

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

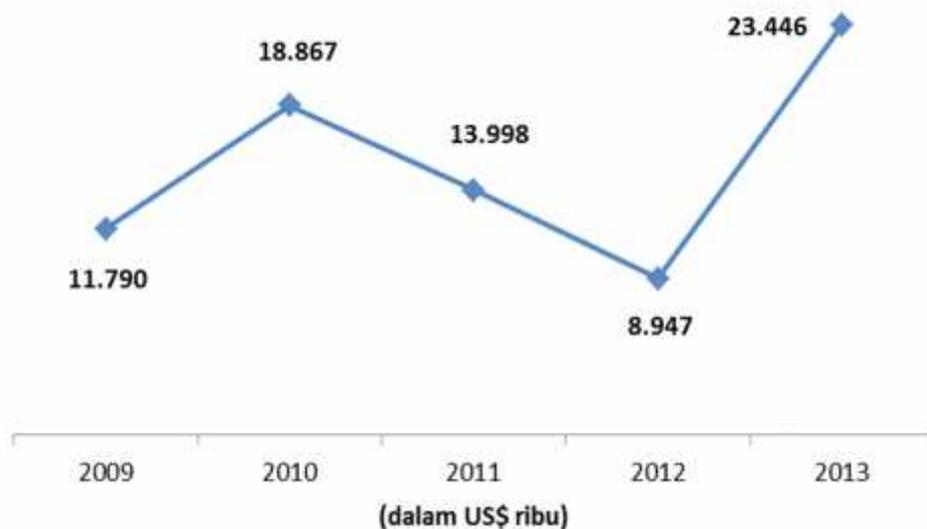
Seperti diketahui keadaan dunia usaha bersifat dinamis, yang diwarnai dengan adanya perubahan dari waktu ke waktu dan adanya keterkaitan antara satu dengan lainnya. Oleh karena itu, strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan usaha perusahaan umumnya dan bidang pemasaran khususnya. Di samping itu, strategi pemasaran yang ditetapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar tersebut. Dengan demikian, strategi pemasaran harus dapat memberi gambaran yang jelas dan terarah seperti apa yang dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan dan peluang pada beberapa pasar sasaran. Dalam hal ini dibutuhkan bagian yang sangat penting dan saling berkaitan, untuk mencapai keberhasilan kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan, yaitu sasaran pasar yang dituju (*target market*), dan acuan pemasaran yang dijalankan (*marketing mix*) untuk sasaran pasar tersebut.¹

Bisnis dengan segala macam bentuknya terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Bisnis adalah suatu organisasi yang mendistribusikan barang atau jasa untuk tujuan memperoleh keuntungan dan memuaskan keinginan konsumen.² Salah satunya ialah bisnis jasa pengobatan tradisional. Pengobatan tradisional memang

¹Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep & Strategi*, (Jakarta: Rajawali, 1992), Cet. Ke 4, Edisi 1, hlm. 168.

²Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjaja Kusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani, 2002), hlm. 15.

sangat diminati sebagai pilihan pengobatan alternatif. Di Indonesia sendiri, jumlah masyarakat yang memanfaatkan pengobatan tradisional ini terus meningkat setiap tahunnya. Hal ini dapat dilihat dari Nilai ekspor obat herbal Indonesia tahun 2013 mencapai US\$ 23,44 juta, sedangkan nilai ekspor pada periode Januari-Juni 2014 sebesar US\$ 29,13 juta, mengalami peningkatan 600% dari nilai ekspor pada periode Januari-Juni 2013. Pertumbuhan ekspor obat herbal Indonesia selama periode 2009-2013 mengalami kenaikan sebesar 6,49% per tahun.



