

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

PT SidoMuncul merupakan produsen jamu tradisional kemasan yang berawal mula dari industri rumahan yang dikelola oleh ibu Rakhmat Sulisto di Yogyakarta tahun 1940 . berawal dari 3 karyawan yang membantu membuat jamu dalam bentuk bubuk sehingga membuat menjadi lebih praktis , setelah 10 tahun kemudian beliau mendirikan perusahaan kecil bernama SidoMuncul dengan produk yang melawan penyakit Influenza dan mendapatkan banyak permintaan dari pasar konsumen . dan dari sama mulai lah pengembangan perusahaan dan membuat SidoMuncul berada di titik sekarang yang mempunyai produk yang akan dibahas kali ini yaitu Tolak Angin

Penggunaan obat dengan berbahan dasar kimia memiliki efek samping yang buruk untuk tubuh dan sudah tertulis di kemasan obat tersebut . Efek samping ini dapat perlahan – perlahan mempengaruhi Kesehatan pengguna obat tersebut atau mempengaruhi kesadaran dan tingkat kesadaran dari pengguna obat tersebut . Penelitian yang dilakukan oleh *Peters, Hart, & Fraenkel (2011)* menyatakan bahwa seseorang butuh di yakinkan bahwa keuntungan yang didapat akan lebih baik dibandingkan efek samping yang akan dirasakan , hal tersebut berfungsi untuk customer memiliki perspektif yang positif akan obat tersebut . Ini menunjukkan bahwa obat yang dibuat berdasarkan bahan dasar kimia memiliki kelebihan untuk mengobati penyakit yang mereka rasakan sama dengan merasakan efek samping akan merugikan Kesehatan customer . Sebelum mengetahui pengobatan yang dilakukan oleh para dokter , pengobatan herbal atau tradisional sudah dilakukan dari dahulu kala oleh generasi sebelum kita , menggunakan tumbuh – tumbuhan yang sering juga disebut herbal . Sedangkan untuk membuat obat herbal perlu membutuhkan bahan – bahan dan peralatan yang cukup rumit , seperti material yang sulit untuk didapat atau di tanam di berbagai daerah , untuk mengolahnya juga

memerlukan waktu , ketekunan , dan keuletan , dan juga daya tahan obat herbal tersebut yang tidak memiliki waktu yang lama dibandingkan obat kimia .

Pada zaman – zaman seperti ini , masyarakat menggunakan tanaman herbal untuk mengobati beberapa penyakit , seperti flu , meriang , alergi , sakit perut , atau sakit gigi . ***Khan & Ahmad, 2019 ,Purwaningsih 2017*** ; menjelaskan bahwa hasil dari Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) di tahun 2010 menunjukkan bahwa lebih dari 50% orang Indonesia menggunakan obat – obatan herbal . Terdapat penyakit flu yang sering disebut masuk angin oleh orang Indonesia dimana orang – orang memilih menyembuhkan penyakit tersebut dengan meminum obat tradisional yang bernama Tolak Angin untuk menyembuhkan penyakit tersebut , yang memiliki bahan dasar campuran dari rempah – rempah dari tanaman herbal di Indonesia . Dari indikator tersebut sudah menunjukkan terjadinya preferensi masyarakat dari obat – obatan berbahan dasar kimia ke obat – obatan berbahan dasar herbal . Sebuah manufaktur yang bernama PT. Sido Muncul sudah membuat kemasan yang berisi cairan berbahan dasar rempah yang memudahkan pelanggan untuk mengonsumsi obat herbal yang sudah siap digunakan tanpa pelanggan harus membeli rempah – rempah sendiri dan mengolahnya .

Promosi yang digunakan manufacturer mengandung unsur – unsur yang menjelaskan dan menekankan bahwa produk Tolak Angin yang mereka gunakan adalah produk yang berbahan dasar alami dan herbal sehingga pelanggan tidak perlu khawatir dalam mengkonsumsinya . Pelanggan juga tidak perlu takut akan adanya efek samping dikarenakan bahan yang mereka gunakan adalah menggunakan bahan – bahan herbal yang alami . Yang juga tertera di dalam kemasan produk Tolak Angin bahan apa saja yang manufaktur gunakan dalam memproduksi produk Tolak Angin . Membangun kepercayaan konsumen terhadap sebuah Merek Herbal sangatlah penting untuk customer yang memiliki kesadaran tinggi akan Kesehatan , dan customer yang menginginkan produk dengan bahan – bahan alami .

