

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia memiliki beragam tanaman herbal yang dapat digunakan sebagai bahan dasar pembuatan minuman herbal tradisional. Hal tersebut membuktikan bahwa potensi minuman herbal tradisional di Indonesia sangat besar. Sebagai negara yang memiliki tidak kurang dari 30.000 spesies tanaman, tentunya tidak aneh jika Indonesia dapat menjadi pengeksport produk obat herbal terbesar di dunia. Meskipun Indonesia memiliki kekayaan *flora* yang bermanfaat bagi kesehatan, namun terdapat 9.600 spesies dari tanaman yang belum dimanfaatkan maksimal untuk pengolahan obat herbal. (<https://www.pom.go.id/nem/view/more/pers/531/Potensi-Obat-Herbal-Indonesia.html>)

Minuman herbal merupakan minuman yang berbahan dasar bahan alami yang banyak mengandung manfaat bagi kesehatan tubuh. Setiap daerah mempunyai jenis jamu yang berbeda, menyesuaikan dengan tanaman herbal yang tumbuh didaerahnya (Indonesia.Go.Id, 2019). Dalam Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No.003/MENKES/PER/I/2010 Jamu adalah obat tradisional Indonesia yang berupa bahan atau ramuan dari tumbuhan, bahan mineral, bahan hewan, sediaan sarian, atau campuran bahan-bahan tersebut yang secara turun menurun telah digunakan untuk pengobatan dan dapat digunakan sesuai dengan norma yang berlaku di masyarakat.

Budaya dan tradisi masyarakat Indonesia dalam meminum jamu telah mengakar dan diwariskan melalui resep jamu dan peninggalan dari kerajaan seperti artefak dan relief pada candi. (Putri, I. F; Salsabila, G; Santosa, N;, 2021). Menilik dari asal usul dan peradaban sejarahnya, jamu sudah mengakar pada kebudayaan Indonesia pada 1.300 M, masyarakat telah memanfaatkan tanaman herbal sebagai bahan dasar membuat jamu yang kemudian resep jamu diwariskan turun temurun dari generasi ke generasi selanjutnya untuk kesehatan. Dan seperti bernostalgia, belakangan ini *trend* minuman herbal kembali berkembang di tanah

air. Perkembangan minuman herbal ini terjadi pada masa pandemi Covid-19 yang melanda Indonesia beberapa waktu yang lalu.

Seperti pada survei yang membuktikan selama pandemi Covid-19, masyarakat ternyata suka memilih minuman sehat dari herbal dan air putih. Menurut Guru Besar Ilmu Gizi IPB *University* Prof Hardiansyah mengatakan berdasarkan fenomena ini, minuman herbal dan air putih menjadi minuman favorit masyarakat selama pandemi. Seperti konsumsi minuman herbal berbasis jahe, kunyit, dan madu mengalami peningkatan.

(<https://www.jawapos.com/kesehatan/03/10/2022/selama-pandemi-masyarakat-lebih-suka-minuman-herbal-dan-air-putih/>).

Adanya fenomena pandemi Covid-19, membuat keinginan masyarakat untuk mengkonsumsi jamu dan obat tradisional semakin tinggi, pandemi Covid-19 telah merubah banyak hal termasuk *lifestyle* masyarakat. Wakil Menteri Kesehatan Dante Saksono Harbuwono mengatakan bahwa obat tradisional telah dimanfaatkan secara luas pada masa pandemi Covid-19. Sekitar 79% masyarakat mengkonsumsi obat tradisional untuk meningkatkan daya tahan tubuh selama pandemi. (<https://www.kemendes.go.id/article/view/22060200006/formularium-fitofarmaka-upaya-kemendes-tingkatkan-pengembangan-industri-obat-tradisional-di-indonesia.html>)

Kepala Badan POM Penny K Lukoti memaparkan pertumbuhan industri jamu dan obat tradisional di Indonesia meningkat 6% atau berada diatas pertumbuhan ekonomi nasional. Kepala Badan POM tersebut mengatakan “Meski industri obat tradisional sempat menurun ketika diawal pandemi, namun seiring waktu *trend* penjualannya terus meningkat, sehingga industrinya pun semakin berkembang”. (<https://www.suaramerdeka.com/ekonomi/pr-04170724/industri-jamu-tumbuh-6-persen-izin-produk-melonjak-131-persen>). Pertumbuhan industri farmasi terus meningkat, adapun hingga kuartal III/2022, industri kimia, obat tradisional dan farmasi memiliki kontribusi hingga 4,3% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). (<https://kumparan.com/kumparanbisnis/indutri-farmasi-optimistis-andil-ke-ekonomi-meningkat-di-2023-1zYoigvO0q5>)

Adanya pertumbuhan industri jamu dan obat tradisional membuat persaingan usaha jamu tradisional semakin ketat, hal ini merupakan permasalahan

bagi pelaku usaha jamu tradisional untuk menarik minat konsumen dalam membeli.

