

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Dalam sebuah perdagangan akan terus ada sebuah persaingan yang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, serta harus ada berbagai strategi yang digunakan guna memperkuat kekuatan dalam persaingan perdagangan. yang mana salah satu komponen strategi bisnis yang paling penting dan menjadi tumpuan yaitu sebuah strategi pemasaran produk. Pengusaha harus terus berinovasi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen guna terus dapat mempertahankan penjualan di era globalisasi dan kemajuan teknologi saat ini (Sri, 2017). Disebutkan pula bahwa menghasilkan sebuah produk atau menjaga kestabilan penjualan harus menyesuaikan dengan dinamika pasar, akan tetapi akan selalu ada persaingan dipasaran dan yang utama untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang terkadang dari waktu ke waktu selalu berubah. (Nailuvary, 2020)

Istilah "obat tradisional" atau "obat herbal" lebih sering digunakan di Indonesia untuk menggambarkan produk herbal. Obat herbal disini adalah bahan atau racikan yang berasal dari tanaman, hewan, mineral, sediaan sarian (galenik), atau kombinasi dari bahan-bahan yang telah digunakan secara turun temurun oleh masyarakat untuk menyembuhkan berbagai penyakit berdasarkan pandangan atau kepercayaan masyarakat. (Dewati, 2020)

Kabupaten Sukabumi merupakan salah satu daerah yang kaya akan limpahan tumbuhan dan hewan yang dapat dijadikan sebagai obat herbal tradisional, Menurut Kementerian Koperasi dan UKM, ada lebih dari 100.000 UMKM di Sukabumi yang mempekerjakan sekitar 450.000 orang (Supriatna, 2023). Dengan kategori terbesar adalah makanan dan minuman, salah satunya produk yang berada di Desa Purwasari, Kecamatan Cicurug yang mempunyai salah satu produk usaha yang bergerak dalam dunia obat herbal, produk tersebut yaitu Air Kesehatan Sondari yang diproduksi oleh CV.Berkah Teguh Meratani. Secara singkat Produk Air Kesehatan Sondari merupakan minuman herbal yang diproduksi menggunakan bahan utama cacing tanah Sonari. Menurut mas Kasito

selaku pemilik usaha mengungkapkan bahwa ”dahulu bentuknya masih sangat tradisional dan hanya saya pasarkan di lingkungan kampung saya saja, namun seiring berjalannya waktu saya bersama rekan saya memikirkan bagaimana produk ini dapat dipasarkan lebih luas dan dapat diterima oleh berbagai lapisan masyarakat” dan terbukti setelah hampir 14 tahun bergelut dalam bisnis ini, kini produk air kesehatan sondari sudah hampir menguasai pasar minuman herbal di wilayah Sukabumi dan sekitarnya.

Pada penelitian awal peneliti menemukan bahwa, dalam proses awal pemasaran hingga pada saat ini tetap bertahan bukanlah suatu proses yang mudah, ada kendala bahkan masalah yang dihadapi Bapak Kasito selama menggeluti usaha bisnis ini, salah satunya yaitu persaingan pasar yang mulanya sangat bersinggungan dengan obat-obatan kimia hingga seiring berjalannya waktu, muncul pula produk-produk serupa yang menambah pesaing di lapangan, namun dengan strategi pemasaran dan pengelolaan perusahaan yang baik, dapat menjadikan produk Air Kesehatan Sondari tetap stabil dan bahkan terus bertambah konsumen.

Hal yang mendasari penelitian ini adalah keingin tauhan peneliti untuk mencari tau terkait bagaimana produk air kesehatan sondari ini dapat berkembang dan bisa bertahan sampai saat ini, pasti ada strategi yang dilakukan pelaku usaha guna mempersiapkan segala hal yang harus disiapkan untuk memasarkan produk ini, mengapa demikian, karena peneliti melihat adanya *point plus* dari produk ini termasuk bagaimana cara tim pemasaran khususnya menjalin hubungan baik dengan para konsumen, karena jika dilihat dilapangan, penjualan produk air kesehatan sondari ini cukup mendominasi dihampir berbagai apotek atau toko yang mana peneliti lihat dalam sekali pengiriman bisa diatas 5 karton ke tiap apoteknya.

Selain itu peneliti ingin mengetahui hambatan dan tantangan aja saja yang terjadi pada proses pemasaran produk air kesehatan sondari ini, melihat dari berbagai aspek sepertinya akan sedikit adanya hambatan pada proses pemasaran produk ini, dikarenakan produk sondari yang dikategorikan sebagai obat tradisional yang pada saat ini kebanyakan mengalami penurunan, namun tidak

dengan produk air kesehatan sondari ini, seiring berjalannya waktu, produk yang berawal dari ramuan tradisional yang sebagaimana biasanya memiliki rasa yang pahit dan juga bau yang menyengat, namun oleh bapak kasito dibuatkan inovasi yang peneliti rasa sangat efektif untuk dapat bersaing di pasar obat-obatan pada masa ini.