Gambar1.1 nilai ekspor obat herbal Indonesia 2009 – 2013 (US\$)³

Selain itu, perkembangan pengobatan alternatif di Indonesia juga didukung dengan ditemukannya sekitar 950 tanaman yang memiliki fungsi penyembuhan dari 30.000 jenis tanaman yang ada di Nusantara. Sayangnya, Indonesia belum terlalu banyak mengembangkan pengobatan alternatif ini secara professional,

³Kementerian Perdagangan, Nilai Ekspor Obat Herbal Indonesia. http://djpen.kemendag.go.id/app_frontend/admin/docs/publication/4651421058307.pdf. diakses tanggal 31 Desember 2016.

berbeda dengan di luar negeri. Bahkan, di Malaysia saja, mereka sudah banyak mempatenkan obat-obatan tradisional.

Padahal, pengobatan alternatif ini juga bisa menjadi salah satu pilihan terbaik bagi masyarakat, terutama bagi mereka yang memiliki keuangan yang di bawah rata-rata. Karena kedokteran modern sendiri sangat tergantung terhadap teknologi dan peralatan yang membutuhkan biaya yang sangat mahal. Sedangkan belum tentu pula semua teknologi hebat tersebut bisa memecahkan masalah kesehatan yang ada di tengah-tengah masyarakat.

Buktinya pengobatan alternatif yang hanya dilakukan dengan pendekatan dan metode yang sederhana, juga mampu memberikan kesembuhan yang diharapkan oleh para pasien. Seperti program diet dan metode relaksasi yang dilakukan dengan pengobatan alternatif, jauh lebih efektif dan tidak memakan banyak biaya. Selain itu, pengobatan alternatif juga dapat meminimalisir efek samping seperti pada pengobatan modern, asal saja dilakukan professional.⁴

Begitu juga pengobatan alternatif yang selama ini dilakukan di Pondok Sehat Al-Wahida, menarik minat masyarakat khususnya masyarakat Banjarmasin untuk mempercayakan kesehatannya. Hal ini terlihat dari jumlah pasien mulai awal berdiri tahun 2009 hingga sekarang yaitu sekitar 30.000 lebih pasien yang sudah berobat di Pondok Sehat Al Wahida Banjarmasin, terdiri dari laki-laki 16.678 orang dan perempuan 13.989 orang. Pada tahun 2009-2010 Pondok Sehat Al-Wahida melakukan iklan melalui media televisi yaitu TVRI berupa acara talkshow, telepon interaktif dan Duta TV berupa iklan selama setahun penuh.

⁴Pusaka Pusaka, "Perkembangan Pengobatan Alternatif di Indonesia". <http://pusakapusaka.com/perkembangan-pengobatan-alternatif-di-Indonesia/>. diakses tanggal 13 Juli 2016.

Namun hal tersebut tidak menjamin banyaknya pasien yang berkunjung. Tentunya masih ada strategi yang dilakukan Pondok Sehat Al-Wahida, sehingga banyaknya pasien yang berkunjung sesuai dengan data pasien pengunjung diatas. Jika dibandingkan dengan tempat pengobatan tradisional yang sama, misalnya seperti Griya Ar-rahma, Pondok Sehat Al-Wahida lebih berkembang dan diminati khususnya masyarakat Banjarmasin. Ketika penulis melakukan observasi awal didapat informasi bahwa Al-Wahida masih belum memiliki bidang marketing didalamnya, tentunya hal ini merupakan suatu masalah yang harus dibenahi Al-Wahida kedepan. Muncul pertanyaan bagi penulis strategi apa yang digunakan di Pondok Sehat Al Wahida Banjarmasin.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, penulis merasa sangat tertarik untuk meneliti lebih jauh lagi mengenai Strategi Pemasaran Pengobatan Tradisional di Banjarmasin. Penulis membulatkan mengangkat judul penelitian “Strategi Pemasaran Pengobatan Tradisional pada Pondok Sehat Al-Wahida Banjarmasin”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Faktor internal apa saja yang menjadi kekuatan serta kelemahan Pondok Sehat Al-Wahida?
2. Faktor eksternal apa saja yang menjadi peluang dan ancaman Pondok Sehat Al-Wahida?