UMKM Romolo Bestfood merupakan suatu bisnis yang bergerak dibidang produksi rempah tanaman herbal yang kemudian diolah dalam bentuk serbuk minuman jamu yang praktis dan aman untuk dikonsumsi. Usaha ini dibentuk pada tahun 2015 di Kabupaten Kuningan dan perkembangan usahanya aktif hingga sekarang. Seiring berjalannya waktu usaha ini mendapatkan legalitas usaha yaitu sertifikasi Halal. Untuk dapat bersaing dengan perusahaan minuman herbal lainnya, keputusan pembelian sangat diperlukan. Keputusan adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan artinya untuk membuat keputusan harus terdapat alternatif pilihan. Sebaliknya jika pelanggan tidak memiliki alternatif untuk memilih maka tidak dapat dikategorikan sebagai pengambilan keputusan.

Keputusan pembelian adalah sebuah tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan sebuah pembelian suatu produk (Miati, I., 2020). Keputusan pembelian merupakan serangkaian proses yang berawal dari konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu, dan mengevaluasi produk dan merek tersebut seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian serangkaian proses tersebut mengarah kepada keputusan pembelian (Gunarsih, Kalangi, & Tamengkel, 2021). Pada keputusan pembelian, seorang pemasar harus melihat hal-hal yang berhubungan terhadap keputusan pembelian dan membuat suatu ketetapan bagaimana konsumen membuat pembeliannya.

Penelitian ini dilakukan pada Romolo Bestfood, terlihat selama masa pandemi penjualan produk minuman herbal yang dilakukan mengalami penurunan hal ini dikarenakan adanya banyak pesaing yang menjual produk sejenis. Berikut adalah data penjualan yang didapatkan Romolo Bestfood dalam 2 tahun terakhir:

Tabel 1.1

Data penjualan produk UMKM Romolo Bestfood Tahun 2021-2022

No	Tahun	Total Penjualan Pcs
1	2021	6.000
2	2022	4.200

Sumber : Hasil Observasi

Berdasarkan tabel 1.1 diatas, dapat dilihat turunya penjualan produk minuman herbal di Romolo Bestfood. Pada tahun 2021, Romolo Bestfood bisa menjual produk minuman herbal sebanyak 500 pcs perbulan. Tetapi pada tahun 2022, Romolo Bestfood hanya menjual produknya sebanyak 350 pcs perbulannya.

Dalam melakukan keputusan pembelian hal yang paling dipertimbangkan konsumen adalah dengan melihat harga atas produk tersebut. Inilah mengapa harga menjadi salah satu variabel dalam penelitian ini dikarenakan harga memiliki peranan yang sangat penting dalam pengambilan keputusan konsumen. Menurut Kotler dan Keller harga merupakan sejumlah uang yang dibutuhkan atau ditukarkan ke konsumen untuk mendapatkan atau memiliki suatu barang yang memiliki manfaat serta penggunaannya. (Halim, N. R; Iskandar, D. A., 2019). Tinggi rendahnya harga suatu produk selalu menjadi perhatian utama bagi konsumen saat mereka mencari produk yang mereka butuhkan, sehingga harga yang ditawarkan kepada konsumen menjadi pertimbangan khusus sebelum mereka memutuskan untuk membeli barang atau menggunakan suatu jasa. Dan dari kebiasaan konsumen, strategi penetapan harga juga berpengaruh penting terhadap penjualan maupun pemasaran untuk suatu produk yang ditawarkan. (Aryati, C; Akhmad, I., 2023)

Tabel 1.2

Daftar Harga Pesaing Produk Minuman Herbal

Nama	Berat	Harga	Berat	Harga
Sijagur Jahe Merah Instan	300 gr	40.000	150 gr	20.000
Aslama Jahe Merah	330 gr	20.000	150 gr	9.090
Cangkir Mas Jahe Merah	330 gr	34.000	150 gr	16.800
Jahe Merah Serbuk Inayah	330 gr	20.000	150 gr	9.090

Sumber : Shopee, 2023

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan terdapat perbedaan harga dengan pesaing lainnya. Romolo Bestfood dengan produknya yang diberi nama Sijagur Jahe Merah Instan mengalami persaingan harga yang ketat, banyak produk yang serupa dengan Sijagur Jahe Instan dengan harga yang hampir sama. Produk Aslama Jahe Merah, Cangkir Mas Jahe Merah, dan Jahe Merah Serbuk

Inayah bila dikonfersi pada berat yang sama dengan Sijagur Jahe Merah Instan maka ketiga produk tersebut memiliki harga yang lebih murah dari Sijagur Jahe Instan.

Perbedaan ini menjadi alasan pelanggan untuk memilih produk dengan harga yang lebih murah. Harga yang lebih mahal daripada pesaingnya membuat keputusan pembelian minuman herbal Romolo Bestfood menurun.