Sebagaimana dipaparkan sebelumnya bahwa pasti adanya hambatan dalam menjalankan usaha ini, salah satunya yaitu terkait banyaknya perubahan regulasi mengenai legalitas dan izin usaha pada produk ini, yang menjadikan banyaknya kesalahfahaman dari konsumen yang mempertanyakan legalitas produk ini, dan bagaimana pemilik usaha dapat mengatasi hambatan yang sering terjadi dalam dunia bisnis produk obat yang dikonsumsi manusia, apalagi ini tergolong dalam obat tradisional, belum lagi hambatan yang dirasakan pada proses pemasaran produk yang dapat terjadi pada berbagai aspek lainnya.

Setelah peneliti mengetahui berbagai hambatan dan tantangan yang dihadapi dalam proses pemasaran produk, langkah selanjutnya bagaimana para pemilik usaha menyikapi dan menghadapi situasi tersebut. Peneliti ingin melihat bagaimana mereka menemukan solusi, beradaptasi, serta merancang strategi jangka panjang yang bisa jadi “tameng” untuk menghadapi tantangan serupa di masa depan. Soalnya, dalam dunia usaha, masalah pasti akan selalu ada, tapi yang terpenting adalah bagaimana cara kita merespons dan menyiapkan langkah-langkah antisipasi. Tanpa strategi yang jelas, usaha bisa jalan di tempat, bahkan berisiko kalah saing. Maka dari itu, penting untuk memahami tidak hanya masalahnya, tapi juga bagaimana cara mengatasinya dan mencegah hal serupa terjadi lagi nanti.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti ingin menganalisis bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh pemilik CV. Berkah Teguh Meratani terkait pengedaran Produk Air Kesehatan Sondari, lalu apa saja hambatan dan tantangan ketika proses pemasaran tersebut, maka dengan itu peneliti ingin melakukan penelitian dengan mengangkat judul “Strategi Usaha Produk Air Kesehatan Sondari Di Desa Purwasari, Kecamatan Cicurug, Kabupaten Sukabumi”.

## B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah-masalah dalam penelitian ini dapat di definisikan sebagai berikut;

1. Pada saat pemasaran produk, ditemukan bahwa dalam menjalankan bisnis ini terdapat persaingan pasar antara obat hebal dan obat kimia yang sampai saat ini masih sangat tinggi .
2. Tidak hanya dengan obat kimia, adapun beberapa produk herbal serupa sehingga menambah pesaing di lapangan,
3. Kurangnya promosi akan hadirnya produk tradisional yang sudah di modernkan

## C. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, penelitian ini akan fokus terhadap :

1. Strategi Pemasaran Yang Digunakan Pemilik Usaha Air Kesehatan Sondari
2. Mencari Tau Hambatan dan Tantangan Yang Dihadapi
3. Solusi Yang Digunakan Meliputi Strategi Digital Maupun Konvensional, dan hasil dari strategi yang digunakan dalam penumbuhan ekonomi masyarakat sekitar

## D. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembahasan fokus kajian masalah di atas, peneliti dapat merumuskan rumusan masalah dalam beberapa pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran usaha produk air kesehatan sondari di Desa Purwasari, Kecamatan Cicurug, Kabupaten Sukabumi ?
2. Hambatan dan Tantangan apa saja yang terjadi dalam proses pemasaran usaha produk air kesehatan sondari di Desa Purwasari, Kecamatan Cicurug, Kabupaten Sukabumi ?
3. Bagaimana Efektivitas Strategi Konvensional Dan Digital Serta Hasil Yang Terjadi Setelah Penggunaan Strategi Usaha Kepada Keberlangsungan Ekonomi Masyarakat Sekitar ?

### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan di atas, tujuan yang ingin dicapai peneliti pada penelitian ini adalah sebagai berikut;

1. Mengetahui bagaimana strategi pemasaran usaha produk air kesehatan sondari di Desa Purwasari, Kecamatan Cicurug, Kabupaten Sukabumi.
2. Mengetahui hambatan apa saja yang terjadi dalam proses pemasaran usaha produk air kesehatan sondari di Desa Purwasari, Kecamatan Cicurug, Kabupaten Sukabumi.
3. Mengetahui Efektivitas Strategi Konvensional Dan Digital Serta Hasil Yang Terjadi Setelah Penggunaan Strategi Usaha Kepada Keberlangsungan Ekonomi Masyarakat Sekitar.

### **F. Manfaat Penelitian**

Pada dasarnya sebuah penelitian akan sangat berarti bilamana dapat memberikan kontribusi yang baik bagi berbagai pihak dengan adanya penelitian ini yang dapat peneliti uraikan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis di sini yaitu dapat menjadi bahan acuan penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kajian strategi pengembangan produk khususnya pada produk air kesehatan sondari atau produk herbal yang serupa.

2. Manfaat Praktis

- a. Manfaat bagi pengusaha

Pengusaha dapat menjadikan penelitian ini sebagai pengetahuan yang mana kedepannya dapat menjadi gambaran atau acuan, terkait bagaimana strategi pengembangan produk yang baik guna terus dapat menghadapi masalah yang mungkin saja terjadi kedepannya

- b. Manfaat bagi pembaca

Bagi para pembaca khususnya yang ingin memulai berwirausaha atau para pengusaha yang ingin memperbaiki usaha yang sudah ada agar dapat menjadi wawasan pengetahuan agar dapat terus berinovasi dalam sebuah persaingan usaha.