Komposisi yang tertulis di packaging produk Tolak Angin yang dapat dibaca oleh konsumen pada saat pembelian produk juga merupakan salah satu upaya manufaktur dalam mendapatkan kepercayaan pelanggan, yang diharapkan customer dapat merasa di yakinkan setelah membaca isi dari produk yang akan mereka beli. *Aschemann-Witzel et al.,(2013)* menyatakan bahwa informasi kemasan dapat memperkuat keputusan pelanggan dalam memilih sebuah produk herbal. Tulisan ini diperuntukan untuk melihat dan menganalisis pengaruh dari citra merek Tolak Angin yang disebabkan oleh kepercayaan merek Tolak Angin dalam keputusan pembelian Tolak Angin dan informasi kemasan produk Tolak Angin dalam keputusan pembelian.

Dalam kesempatan ini saya akan membahas tentang citra merek, kepercayaan merek, informasi pada kemasan terhadap keputusan pembelian produk Tolak Angin, Citra merek sendiri memiliki arti apa yang konsumen pikirkan dan rasakan ketika mendengar atau melihat nama suatu merek.

Kepercayaan merek dapat dimengerti sebagai keinginan pelanggan untuk bersandar pada sebuah merek dengan berbagai resiko yang akan dihadapi karena ekspektasi terhadap merek tersebut dan akan mendapatkan hasil yang positif (Lau dan Lee, 1999: 343).

Informasi pada kemasan sendiri adalah informasi berupa nama brand, bahan baku, bahan tambahan dapat berupa foto, dan tulisan yang memberikan informasi kepada konsumen mengenai informasi gizi, tanggal kadaluarsa, dan keterangan mengenai legalitas.

keputusan pembelian merupakan pemikiran dimana sebuah individu dan mengevaluasi faktor dalam pembelian dan menghasilkan sebuah keputusan pada sebuah produk dari berbagai macam pilihan yang ada.

PT SidoMuncul dengan produknya Tolak Angin juga memiliki berbagai macam competitor yang ada di pasar jamu tradisional kemasan di Indonesia, yang bukan lain adalah

Antangin , Jamu Bejo Bintang Tujuh , dsb . yang menawarkan alternatif dari produk Tolak Angin sendiri .

Dikarenakan sedang terjadinya pandemic COVID-19 di antara kita , dimana gejala COVID-19 tersebut sama seperti Flu pada umumnya , maka fungsi Tolak Angin sebagai merawat kekebalan daya imun tubuh meningkat , dimana penjualan Tolak Angin naik sebesar 9% , dan mendapatkan total pendapatan sebesar 3,3 triliun selama tahun 2020, meningkatkan laba sebesar 16%, dan meningkatkan margin laba bersih dari tahun 2019 sebesar 26%.

*Tabel 1. 1 Laba Tahunan Sido Muncul*

Keterangan	2019	2020
Laba Sebelum Pajak	1.073.835	1.199.548
Laba Setelah Pajak	807.689	934.016

\*dalam satuan juta

Source:investor.sidomuncul.co.id

## 1.2 Rumusan Masalah

Dalam penelitian yang ditulis oleh Afzal , Khan , Rehman, Ali ,& Wajahat, 2014. *Manufacturer* jamu herbal dalam kemasan mengarahkan untuk membangun merek herbal sehingga dipercaya oleh konsumen sehingga reputasi Kesehatan mereka untuk meningkatkan persepsi pelanggan .Oleh karena itu , penulis terinspirasi dan ingin melakukan penelitian replikasi untuk mengetahui apakah faktor tersebut yang diatas yang mempengaruhi secara stimulant dan berpengaruh secara positif . penulisan memilih Tolak Angin sebagai objek dikarenakan Tolak Angin oleh SidoMuncul merupakan perusahaan ritel yang sudah melayani masyarakat di Indonesia hingga puluhan tahun , Nama Tolak Angin Sudah sangat melekat dengan Indonesia dan sudah tidak asing lagi ditelinga masyarakat dan hingga sampai sekarang Tolak Angin masih menjadi perusahaan yang menguntungkan , dan dalam kondisi Pandemi saat ini menaikkan kesadaran masyarakat akan Kesehatan dan pentingnya imunitas tubuh . Oleh karena itu peneliti ingin melakukan kegiatan penelitian ini , dengan judul penelitian “**PENGARUH CITRA MEREK , KEPERCAYAAN MEREK , INFORMASI PADA KEMASAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOLAK ANGIN**”.