3. Alternatif strategi pemasaran apa saja dan prioritas strategi pemasaran apakah yang tepat bagi Pondok Sehat Al-Wahida?

C. Tujuan Penelitian

Untuk menjawab rumusan masalah tersebut, ditetapkan tujuan penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui Faktor internal yang menjadi kekuatan serta kelemahan Pondok Sehat Al-Wahida.
2. Untuk mengetahui Faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman Pondok Sehat Al-Wahida.
3. Untuk mengetahui Alternatif strategi pemasaran dan prioritas strategi pemasaran apakah yang tepat bagi Pondok Sehat Al-Wahida.

D. Signifikansi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut :

1. Bagi peneliti, memberikan kontribusi bagi pemikiran untuk memperluas cakrawala berpikir ilmiah dalam bidang pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan strategi pemasaran usaha..
2. Bagi peneliti lain, sebagai bahan referensi yang nantinya dapat memberikan perbandingan dalam mengadakan penelitian lebih lanjut di masa yang akan datang.
3. Bagi Fakultas Syariah Jurusan Ekonomi Islam, menambah pustaka atau informasi bagi koleksi mengenai penelitian terkait untuk referensi

tambahan bagi ilmu pengetahuan dan pendidikan bagi Jurusan Ekonomi Islam khususnya dan Fakultas Syariah umumnya.

4. Bagi Pondok Sehat Al-Wahida sebagai bahan masukan untuk mengembangkan lagi strategi yang ada, dan sebagai bahan perbandingan dalam mengadakan penelitian lebih lanjut tentang masalah ini.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesimpangsiuran dalam membahas dan menganalisis permasalahan, penelitian ini dibatasi pada strategi pemasaran pengobatan tradisional pada pondok sehat al-wahida, dimana usaha pengobatan tradisional ini telah berhasil meningkatkan dan mempertahankan usaha tersebut sampai saat ini.

1. Strategi yaitu rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.⁵ Jadi strategi yang penulis maksud disini adalah cara atau metode yang dilakukan oleh Pondok Sehat Al-Wahida untuk mencapai sasaran atau objektif.
2. Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.⁶ Pemasaran yang dimaksud ialah yang dilakukan oleh Pondok Sehat Al-Wahida
3. Pengobatan Tradisional, adalah jumlah total pengetahuan, keterampilan, dan praktek-praktek yang berdasarkan pada teori-teori, keyakinan, dan pengalaman masyarakat yang mempunyai adat budaya yang berbeda,

⁵Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1990), cet. 3, hlm. 859.

⁶Malayu S.P. Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2002), Cet. 2, hlm. 143

baik dijelaskan atau tidak, digunakan dalam pemeliharaan kesehatan serta dalam pencegahan, diagnosa, perbaikan atau pengobatan penyakit secara fisik dan juga mental.⁷ Pengobatan tradisional yang dimaksud ialah pada Pondok Sehat Al-wahida, yang menawarkan berbagai macam pengobatan berupa terapi dan lain-lain.

F. Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini ada tahapan-tahapan yang harus dianalisis sebelum mendapatkan alternatif strategi yang tepat untuk Pondok Sehat Al-Wahida.

1. Matriks Faktor Strategi Eksternal

Identifikasi terhadap faktor eksternal dilakukan untuk mengetahui peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan.

2. Matriks Faktor Strategi Internal

Identifikasi lingkungan internal dilakukan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan.

3. Matriks Eksternal-Internal (EI)

Pada tahap ini dilakukan analisis hasil dari total skor akhir matriks eksternal dan internal hingga didapatkan posisi perusahaan untuk penentuan strategi yang digunakan.

