

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Indonesia adalah negara dengan jumlah penduduk yang tinggi. Pada tahun 2010 terdapat 237,6 juta orang yang tinggal di Indonesia. Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, Badan Pusat Statistik, dan United Nations Population Fund (2013) menjelaskan bahwa hasil proyeksi menunjukkan bahwa jumlah penduduk Indonesia selama dua puluh lima tahun mendatang terus meningkat yaitu dari 238,5 juta pada tahun 2010 menjadi 305,6 juta pada tahun 2035.

Indonesia sebagai negara padat penduduk tidak bisa terlepas dari masalah kesehatan. Sebagai contoh adalah masalah tuberkulosis atau TBC. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (2018) menyatakan bahwa Indonesia merupakan salah satu negara yang mempunyai beban tuberkulosis yang terbesar diantara lima negara yaitu India, Indonesia, China, Philippina, dan Pakistan. Sebagai contoh, jumlah kasus tuberkulosis di Indonesia pada tahun 2017 adalah 425.089.

Contoh yang lain adalah penyakit diare. Diare adalah penyakit endemis di Indonesia. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (2018) menjelaskan bahwa tahun 2016 jumlah penderita diare semua umur yang dilayani di sarana kesehatan sebanyak 3.176.079 penderita dan terjadi peningkatan pada tahun 2017 yaitu menjadi 4.274.790 penderita. Masalah kesehatan diatas hanya dua contoh dari banyaknya masalah kesehatan di Indonesia.

Melihat jumlah penduduk Indonesia dan banyaknya masalah kesehatan, dapat disimpulkan bahwa permintaan obat di Indonesia tinggi. Ditambah lagi

dengan penduduk yang ingin menjaga kesehatan bukan dengan berolahraga akan tetapi dengan cara mengonsumsi obat. Maka permintaan obat di Indonesia akan menjadi semakin tinggi.

Obat-obatan sebagaimana diketahui selain dapat mengobati, obat memiliki resiko efek samping yang tidak diinginkan. Obat-obatan yang dimaksud adalah obat sintesis. Sebagai contoh adalah obat anti tuberkulosis. Farhanisa, Untari, dan Nansy (2015) menjelaskan bahwa obat anti tuberkulosis mempunyai efek samping seperti urin kemerahan, mual, lemas, muntah, gangguan pencernaan, nyeri sendi, pusing, gatal pada kulit, mengantuk, dan kesemutan.

Masyarakat Indonesia mengenal alternatif lain untuk mengatasi masalah kesehatan. Alternatif tersebut adalah obat herbal. Masyarakat Indonesia sudah mengenal obat herbal sejak zaman dahulu. Maka dari itu obat herbal sering disebut juga obat tradisional. Pengobatan menggunakan obat herbal atau obat tradisional masih dilakukan hingga sekarang karena dinilai lebih aman daripada menggunakan obat sintesis. Dijelaskan oleh Nursetiani dan Herdiana (2018) dalam penelitiannya bahwa obat herbal tradisional yang berasal dari tanaman dapat menjadi alternatif pengobatan dan pemeliharaan kesehatan yang efektif karena efek samping yang dimiliki lebih sedikit dibandingkan dengan obat sintesis.

Dijelaskan lebih lanjut oleh Haryoto, Sujono, Suhendi, dan Muhtadi (2015) bahwa pengobatan tradisional yang berlandaskan sumber alam hayati terutama tumbuh-tumbuhan telah digunakan sejak lama di Indonesia karena memiliki keunggulan bahan mudah didapat, murah, hampir tidak memiliki efek

samping, merupakan keahlian nenek moyang yang diwariskan secara turun temurun, serta dapat dimanfaatkan jika obat sintesis tidak memberikan hasil yang diharapkan. Hal tersebut semakin menambah keyakinan masyarakat untuk mengubah gaya hidupnya menjadi gaya hidup sehat. Mirza, Amanah, dan Sadono (2017) menyatakan bahwa gaya hidup sehat dengan slogan “*back to nature*” telah menjadi trend baru masyarakat dunia dengan mengonsumsi obat-obatan dari bahan alami yang relatif lebih aman dibandingkan obat-obatan dari bahan kimia sintetik.

