

# **BAB I PENDAHULUAN**

## **1.1. Latar Belakang**

Sejak jaman dahulu, manusia sangat mengandalkan pada lingkungan sekitar mereka untuk memenuhi kebutuhannya. Misal, untuk kebutuhan makan, tempat berteduh, pakaian, parfum, pupuk, obat dan bahkan untuk kebutuhan kecantikan dapat diperoleh dari lingkungan. Sehingga disekitar manusia sebenarnya terdapat banyak kekayaan alam yang sangat bermanfaat dan belum sepenuhnya digali, dimanfaatkan, bahkan dikembangkan.

Bangsa indonesia telah lama mengenal dan menggunakan tanaman berkhasiat obat sebagai salah satu upaya dalam menanggulangi masalah tentang kesehatan. Sebuah pengetahuan tentang tanaman berkhasiat yang dapat digunakan sebagai obat ini berdasarkan pada pengalaman dan keterampilan yang secara turun temurun telah diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya.

Penggunaan bahan alam sebagai obat tradisional (jamu herbal) di indonesia telah dilakukan oleh nenek moyang kita sejak berabad-abad yang lalu terbukti dari adanya naskah lama pada daun lontar husodo (jawa), Usada (bali), Lontarak pabbura (Sulawesi Selatan). Obat tradisional (jamu herbal) telah di terima secara luas di hampir seluruh negara di dunia.

Jamu herbal adalah obat yang bersifat alami dimana tidak mengandung bahan kimia dan berasal dari tanaman-tanaman obat yang berkhasiat. Dewasa ini perkembangan jamu herbal semakin meningkat, dapat dilihat dari banyaknya program di televisi yang menayangkan akan pentingnya jamu herbal. Selain itu

selalu ada ulasan mengenai manfaat suatu tanaman untuk dijadikan obat dibeberapa media cetak.

Jamu herbal banyak dikonsumsi oleh masyarakat dikarenakan minimnya efek samping dan harganya yang cenderung lebih murah dibandingkan obat kimia. Selain itu program pemerintah yang mencanangkan back to nature ([www.jawatengah.go.id](http://www.jawatengah.go.id)) membuat jamu herbal semakin berkembang. Jamu herbal banyak diproduksi oleh produsen jamu yang berskala besar seperti Sido Muncul, Air Mancur, dan Jamu Jago, selain produsen dengan skala besar jamu herbal juga banyak diproduksi oleh produsen-produsen dengan skala kecil seperti jamu gendong.

Produsen-produsen jamu herbal skala besar memasarkan produknya dengan membuka depot-depot jamu khusus merek yang mereka produksi sendiri bahkan sudah mencapai pasar internasional dengan mengekspor keluar negeri. Media promosi yang dilakukan oleh produk-produk terkenal seperti Sido Muncul, Air Mancur, dan Jamu Jago sudah menggunakan media cetak, elektronik dan internet.

Setiap toko jamu harus bersaing dengan kompetitornya untuk menarik pelanggan sebanyak-banyaknya untuk bisa bertahan dan berkembang untuk meningkatkan pendapatan. syarat yang harus dipenuhi oleh sebuah perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha menciptakan dan mempertahankan pelanggan. dan juga menegaskan bahwa mempertahankan pelanggan yang sudah ada merupakan suatu tugas yang tidak mudah, sebab perubahan dapat terjadi setiap saat, baik perubahan pada diri pelanggan seperti selera maupun perubahan kondisi lingkungan. Selain toko jamu lain, kompetitor

utama jamu herbal adalah obat kimia dimana obat kimia cenderung mudah didapat karena setiap toko sudah menjualnya.

PT. Naturindo Fresh adalah perusahaan yang bergerak dibidang perdagangan yaitu menjual jamu-jamu herbal yang diproduksi sendiri, dan tempat produksinya terletak di Jogjakarta yang mana diketahui sebagai kota penghasil jamu yang berkualitas, adapun perusahaan cabang jamu PT. Naturindo Fresh ini berlokasi di Mlonggo Jepara Jawa Tengah. Pemasaran produk PT. Naturindo Fresh dilakukan dengan cara menjual sendiri produknya dimana PT. Naturindo Fresh mendirikan toko di Mlonggo Jepara Jawa Tengah yang berlokasi di depan kecamatan Mlonggo dan mudah dijangkau karena disamping jalan raya, dan cara memasarkannya dengan menemui atau menghampiri calon konsumen serta konsumen lama di rumah. Permasalahan yang dihadapi oleh PT. Naturindo Fresh ini adalah dalam beberapa tahun terakhir pelanggan PT. Naturindo Fresh mengalami ketidak stabilan/ penurunan yaitu terlihat dari menurunnya omset penjualan setiap tahunnya seperti terlihat di Tabel 1.1.