4. Analisis SWOT

Dari hasil posisi perusahaan yang diperoleh dari matriks EI, maka perusahaan dapat memformulasikan alternative strategi yang layak untuk

⁷Universitas Sumatera Utara ,“Pengertian Pengobatan Tradisional” [http://repository .usu .ac.id /bitstream/123456789/21933/6/Chapter%20II.pdf](http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/21933/6/Chapter%20II.pdf). diakses tanggal 19 Juli 2016.

diimplementasikan dengan menggunakan matriks SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threats*).

5. Analisis QSPM

Analisis yang telah digunakan untuk menghasilkan berbagai alternative strategi yang dapat diimplementasikan oleh perusahaan. Alternatif strategi tersebut kemudian diberikan peringkat prioritas untuk diimplementasikan dengan menggunakan analisis QSPM (*Quantitatif Strategies Planning Matrix*).

G. Kajian Pustaka

Berdasarkan penelaahan terhadap beberapa penelitian terdahulu yang penulis lakukan, penelitian yang berkaitan dengan strategi pemasaran pernah penulis temukan. Penelitian tersebut yaitu:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Surya Yuliawati, NIM A14103058, mahasiswa Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Obat Herbal Biomunos Pada PT. Biofarmaka Indonesia, Bogor, 2008. Hasil pencocokan melalui analisis SWOT diperoleh tujuan alternative strategi yang layak diimplementasikan. Kemudian melalui pengolahan QSPM diperoleh prioritas alternatif strategi pemasaran berturut-turut sebagai berikut (1) mempertahankan harga jual produk yang lebih murah dari para pesaing. (2)membuat variasi kemasan produk berupa kemasan strip isi 10 kapsul agar harga jual produk lebih terjangkau, (3) meningkatkan kualitas produk untuk meraih kepercayaan pelanggan, (4) mendorong promosi dari mulut ke mulut

dengan membuktikan khasiat produk yang dikonsumsi pelanggan dan melakukan promosi aktif, baik terhadap konsumen maupun agen penjualan, (5) menjalin kemitraan dengan balai pengobatan tradisional dan toko obat sebagai agen penjualan, (6) membangun saluran distribusi yang merata untuk memperluas wilayah pemasaran dengan para mitra kerja, (7) menggunakan saluran komunikasi tenaga ahli untuk meyakinkan masyarakat akan kualitas dan khasiat produk.⁸

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Fanny Sefta Aditya Putri, NIM A14104093, mahasiswa Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor yang berjudul *Formulasi Strategi Pemasaran Obat Tradisional Pada Taman Syifa Di Kota Bogor, Jawa Barat, 2008*. Hasil analisis vertikal terhadap elemen tujuan dengan menggunakan metode PHA menghasilkan urutan prioritas tujuan yang ingin dicapai perusahaan secara berurutan yaitu, menghadapi persaingan, memperluas pangsa pasar, dan meningkatkan penjualan. Analisis vertikal terhadap elemen alternatif strategi menghasilkan prioritas strategi secara berurutan, yaitu melakukan riset pasar untuk mengetahui perkembangan strategi pemasaran yang dilakukan pesaing, memperkuat merek, serta meningkatkan aktivitas promosi dan distribusi yang efektif dan efisien. Prioritas selanjutnya adalah mempertahankan harga yang kompetitif dengan pesaing, meningkatkan kualitas produk serta keterjaminan keamanan produk, meningkatkan inovasi yang mengarah kepada penambahan lini produk, menambah variasi produk dengan menggali khasiat

⁸Surya Yulianti, "*Analisis Strategi Pemasaran Obat Herbal Biomunos Pada PT. Biofarmaka Indonesia*", (Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor, 2008).

tanaman obat lainnya, mengoptimalkan fungsi tenaga pemasar, dan memperbaiki sistem pembayaran.⁹