### **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah yang terdapat di atas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh Citra brand Tolak Angin memiliki pengaruh dalam proses pembelian pelanggan
2. Untuk mengetahui kepercayaan brand Tolak Angin berpengaruh dalam proses pembelian konsumen
3. Untuk mengetahui pengaruh kemasan Tolak Angin yang informatif di kemasan dalam proses pembelian konsumen .
4. Untuk Mengetahui pengaruh Citra Merk brand Tolak Angin terhadap kepercayaan brand produk Tolak Angin.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah , tujuan dari penelitian ini antara lain :

1. Untuk menganalisa pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pelanggan
2. Untuk menganalisa kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian pelanggan
3. Untuk menganalisa pengaruh informasi pada kemasan terhadap keputusan pembelian pelanggan .
4. Untuk menganalisa citra merek terhadap kepercayaan merek pada produk.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian ini yang sudah dijelaskan sebelumnya , maka dari itu penelitian diharapkan bisa memberikan informasi maupun manfaat dalam bidang Pendidikan baik secara langsung maupun tidak langsung .

### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memberikan referensi maupun sumbangsih pemikiran dan dapat memperkaya konsep maupun teori untuk penelitian – penelitian yang berhubungan maupun yang sama . Serta juga dapat dipakai sebagai sumbangsih pemikiran untuk para pegiat bisnis teruntuk dibidang ritel dalam menciptakan keputusan pembelian pelanggan .

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Dengan tercapainya tujuan penelitian , manfaat praktis yang dapat diberikan bagi sejumlah pihak antara lain :

#### **A. Bagi penulis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam menambah pengetahuan pengalaman , dan mengetahui lebih dalam lagi dunia retail, seperti factor situasi dan produk pada keputusan pembelian customer Tolak Angin .

#### **B. Perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah acuan di dalam perusahaan – perusahaan ritel dalam melaksanakan pemasaran produk dan juga bagaimana cara untuk memenuhi kebutuhan serta kepuasan konsumen .

#### **c. Akademisi**

Menjadi sebuah titik acuan dan juga referensi dalam pembuatan penelitian dalam konteks yang sejenis dan juga ruang lingkup yang lebih luas . selain itu diharapkan penelitian ini dapat memberikan pengetahuan tambahan yang mendalam untuk mempelajari perilaku produsen dan juga konsumen yang berkaitan dengan bagaimana cara untuk memenuhi kepuasan konsumen itu sendiri .

## **1.6 Sistematika Penelitian**

Sistematika penulisan yang dimiliki oleh penelitian ini terbagi menjadi beberapa bagian terdiri dari :

- ***BAB I – PENDAHULUAN***

Di dalam BAB 1 berisi bagaimana secara umum latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan serta sistematika penulisan dari topik yang telah dipilih.

- ***BAB II – TINJAUAN LITERATUR***

Di dalam BAB II berisi bagaimana adanya landasan teori dan juga tinjauan pustaka yang berhubungan dengan topik penelitian yang telah dipilih untuk digunakan sebagai kerangka pemikiran dan juga sebagai pendukung dalam mengembangkan hipotesis penelitian atau riset.

- ***BAB III – METODOLOGI PENELITIAN***

Di dalam BAB III berisi penjelasan mengenai data penelitian, metode pengumpulan data yang dipilih, dan serta berisi model empiris yang disertai dengan pengujian terhadap variabel-variabel yang diperlukan dalam penelitian atau riset.

- ***BAB IV - PEMBAHASAN***

Di dalam BAB IV berisikan analisis dan juga interpretasi yang terkait dengan hasil yang sudah diperoleh setelah melakukan pengolahan data-data. Hasil dari data tersebut akan menjadi jawaban dari rumusan masalah yang dimiliki oleh peneliti.

- ***BAB V – KESIMPULAN***

Di dalam BAB V berisikan penutup dan juga kesimpulan dari keseluruhan penelitian yang dikerjakan, dimana BAB V ini berisikan hasil-hasil, kesimpulan dan serta dengan saran yang diharapkan agar dapat berguna bagi penelitian-penelitian yang akan datang.