Selain harga yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen ialah promosi. Keputusan pembelian tidak akan muncul begitu saja akan tetapi di dasari oleh dorongan terlebih dahulu. Promosi merupakan kegiatan komunikasi penjual dengan pembeli sebagai usaha untuk mempengaruhi konsumen dengan cara menawarkan produk, memberikan informasi manfaat mengenai produk, dan meyakinkan konsumen untuk melakukan pembelian, sehingga calon konsumen membelinya. (Islahiha, N. A; Mulyadi, A; Lisnawati, S;, 2023)

Promosi sangat berpengaruh terhadap rasa ingin tahu konsumen atas barang atau jasa yang ditawarkan untuk dapat menarik minat pembeli konsumen tersebut. Dengan adanya promosi yang dilakukan, maka dengan cepat masyarakat akan mengetahui kelebihan-kelebihan yang ditawarkan oleh suatu produk. Frekuensi, kualitas, kuantitas dan kesesuaian promosi juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, karena promosi bukan hanya mengandalkan tampilan promosi tetapi juga menilai dari tolak ukur dan nilai yang disajikan saat promosi.



Gambar 1.1
Sistem Promosi Romolo Bestfood

Sumber : Hasil Observasi

Berdasarkan hasil observasi, promosi yang dilakukan Romolo Bestfood menjadi kurang maksimal akibat adanya pandemi Covid-19. Ketika adanya pandemi Covid-19, banyak kebijakan yang diambil pemerintah untuk memutuskan rantai penyebaran virus Covid-19, salah satu kebijakan yang diambil pemerintah yaitu *social distancing* dan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Saat *social distancing* dan PSBB dilaksanakan banyak perusahaan yang membatasi interaksi antara penjual dan pembeli salah satunya Romolo Bestfood, Promosi yang dilakukan Romolo Bestfood menjadi kurang maksimal, dimana produk yang ditawarkan Romolo Bestfood tidak dapat dijelaskan dengan detail secara langsung kepada pelanggan yang membutuhkan informasi produk. Berbeda halnya dengan promosi secara online, Romolo Bestfood meningkatkan promosi secara online, khususnya melalui Facebook dan Shopee. Informasi produk yang sebelumnya tidak lengkap pada masa pandemi, Romolo Bestfood melengkapi kelengkapan informasi produk tersebut seperti kegunaan produk, berat produk, dan fungsi produk pada produk tertentu setelah pembelian pada Romolo Bestfood secara online.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan dalam penelitian ini, maka penulis tertarik untuk meneliti dan mengambil judul: “Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Herbal Pada UMKM Romolo Bestfood Di Kabupaten Kuningan”.

B. Perumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka dapat diidentifikasi berbagai masalah sebagai berikut:

1. Banyak nya pesaing dalam bidang penjualan minuman herbal ketika adanya kasus pandemi Covid-19
2. Penurunan penjualan produk minuman herbal Romolo Bestfood mengindikasikan adanya penurunan keputusan pembelian konsumen pada produk tersebut
3. Harga produk minuman herbal Romolo Bestfood lebih mahal dibanding pesaing nya

4. Adanya pemberlakuan *social distancing* dan PSBB membuat sistem promosi secara langsung terhambat
5. Romolo Bestfood sudah melakukan promosi produk, akan tetapi promosi yang dilakukan masih belum menjangkau konsumen

2. Batasan Masalah

Pembatasan masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, batasan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel harga (X_1) dan promosi (X_2) dapat mempengaruhi keputusan pembelian (Y).

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada UMKM Romolo Bestfood?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada UMKM Romolo Bestfood ?
3. Apakah harga dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada UMKM Romolo Bestfood?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah dijelaskan, tujuan penelitian ini dilihat pada point dibawah ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada UMKM Romolo Bestfood
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada UMKM Romolo Bestfood
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada UMKM Romolo Bestfood

D. Kegunaan Penelitian

Berikut adalah beberapa manfaat yang diharapkan dari penelitian ini:

1. Secara teoritis adalah agar penelitian ini menambah ilmu dibidang pemasaran yaitu mengenai variabel harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen, dan para pembaca dapat memperluas wawasan di bidang manajemen pemasaran.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan sebagai bahan pertimbangan pihak perusahaan untuk meningkatkan pembelian konsumen dengan perwujudan variabel-variabel yang mempengaruhi. Hasil penelitian ini juga diharapkan dilihat sebagai informasi untuk para pelaku usaha tentang pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan ini adalah sebagai berikut:

Bab yang pertama adalah pendahuluan, pada bab ini diuraikan mengenai latar belakang, identifikasi masalah, batasan dan rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan. Bab yang kedua adalah kajian teori, pada bab ini terdiri atas kerangka penelitian yang relevan dengan penelitian yaitu tinjauan penelitian sebelumnya, konsep harga, konsep promosi, konsep keputusan pembelian, kerangka pemikiran dan penyajian hipotesis. Bab yang ketiga adalah metodologi penelitian, pada bab ini diuraikan mengenai tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, dan teknik analisis data. Bab yang keempat adalah hasil penelitian dan pembahasan, pada bab ini terdiri dari gambaran hasil penelitian dan analisa serta pembahasan hasil penelitian. Bab yang kelima adalah kesimpulan dan saran, pada bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan akhir penelitian dan saran-saran yang diperlukan untuk pembaca.