Masyarakat Indonesia sejak zaman dahulu sudah mengenal pengobatan menggunakan obat-obatan dari bahan alami, maka dari itu pengobatan menggunakan obat herbal disebut juga pengobatan tradisional. Arisandi dan Andriani (2011) menjelaskan bahwa pengobatan tradisional terhadap penyakit dengan penggunaan obat tradisional lebih dikenal dengan jamu. Djamoec merupakan singkatan dari djampi yang berarti doa atau obat dan oesodo (husada) yang berarti kesehatan (Purwaningsih 2013).

Di Daerah Istimewa Yogyakarta terdapat perusahaan yang memproduksi sekaligus menjual jamu. Perusahaan tersebut adalah CV Merapi Farma Herbal. Perusahaan berlokasi di Jalan Kaliurang Km 21,5 Hargobinangun Pakem Sleman Yogyakarta. Produk jamu produksi CV Merapi Farma Herbal bermerek dagang Jamu Godhog Khas Jogja. Perusahaan ini selain memproduksi dan menjual jamu juga membudidayakan tanaman obat.

Ditengah banyaknya peredaran obat sintesis, CV Merapi Farma Herbal tetap mampu bertahan dan tetap menunjukkan eksistensinya. Hal ini dibuktikan

dengan kemampuan perusahaan bertahan selama dua dasawarsa lebih mengingat perusahaan berdiri pada tahun 1994. Perusahaan bahkan telah mampu membuka cabang untuk membantu penjualan jamu.

Cabang berada di Jalan Palagan Tentara Pelajar Km 8,8 Sariharjo Ngaglik Sleman Yogyakarta. Cabang Merapi Farma Herbal tidak selengkap dengan pusatnya yang berada di Hargobinangun Pakem Sleman Yogyakarta. Cabang berfokus menjual jamu sedangkan pusat selain memproduksi dan menjual jamu juga melakukan pembibitan dan budidaya tanaman obat. Di pusat terdapat juga kebun koleksi dengan bermacam-macam tanaman obat. Berbagai hal tersebut dilakukan CV Merapi Farma Herbal sebagai upaya memuaskan konsumen.

Selain itu, CV Merapi Farma Herbal melakukan berbagai hal lain seperti membuat jamu berkualitas tinggi, menyediakan jamu yang beraneka ragam, dan menetapkan harga jamu yang terjangkau, hingga menyediakan jamu instan kemasan yang dapat dikonsumsi di rumah. Berbagai hal tersebut penting untuk dilakukan, akan tetapi CV Merapi Farma Herbal tetap harus mengenali kekuatan dan kelemahan perusahaan sehingga perusahaan akan lebih baik dalam mengenali dan memanfaatkan peluang yang ada. Upaya yang dapat dilakukan adalah dengan mengetahui bauran pemasaran yang telah dilakukan selama ini.

Berdasarkan observasi awal, pada strategi produk yang dilakukan CV Merapi Farma Herbal adalah membuat jamu yang berkualitas tinggi, dan menyediakan jamu yang beraneka ragam. Kemudian pada strategi harga yang dilakukan CV Merapi Farma Herbal adalah membuat harga jamu terjangkau untuk banyak kalangan. Pada strategi distribusi yang dilakukan CV Merapi Farma

Herbal yaitu memilih menjual jamu di kawasan kaki gunung Merapi. Sedangkan pada strategi promosi yang dilakukan CV Merapi Farma Herbal adalah berpromosi dengan membuat baliho dan website.

Strategi-strategi tersebut diterapkan untuk seluruh konsumen tidak dibedakan antara konsumen satu dengan konsumen yang lain. Akan tetapi walaupun tidak dibedakan namun persepsi terhadap strategi-strategi tersebut dapat berbeda-beda. Oleh karena itu, mengetahui persepsi konsumen terhadap produk, harga, distribusi, dan promosi harus dilakukan CV Merapi Farma Herbal sehingga perusahaan dapat mengidentifikasi strategi mana saja yang baik yang telah diterapkan selama ini menurut konsumen.

#### B. Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan bauran pemasaran yang dilakukan oleh Jamu Godhog CV Merapi Farma Herbal.
2. Mengetahui persepsi konsumen terhadap produk, harga, tempat, dan promosi Jamu Godhog CV Merapi Farma Herbal.

#### C. Kegunaan Penelitian

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi CV Merapi Farma Herbal dalam merencanakan dan menentukan strategi pemasaran selanjutnya.
2. Bagi peneliti, penelitian ini berguna untuk lebih mendalami tentang persepsi konsumen dan bauran pemasaran secara teori dan praktek.
3. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu dan wawasan mengenai persepsi konsumen dan bauran pemasaran.