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Loly Atania Br Sembiring, NIM H34066074, mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Manajemen Institut Pertanian Bogor, 2009. Dari matriks SWOT dihasilkan alternatif strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan, yaitu: mempertahankan kualitas, memperluas pemasaran, meningkatkan promosi, mempertahankan harga murah dan mensosialisasikan mengenai pentingnya mencegah daripada mengobati penyakit dan melakukan riset pasar untuk menentukan strategi pemasaran yang lebih baik. Matriks QSPM menghasilkan alternatif strategi yang paling tepat diterapkan oleh PT Dexa Medica berdasarkan skala prioritas utama adalah meningkatkan promosi khususnya melalui iklan televisi. Alternatif strategi selanjutnya adalah memperluas pemasaran, sehingga konsumen dapat dengan mudah memperoleh produk dan akan berpengaruh pada permintaannya.¹⁰

Berdasarkan penelaahan penulis terhadap penelitian di atas, maka terdapat pokok permasalahan yang berbeda antara penelitian yang penulis kemukakan dengan penelitian sebelumnya selain dilakukan di tempat dan lokasi yang berbeda. Dalam penelitian ini penulis memfokuskan pada strategi pemasaran Pengobatan Tradisional pada Pondok Sehat Al-Wahida dalam menjalankan usahanya.

⁹Fanny Sefta Aditya Putri, "*Formulasi Strategi Pemasaran Obat Tradisional Pada Taman Syifa Di Kota Bogor, Jawa Barat*", (Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor, 2008).

¹⁰Loly Atania Br Sembiring, "*Strategi Pemasaran Produk Stimuno Pada Pt Dexa Medica Jakarta*", (Fakultas Ekonomi Dan Manajemen Institut Pertanian, 2009).

H. Sistematika Penulisan

Penyusunan yang dilakukan ini terdiri dari lima bab, dengan sistematika sebagai berikut :

Bab I merupakan Pendahuluan yang menguraikan mengenai latar belakang masalah dari masalah yang ditemukan penulis di lapangan, sehingga menjadikan alasan penulis untuk memilih judul dan gambaran dari permasalahan yang diteliti. Permasalahan yang sudah tergambarkan dirumuskan dan dituangkan dalam rumusan masalah, setelah itu disusun tujuan penelitian yang merupakan hasil yang diinginkan. Signifikansi penelitian merupakan kegunaan hasil penelitian. Definisi operasional untuk membatasi istilah-istilah dalam judul penelitian yang bermakna umum atau luas. Kajian pustaka ditampilkan sebagai informasi adanya tulisan atau penelitian dari aspek lain. Adapun sistematika penulisan, yaitu susunan skripsi secara keseluruhan.

Bab II merupakan Landasan Teori yang menerangkan, menguraikan, dan menginformasikan sebagai elemen teori sehingga membentuk suatu format pikiran teoritis yang utuh, logis, kritis dan sistematis.

Bab III merupakan Metode Penelitian, cara untuk mempermudah dalam melakukan penelitian maka perlu dibuat jenis, sifat dan lokasi penelitian. Dalam melakukan penelitian agar tepat sasaran apa yang ingin dicapai maka perlu adanya subjek dan objek penelitian. Data dan sumber data juga sangat diperlukan dalam penelitian ini agar hasil dari penelitian ini menjadi jelas dan valid. Dalam mengumpulkan data harus ada suatu cara agar dapat terkumpul dengan akurat dan efektif, maka perlu adanya teknik pengumpulan data dan agar data yang

terkumpul nantinya lengkap dan jelas maka dibuatlah teknik pengolahan dan analisis data. Kemudian dalam melakukan penelitian ini ada tahapan-tahapan yang dimasukkan dalam prosedur penelitian

Bab IV merupakan laporan hasil penelitian yang berisi tentang pemaparan mengenai gambaran umum lokasi penelitian, deskripsi data, serta penyajian dan analisis data.

Bab V merupakan penutup dari penelitian yang berisikan simpulan dan saran. Simpulan merupakan telaah ringkasan terhadap pembahasan dari analisis sebelumnya. Adapun saran merupakan gagasan penulis dan kontribusi pemikiran yang diberikan agar hasil penelitian ini berdampak positif bagi semua pihak.