BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Madu pahit adalah salah satu madu asli Indonesia, Madu jenis ini banyak ditemukan di daerah Bangka barat, Provinsi Bangka Belitung. Madu pahit diproduksi oleh lebah madu yang memakan nectar dari kuncup pohon pelawan, dan sedikit nectar bunga singkong karet, paitan, kaliandra, dan mahoni. Madu pahit memiliki kandungan alkaloid yang tinggi. Zat ini seperti halnya kandungan khas dalam madu manuka, berfungsi sebagai anti bakteri alami yang membunuh bakteri yang merugikan tubuh. Adapun Madu Hitam pahit yang terdiri dari campuran 3 sumber madu murni super, *Foeniculum vulgare, Hibiscus sabdariffa, Plantago mayor* dan beberapa campuran rempah herbal. Manfaat Madu Hitam ini cukup banyak, yang terdiri dari kaya akan vitamin dan kalium.

Khasiat madu hitam yang dapat mengurangi risiko penyakit seperti stroke, jantung, asma, kropos tulang, penyumbatan gastrik lambung, kanker, kista, pektay, perangsang hormon, ejakulasi dini pria & wanita, mengeraskan penis, penguat daya ingat, pelangsing, efek negatif akibat merokok serta menundaan penuaan dini. Khasiat madu hitam pahit dengan kandungan Alkaloid yang tinggi atau mengandung anti infeksi dan Antibiotik alaminya, menjadikan Madu ini sebagai obat alternatif yang terbaik untuk membantu dan mempercepat proses penyembuhan penyakit kronis. Madu hitam pahit sangat aman dan dianjurkan terutama bagi penderita Diabetes Militus dalam membantu menormalkan gula darah tinggi, karena kadar Glukosa nya.

Seperti yang terjadi pada Madu pahit Al-mahaz, produk khas Cimahi ini mulai mengalami penurunan. Seiring perkembangan jaman popularitas madu pahit Al-mahaz saat ini mulai terpinggirkan dengan banyaknya herbal siap saji. meskipun perdagangan Madu pahit Al-mahaz masih bertahan namun pemasarannya cenderung menurun setiap tahunnya. Selain itu produk yang dipasarkan hanya di daerah asal pembuatan saja sehingga penyebabkan proses pemasaran tidak meluas.

Keberadaan Madu pahit Al-mahaz yang saat ini mengalami penurunan bukan hanya karena banyaknya makanan yang banyak di jual tetapi kurangya promosi yang dilakukan penjual mempengaruhi keadaan ini, selain kemasan yang masih sangat sederhana sehingga kurang memiliki daya tarik bagi konsumen. Dan bahan baku dan dari segi pemasaran belum memenuhi standar penjualan.

1.2 Identifikasi Masalah

Melihat latar belakang di atas, maka dapat disimpulkan bahwa identifikasi sebagai berikut:

1. Madu pahit Al-mahaz memiliki keinginan dapat memperluas jangkauan konsumen.
2. Keberadaannya kurang diketahui oleh masyarakat luas khusunya masyarakat di Bandung.
3. Adanya pesaing yang bermunculan berdampak pada penurunan penjualan produk madu Al-Mahaz.

1.3 Fokus Masalah

Berdasarkan uraian pada identifikasi masalah diatas permasalahan difokuskan pada bagaimana merancang sebuah media untuk lebih mengenalkan madu pahit Al-mahaz bagi masyarakat terutama para pekerja kantoran, khususnya dikota Bandung.

1.4 Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan media promosi dibawah ini sebagai berikut :

1. Memberikan informasi khasiat madu pahit sebagai obat *alternative* yang dapat mencegah resiko penyakit kronis, dengan menciptakan suatu standar bahan baku perusahaan dan adanya pengujian klinis khasiat yaitu dengan pengujian klinik, yang dapat dipercaya oleh masyarakat.
2. Keinginan memperluas jangkauan pasar madu pahit Al mahaz di kota Bandung.
3. Meningkatkan penjualan dengan memberikan promo diskon 5%.