

BAB III

TOPIK PEMBAHASAN

A. Latar Belakang

Jamu merupakan salah satu contoh minuman kesehatan tradisional yang banyak dibuat saat ini. Minuman herbal tradisional di Indonesia merupakan gaya hidup yang diwariskan secara turun temurun. Obat herbal tradisional sebagian besar terbuat dari bahan tumbuhan alami.

Karena minuman tradisionalnya masih dianggap masyarakat mampu mengobati berbagai penyakit tanpa menimbulkan dampak buruk, maka jamu mewakili akumulasi pengetahuan penduduk setempat. (Deby Lia Isnawati, 2021).

Hampir separuh masyarakat Indonesia (49,53 persen) mengandalkan pengobatan herbal baik untuk tujuan preventif maupun kuratif. Sebanyak 95,6% dari mereka yang mengonsumsi obat herbal melaporkan merasa lebih baik setelah meminumnya. (Andriati & Wahjudi, 2020). Menurut hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti didapatkan bahwa masyarakat yang mengonsumsi jamu dari GSI herbal sebanyak 120

unit pada bulan januari, bulan Februari mengalami penurunan menjadi 80 unit, bulan Maret penjualan meningkat hingga 140 unit, bulan April kembali turun drastis menjadi 50 unit, bulan Mei naik lagi menjadi 130 unit dan bulan Juni sedikit meningkat menjadi 90 unit.

NO	JENIS PRODUK	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni
1	Forhafi GSN (mengatasi masalah pencernaan)	30	9	27	12	28	52
2	Pro Cerna	16	22	35	8	30	9
3	Diastop (menormalkan gula darah)	44	25	32		42	23
4	Jamos Pro (meningkatkan stamina dan penyembuhan infeksi)	11	14	6	30	12	
5	Pro imun	19	10	40		18	6
total unit penjualan		120	80	140	50	130	90

Mayoritas pemilik usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mengabaikan pentingnya taktik pemasaran yang efektif, terutama yang berkaitan dengan penjualan dan retensi klien yang membeli obat herbal tradisional. Karena terjebak pada masa lalu, banyak toko yang menjual obat herbal tradisional yang gulung tikar. Salah satu permasalahannya, menurut jajak pendapat yang dilakukan di bisnis jamu tradisional Pak Obi, adalah mayoritas kliennya adalah ibu-ibu.

Selain itu, mereka percaya bahwa konsumen dan pembeli datang kepada mereka secara alami dari mulut ke mulut, dan mereka menganggap diri mereka belum meraup keuntungan jika pasar sedang sepi. Produk

minuman herbal seringkali mengandung jahe, kunyit, lengkuas, dan bahan lainnya sebagai bahan dasarnya. Masih banyak ruang untuk perbaikan dalam pembuatan minuman herbal yang dapat membantu meningkatkan daya tahan tubuh. (Daud & Novrimansyah, 2022).

Oleh karena itu, peneliti ingin mengembangkan rencana pemasaran internet untuk memastikan kebutuhan alternatif dalam kampanye periklanan kami. Oleh karena itu, pemanfaatan digital marketing sebagai media promosi minuman herbal tradisional merupakan salah satu solusi yang tepat karena dapat menjangkau lebih banyak orang mengingat berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh bahwa penjualan jamu GSI Herbal ini masih belum stabil dan masih naik turun. Salah satu aplikasi pemasaran yang akan digunakan adalah pemanfaatan platform media sosial seperti Instagram dan WhatsApp. Dengan menggunakan akronim untuk “kekuatan”, “kelemahan”, “peluang”, dan “ancaman”, saya akan merancang barang dalam penelitian ini. Dengan menggunakan strategi ini, kita dapat memperoleh wawasan mengenai elemen internal

(kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi organisasi.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dapat dirumuskan masalahnya yaitu:

1. Bagaimana kondisi faktor internal penjualan UMKM minuman minuman jamu tradisional ?
2. Bagaimana kondisi faktor eksternal penjualan UMKM minuman minuman jamu tradisional ?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi kondisi faktor internal penjualan UMKM Minuman Minuman jamu tradisional
2. Mengidentifikasi kondisi faktor eksternal penjualan UMKM Minuman Minuman jamu tradisional

D. Manfaat Penelitian

1. Bagaimana kondisi faktor internal penjualan UMKM minuman minuman jamu tradisional ?
2. Bagaimana kondisi faktor eksternal penjualan UMKM minuman minuman jamu tradisional ?

