini dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan untuk menetapkan strategi pemasaran selanjutnya bagi perusahaan yang bersangkutan.

Sejalan dengan hal tersebut diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP PRODUK JAMU TRADISIONAL SIDO MUNCUL DI KOTA SEMARANG”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka pokok masalah yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah sikap konsumen terhadap produk jamu tradisional Sido Muncul di Kota Semarang?
2. Apakah ada perbedaan sikap konsumen terhadap produk jamu tradisional Sido Muncul berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pendapatan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan di atas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menentukan sikap konsumen terhadap produk jamu tradisional Sido Muncul di Kota Semarang.
2. Untuk menentukan perbedaan sikap konsumen terhadap produk jamu tradisional Sido Muncul di Kota Semarang berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pendapatan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1) Bagi Penulis

Sebagai penerapan disiplin ilmu yang telah diperoleh dari bangku kuliah ke dalam praktek lapangan dan sebagai tambahan pengetahuan bagi penulis.

2) Bagi Perusahaan

Sebagai masukan bagi perusahaan dalam menyusun strategi pemasaran pada waktu yang akan datang.

3) Bagi Pihak Lain

Penelitian ini dapat digunakan sebagai sumbangan pemikiran untuk bahan penelitian lebih lanjut dalam bidang pemasaran.