

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini beberapa negara di dunia khususnya di Indonesia sedang menghadapi perang yaitu melawan virus yang disebut *Covid-19* (*Corona Virus Disease 2019*). Kondisi ini memprihatinkan bagi masyarakat Indonesia Virus Corona menyebabkan gejala penyakit flu biasa sampai penyakit yang lebih parah seperti gangguan pernafasan, dan melemahnya imunitas tubuh. Dengan adanya virus corona penting bagi UMKM untuk memproduksi jamu tradisional yang digunakan untuk menjaga daya tahan tubuh dan mencegah virus tersebut. Hasil jamu tradisional akan dipasarkan ke berbagai daerah agar masyarakat bisa merasakan khasiat jamu tradisional (Titin, 2021).

Pengelolaan dalam pembuatan jamu tradisional dibutuhkan untuk menunjang keberhasilan dalam pembuatan dan pemasaran. Teori pengelolaan menyatakan pengelolaan perlu komponen perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan evaluasi. Strategi pemasaran merupakan bagian dari pengelolaan pembuatan jamu tradisional (George R. Terry, 2013).

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang bernilai satu sama lain (Kotler & Amstrong, 2010).

Menurut Beers (2001 : 13-19), dalam buku *Jamu the Ancient Indonesian Art of Herbal Healing*, mengatakan bahwa jamu merupakan bagian peradaban Indonesia, dimana menunjukkan kekayaan alam, kepandaian dalam meracik, serta kepedulian rakyat Indonesia terhadap kesehatan. Jamu Indonesia sampai sekarang masih belum diketahui bagaimana dan kapan terbentuknya tradisi ini. Menurut Permenkes No. 003/Menkes/Per/I/2010 jamu adalah bahan atau ramuan yang berupa tumbuhan, bahan hewan, bahan mineral, sediaan serian

(generik), atau campuran dari bahan tersebut yang secara turun temurun telah digunakan untuk pengobatan berdasarkan pengalaman dan dapat diterapkan sesuai dengan norma yang berlaku di masyarakat (Hadijah, 2015).

Dampak pandemi *Covid-19* ini telah menimbulkan kekacauan di sektor ekonomi. Tidak hanya industri besar, pandemi virus corona telah membuat pelaku UKM di Indonesia mulai gelisah (Nalini, 2021). Salah satu upaya pemerintah melalui kementerian keuangan membuat kebijakan luar biasa untuk memitigasi dampak *covid-19* dan perlambatan ekonomi dengan membuat Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN). Melalui Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) bertujuan untuk melindungi, mempertahankan, dan meningkatkan kemampuan ekonomi para pelaku usaha dalam menjalankan usaha dalam masa pandemi *covid-19* serta untuk meningkatkan kinerja UMKM yang sudah berkontribusi pada perekonomian Indonesia (Marginingsih, 2021).

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) adalah salah satu bagian terpenting dalam perekonomian suatu negara atau suatu daerah, tidak terkecuali di Indonesia. Pengembangan sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memberikan dampak tersendiri pada usaha peningkatan pertumbuhan ekonomi dan dalam usaha menekan angka kemiskinan suatu negara. Pertumbuhan dan pengembangan sektor UKM sering diartikan sebagai salah satu indikator keberhasilan pembangunan, khususnya bagi negara-negara yang memiliki income perkapita yang rendah (Wibowo et al., 2015).

Pemberian nama UMKM Jamu Mbah Kanik berasal dari nama Ibu *owner* jamu tradisional tersebut, yang mempunyai resep atau racikan jamu pada saat kondisi *Covid-19* di Boyolali. UMKM Jamu Mbah Kanik beralamat di jalan pemuda, Desa Gudang, Kabupaten Boyolali. Kebiasaan masyarakat Kota Boyolali yang senang berkumpul, mengobrol, atau menongkrong bersama kerabat menjadi faktor berkembangnya industri dibidang makanan dan

minuman potensi inilah yang kemudian dimanfaatkan dan dikembangkan oleh “Jamu Mbah Kanik” salah satu bentuk UKM minuman Tradisional.

Pada pandemi seperti saat ini membutuhkan strategi pemasaran yang tepat karena memang sangat penting dilakukan agar usaha yang dilakukan tetap berjalan, yang mana dulunya secara *offline* beralih haluan ke penjualan dengan sistem *online* karena pemberlakuan pengurangan kegiatan di luar rumah yang mana demi mencukupi kebutuhan hidup dan proses jual beli yang harus dilakukan maka dengan menggunakan sistem penjualan *online* menjadi salah satu strategi yang bisa dilakukan di masa pandemi seperti saat ini.

Hasil observasi peneliti dalam strategi pemasaran di UKM Jamu Mbah Kanik yang membutuhkan perumusan strategi pemasaran yang tepat sebagai prioritas utama untuk menghadapi persaingan sebagai upaya mengembangkan pemasaran. Berdasarkan latar belakang di atas maka skripsi ini mengambil judul “STRATEGI PEMASARAN JAMU TRADISIONAL “MBAH KANIK” DI MASA PANDEMI COVID-19 “

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka dapat dikemukakan beberapa masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan Jamu Mbah Kanik ditengah masa pandemi *Covid-19* ?
2. Bagaimana kendala yang dihadapi Jamu Mbah Kanik dalam menerapkan strategi pemasaran ditengah masa pandemi *Covid-19*?

C. Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan permasalahan yang telah dirumuskan, maka dalam penelitian ini diterapkan beberapa tujuan penelitian, antara lain:

1. Untuk mendeskripsikan strategi pemasaran yang diterapkan Jamu Mbah Kanik ditengah masa pandemi *Covid-19*.

2. Untuk mendeskripsikan kendala yang dihadapi Jamu Mbah Knaik dalam menerapkan strategi pemasaran ditengah masa pandemi *Covid-19*.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan tentang strategi pemasaran jamu tradisional pada masa pandemi *Covid-19* dan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu sesuai bidang keahliannya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Mahasiswa, dapat menjadi bahan pertimbangan dimasa yang akan datang dalam strategi pemasaran jamu tradisional.
- b. Bagi Peneliti, dapat menambah pengetahuan, wawasan dan pengalaman tentang strategi pemasaran jamu tradisional.
- c. Bagi Pihak Lain, dapat menjadi informasi mengenai strategi pemasaran jamu tradisional.