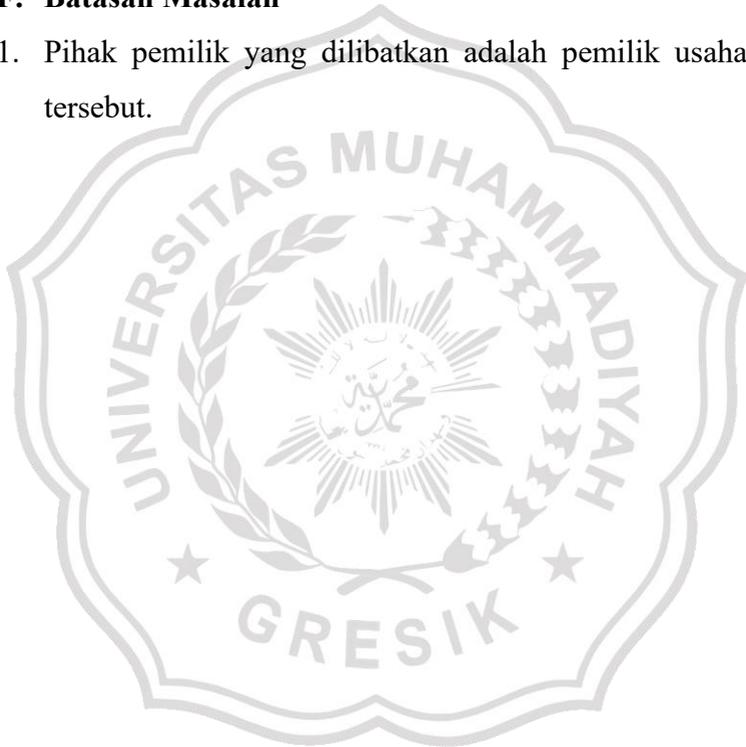
E. Asumsi

Asumsi yang dapat kita dapat kita dapatkan sebagai berikut :

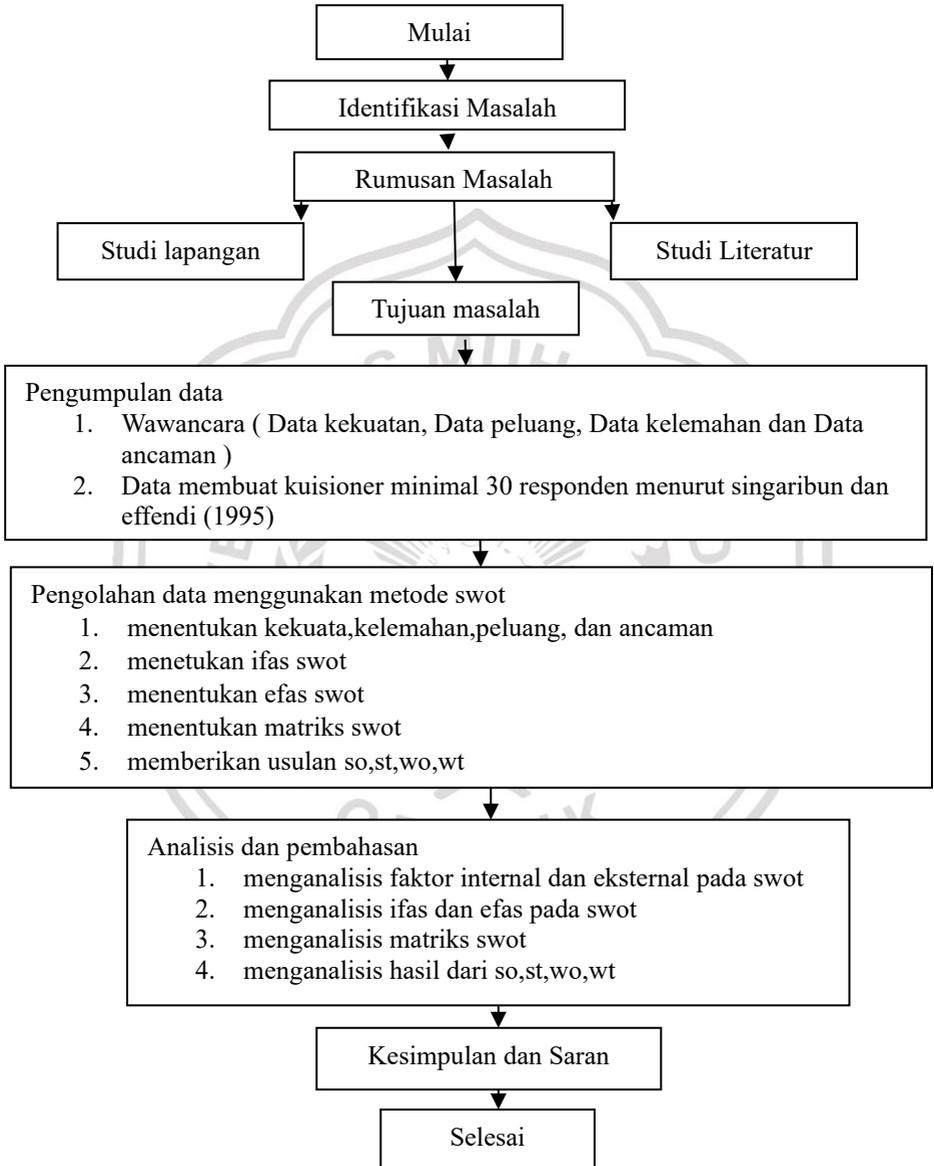
1. Selama penelitian berlangsung tidak terjadi perubahan kebijakan.
2. Tidak terjadi masalah dalam pemenuhan stok bahan baku