Penjualan Produk Jamu Herbal  
PT. Naturindo Fresh Jepara  
JL. Raya Jepara – Bangsri KM. 10 Jambu Timur  
Bulan September 2016- November 2017

Bulan	Penjualan Produk	Presentase Naik/Turun
September	175	-
Oktober	203	16%
November	315	55%
Desember	130	(58%)
Januari	245	88%
Februari	204	(17%)
Maret	245	20%
April	552	125%
Mei	760	37%
Juni	410	(46%)
Juli	520	27%
Agustus	615	18%
September	616	0.2%
Oktober	610	(1%)
November	605	(0.8%)
Desember	-	

Tabel 1. 1. Penjualan Jamu PT. Naturindo Fresh

Hasil Prestasi Penjualan di atas menunjukkan naik turunnya penjualan produk jamu Herbal Naturindo disetiapbulannya, adapun kenaikan terjadi pada bulan Oktober 2016 (16%), November 2016 (55%), Januari 2017 (88%), Maret 2017 (20%), April 2017 (125%), Mei 2017 (37%), Juli 2017 (27%), Agustus 2017 (18%), September 2017 (0,2%) dan November 2017 (0,8%). Sedangkan penurunan penjualan adalah di bulan Desember 2016 (58%), Februari 2017 (17%), Juni 2017 (46%), Oktober 2017 (1%) dan November 2017 (0,8%).

Dari sumber data penjualan PT. Naturindo Fresh Cabang Jepara tahun 2016-2017. diolah ternyata dari bulan ke bulan penjualannya tidak stabil, hal ini menunjukkan masih ada kekurangan dalam meningkatkan pendapatan atau penjualan dari perusahaan.

Hal tersebut menjelaskan bahwa keputusan membeli terhadap jamu Herbal Naturindo masih rendah. Dengan adanya persaingan pembuat dan pemasok jamu tradisional lain yang semakin ketat maka masalah yang timbul tersebut bisa menjadikan suatu peringatan mengenai eksistensi produk jamu herbal. Keputusan konsumen dalam menentukan atau memilih merek produk jamu herbal Naturindo bukanlah hal yang begitu saja terjadi.

Penurunan penjualan jamu herbal Naturindo ini sepertinya akan terus berlanjut. Dan dari hasil diskusi dengan pihak pemilik PT. Naturindo Fresh, pemilik menduga menurunnya jumlah pelanggan disebabkan karena:

1. Kurang lengkapnya jenis jamu yang dijual.
2. Merek yang belum dikenal.
3. Kurangnya promosi.
4. Pelayanan yang kurang memuaskan.

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka penelitian pada skripsi ini dilakukan untuk menganalisa penyebab menurunnya pelanggan jamu PT. Naturindo Fresh dan memberikan usulan strategi yang tepat kepada PT. Naturindo Fresh untuk bisa bersaing dengan para kompetitornya.

Adapun usulan strategi yang di berikan pada PT. Naturindo Fresh agar dapat memecahkan permasalahan di atas adalah ;

1. Citra Merek

Bagi masyarakat dalam melakukan keputusan pembelian di perlukan keberadaan sebuah merek dalam suatu produk karena merek menyediakan informasi produk dan tempat yang jelas.

Variabel ini didukung dari jurnal (Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Notebook Toshiba / Adam Akbar, 2012) bahwa, brand image (citra merek) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Notebook Toshiba. dan jurnal (Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Kepuasan Pembelian pada Ramai Swalayan Peterongan, Semarang, Dessy Amelia Fristiana, 2012) dari hasil penelitian menunjukkan citra merek memiliki sebagian besar responden (70%) menyatakan Citra merek baik. Hal ini menunjukkan bahwa citra merek sangat penting bagi PT. Naturindo Fresh dalam memecahkan permasalahan pada perusahaan.

## 2. Promosi

Sebuah promosi dapat meningkatkan frekuensi dan kuantitas serta daya ingat konsumen sehingga dalam sebuah promosi bisa mempengaruhi konsumen untuk memberi keputusan dalam pembelian.

Masing –masing variabel diambil dari beberapa jurnal penelitian terdahulu seperti dari (Analisis Pengaruh Atribut Produk, Bauran Promosi dan kualitas pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merchandise, Novian Yoga Pamujo, 2011) telah menunjukkan dari bauran promosi terbukti memiliki dampak positif dan signifikan terhadap variabel dependen keputusan pembelian. Dan dapat dilihat bahwa variabel promosi berdampak positif terhadap perusahaan khususnya PT. Naturindo Fresh.