F. Batasan Masalah

1. Pihak pemilik yang dilibatkan adalah pemilik usaha tersebut.



G. Alur Penelitian



Tabel 2.2 Alur Penelitian

Keterangan:

Pada tahap ini akan di jelaskan tentang penggunaan metode penelitian tersebut secara terperinci

1. Identifikasi Masalah

Suatu langkah dalam melakukan penelitian yang dapat dilihat sebagai upaya untuk memperjelas suatu permasalahan dan memberikan gambaran yang lebih konkrit dan terukur. Kita mungkin menemukan jawaban atas permasalahan terkini pada tingkat studi ini, yang merupakan langkah awal.

2. Studi literatur

Proses tinjauan literatur mencakup sejumlah langkah, termasuk pengelolaan bahan penelitian, membaca dan mencatat dari berbagai sumber literatur perpustakaan, dan membaca sumber data informasi tambahan yang berkaitan dengan topik yang dibahas. Hal ini akan memungkinkan para sarjana untuk memperoleh pemahaman teoritis tentang mata pelajaran yang dibahas.

3. Studi lapangan

Pengamatan secara langsung di lokasi kegiatan, pada tahap ini peneliti akan secara langsung dan akan

mengamati apa saja kekurangan dan kelebihan mengenai produk tersebut.

4. Rumusan Masalah

Perumusan masalah di dasarkan pada permasalahan yang di hadapi oleh produk tersebut dimana produk tersebut yaitu komponen jamu yang tidak selalu konsisten di karenakan juga banyaknya pesaing penjual jamu yang ada di daerah sekitar adapun keunggulan dari produk tersebut yaitu bisa dikonsumsi semua kalangan, banyak manfaat untuk kesehatan dan terbuat dari bahan alami.

5. Tujuan Masalah

Dalam tujuan penelitian kali ini kita akan mengembangkan produk tersebut dan akan memberikan solusi dari kekurangan produk tersebut sehingga produk tersebut bisa di terima di masyarakat.

6. Pengumpulan Data

Pada tahapan ini kita akan melakukan pengumpulan data yang kita lakukan melalui wawancara terhadap pemilik dan pembeli dan kita juga akan menyebarkan kuisioner yang minimal berjumlah 30 responden karena menurut Singarimbun dan Effendi (1995) yang menyatakan bahwa untuk melakukan uji validitas, harus digunakan minimal

30 responden untuk setiap uji coba kuesioner; Sebab, dengan jumlah responden 30 orang, hasil tesnya cenderung menyerupai kurva normal.

7. Pengolahan Data

Pada titik ini, kami akan menetapkan strategi; secara khusus, kami akan menggunakan analisis SWOT. Kekuatan dan kelemahan pribadi Anda dianggap sebagai elemen internal dalam analisis SWOT. Bahaya dan kemungkinan muncul dari kekuatan luar.

8. Analisis dan Pembahasan

Untuk mengetahui apakah temuan penelitian selaras dengan tujuan penelitian, langkah ini meliputi analisis dan pembahasan hasil penelitian pada subbab sebelumnya.

9. Kesimpulan dan Saran

Pada tahaapan ini kita akan menyimpulkan dan memberikan saran kepada produk tersebut agar kedepanya produk tersebut bisa lebih baik lagi.