## 3. Kualitas Layanan

Kualitas Layanan dapat mendorong pelanggan untuk komitmen pada produk dan layanan sehingga dapat berdampak pada keputusan pembelian. Seperti pada

variabel yang ada pada jurnal (Pengaruh Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market, Basrah Saidani dan Samsul Arifin,2012) yang mana adanya pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang. Maka dari itu adanya variabel ini memberikan pengaruh yang baik bagi perusahaan PT. Naturindo Fresh.

Dalam membeli jamu herbal tidak terlepas dan proses pengambilan keputusan, maka sangat penting perusahaan untuk mengetahui dan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap jamu herbal yang akan di belinya.

Dengan adanya variabel-variabel yang penting dan yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian ini diharapkan dapat membantu dalam permasalahan yang di hadapi PT. Naturindo Fresh agar ketidak stabilanya pada penjualan dapat di stabilkan ke peningkatan terus menerus.

Tabel 1. 2. Ringkasan Research Gap

Research Gap	Hasil	Peneliti
Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	Berpengaruh	Adam Akbar(2012)
	Tidak Berpengaruh	Efendi, Logawali dan Musdalifah (2016)
Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	Berpengaruh	Adam Akbar(2012)
	Tidak Berpengaruh	Fahrudin & Yulianti (2015)
Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian	Berpengaruh	Sarini Kodu (2013)
	Tidak Berpengaruh	Basrah Saidani, Samsul Arifin (2012)

Berdasarkan isu fenomenadi atas, dengan mendefinisikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian ada sisi yang menarik untuk dikaji dan dicermati, karena dari penelitian menunjukkan dalam meningkatkan penjualan

perusahaan terhadap keputusan pembelian perlu adanya suatu citra merek untuk memberikan informasi produk dengan jelas, promosi agar konsumen terpengaruhi sehingga dapat meningkatkan frekuensi dan kuantitas serta daya ingat konsumen, dan kualitas layanan dapat mendorong konsumen pada komitmen serta loyalitas suatu pelanggan.

Dari fenomena lapangan tidak bisa di pungkiri karena masih banyak terjadi kesenjangan antara harapan dan kenyataan. Untuk membuktikan secara ilmiah yang di dukung oleh data yang empiris tentang kesenjangan antara harapan dan kenyataan dalam hal keputusan pembelian di wilayah jepara sebagai pelayanan kesehatan, maka di pandang perlu mengadakan penelitian untuk melihat bagaimana citra merek, promosi, dan kualitas layanan dapat mempengaruhi keputusan pembelian, maka peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul. “Analisis Citra Merek, Promosi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jamu Herbal (Studi Kasus PT. Naturindo Fresh Cabang Jepara)”.

## **1.2. Ruang Lingkup**

Ruang lingkup di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Lokasi penelitian ini dilakukan di PT. Naturindo Fresh Jepara mengambil subyek konsumen yang berbelanja atau membeli di toko maupun lewat pemasar tersebut.
2. Sampel di lakukan pada pelanggan PT. Naturindo Fresh dengan menggunakan variabel yang diteliti adalah citra merek, promosi, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian.



### 1.3. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini harus dirumuskan dengan jelas untuk dapat dicari pemecahannya. Masalah yang penulis rumuskan dalam penelitian adalah berikut ini:

1. Apakah ada pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian jamu pada PT. Naturindo Fresh?
2. Apakah ada pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian jamu pada PT. Naturindo Fresh?
3. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian jamu pada PT. Naturindo Fresh?
4. Apakah ada pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian jamu pada PT. Naturindo Fresh?

### 1.4. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui citra merek terhadap keputusan pembelian jamu pada PT. Naturindo Fresh.
2. Untuk mengetahui promosi terhadap keputusan pembelian jamu pada PT. Naturindo Fresh.
3. Untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian jamu pada PT. Naturindo Fresh.
4. Untuk mengetahui secara simultan terhadap keputusan pembelian jamu pada PT. Naturindo Fresh.

### 1.5. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang berarti, baik dari segi manfaat secara teoritis maupun manfaat secara praktis yang bisa digunakan sebagaimana semestinya oleh beberapa pihak yang membutuhkannya. Adapun beberapa manfaat yang diharapkan dari penelitian tersebut adalah berikut ini :

1. Berupaya agar hasil dari sebuah penelitian ini bisa dipergunakan perusahaan sebagaimana bahan pertimbangan di dalam aspek permasalahan keputusan pembelian, serta bisa dipergunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian kedepan lebih lanjut.
2. Dapat dijadikan sebuah saran atau masukan bagi para pengusaha-pengusaha yang bergerak di bidang Kesehatan khususnya usaha jamu Herbal dalam usaha untuk meningkatkan penjualan produk.

