

**Preferensi Konsumen Jamu Terhadap Jamu Gendong
(Studi Kasus: Kelurahan Sumompo, Kecamatan Tuminting, Kota Manado,
Provinsi Sulawesi Utara)**

***Herb Consument Preferences On “Jamu Gendong”
(Case Study: Sumompo Kelurahan, Tuminting District, Manado City, North Sulawesi Province)***

Yustika Apriyanti Umasangadji⁽¹⁾, Nordy F. L. Waney⁽²⁾, Celcius Talumingan⁽²⁾

1) Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sam Ratulangi, Manado

2) Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sam Ratulangi, Manado

*Penulis untuk korespondensi: yustikapriyanti@gmail.com

Naskah diterima melalui Website Jurnal Ilmiah agrisocioekonomi@unsrat.ac.id	:	28 September 2022
Disetujui diterbitkan	:	30 September 2022

ABSTRACT

This research aims to determine the characteristics of herbal consumers and analyze consumer preferences for “Jamu Gendong”. This research was carried out for 1 month, starting from November to December 2020. The data used in this study were primary data and secondary data. Primary data were obtained from direct interviews with herbal drink consumers and herbal sellers. Secondary data were obtained from the Monograph of Sumompo Village and literature related to the research. The sampling method used in the selection of respondents was done by accidental sampling technique with the number of respondents 50 people. The results of this study indicate the characteristics of “Jamu Gendong” consumers in Sumompo Village in terms of gender, most of them are female, seen from the work of most of them are manual workers, seen from the purpose of consuming herbal drink is to maintain health (promotive). The consumer preference for herbal drink in Sumompo Village shows the overall attributes of the herbal drink with a total score of 7.11, which means that it is very good in the eyes of consumers.

Keywords: Consumer’s Preference, Herbal Drink

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen jamu gendong dan menganalisis preferensi konsumen jamu terhadap jamu gendong. Penelitian ini dilaksanakan selama 1 bulan, mulai dari bulan November sampai Desember 2020. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara langsung dengan konsumen jamu gendong dan penjual jamu gendong. Data sekunder diperoleh dari Monografi Kelurahan Sumompo dan pustaka yang berkaitan dengan penelitian. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam pemilihan responden dilakukan dengan teknik *accidental sampling* dengan jumlah responden 50 orang. Hasil dari penelitian ini menunjukkan karakteristik jamu gendong di Kelurahan Sumompo dilihat dari jenis kelamin, sebagian besar berjenis kelamin perempuan, dilihat dari pekerjaan sebagian besar adalah pekerja kasar, dilihat dari tujuan mengkonsumsi jamu gendong adalah memelihara kesehatan (promotif). Preferensi konsumen jamu gendong di Kelurahan Sumompo menunjukkan secara keseluruhan atribut minuman jamu gendong dengan total skor 7,11 yang artinya sudah sangat baik di mata konsumen.

Kata kunci : Preferensi Konsumen; Jamu

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pengobatan tradisional menggunakan daun dan akar tumbuh-tumbuhan. Pengobatan tradisional dengan cara tersebut dikenal dengan sebutan jamu (Pinontoan, 2005). Jamu merupakan minuman berkhasiat dari Indonesia. Jamu minuman kesehatan dan sebagian untuk mempercantik diri. Jamu disajikan dengan berbagai jenis, Indonesia memiliki tanaman herbal berjumlah cukup banyak, setiap daerah mempunyai jenis jamu yang berbeda.

Jamu gendong adalah jamu khas Jawa. Jamu tersebut merupakan ramuan dari beberapa bahan yang masih segar dan minuman yang tidak dapat disimpan lama, yang biasanya diminum dalam keadaan segar. Beberapa jenis jamu gendong yang banyak diminati konsumen, yaitu kunyit asam, beras kencur, bersih darah, kunyit lemuntas, kunyit sirih, dan tambah tenaga (Pinontoan, 2005).

Menurut Pamartha *et al* (2016), Atribut produk adalah segala unsur pada produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan pembelian. Atribut produk yang melekat menjadi pertimbangan mendasar konsumen ketika memilih untuk menerima atau tidak menerima produk tersebut. Perilaku konsumen untuk memilih suka atau tidak suka pada sebuah produk ini disebut dengan preferensi konsumen. Preferensi konsumen dapat berarti kesukaan atau pilihan pada sesuatu hal yang lebih disukai oleh konsumen (Anto, 2009). Pemahaman preferensi konsumen bertujuan untuk meneruskan strategi pemasaran yang berkelanjutan agar barang atau jasa yang dijual atau dipasarkan tetap diminati oleh konsumen.

Sulawesi Utara merupakan salah satu Provinsi di Indonesia dengan banyak peminat jamu tradisional. Kelurahan Sumompo, Kecamatan Tuminting, Kota Manado merupakan salah satu daerah di Sulawesi Utara yang memiliki banyak penjual maupun pembeli jamu gendong. Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi membuat banyak masyarakat beralih ke obat-obatan modern. Namun sebagian masyarakat masih mengkonsumsi jamu tradisional termasuk jamu gendong. sehingga hal

ini mendorong peneliti untuk melihat preferensi konsumen jamu terhadap jamu gendong di Kelurahan Sumompo dengan berbagai atribut akan menjadi pertimbangan konsumen dalam membelinya, agar penjual jamu gendong mengetahui apa yang menjadi preferensi atau kesukaan konsumen dan memberikan yang terbaik sesuai dengan preferensi konsumen terhadap jamu gendong.

Tanaman Obat Indonesia

Indonesia sangat kaya dengan berbagai spesies flora. Dari 40 ribu jenis flora yang tumbuh di dunia, 30 ribu diantaranya tumbuh di Indonesia. Sekitar 26% telah dibudidayakan dan sisanya sekitar 74% masih tumbuh liar di hutan-hutan. Dari yang telah dibudidayakan, lebih dari 940 jenis digunakan sebagai obat tradisional (Syukur & Hernani *dalam* Pinontoan, 2005).

Tumbuhan mempunyai beberapa manfaat terutama bagi manusia yaitu sebagai obat, makanan dan minuman kesehatan, zat pewarna, rempah-rempah, kosmetika dan lain-lain. Untuk mencapai manfaat-manfaat di atas maka diperlukan budidaya tanaman obat dengan cara membuat suatu produk salah satunya adalah jamu.

Jamu

Jamu adalah obat tradisional yang merupakan hasil budaya masyarakat yang dikenal masyarakat Jawa sejak jaman dulu (Pinontoan, 2005). Jamu tradisional adalah obat tradisional yang berisi seluruh bahan tanaman yang menjadi jamu tersebut. Pada umumnya, obat tradisional ini dibuat dengan mengacu pada resep peninggalan leluhur. Satu jenis jamu disusun dari berbagai beberapa tanaman obat yang jumlahnya antara 5-10 macam. Jamu tidak perlu pembuktian ilmiah sampai uji klinis, tetapi cukup dengan bukti empiris dan memenuhi persyaratan keamanan dan standar mutu (Suhamiati & Handayani *dalam* Novitasari, 2012).

Preferensi Konsumen

Preferensi dapat terbentuk melalui pola pikir konsumen yang didasarkan beberapa alasan antara lain (Lestiyorini, 2015) :

- 1) Pengalaman yang diperoleh sebelumnya
Konsumen merasakan kepuasan dan kecocokan dalam mengkonsumsi produk yang dibeli, sehingga konsumen akan terus menggunakan merek produk tersebut.
- 2) Kepercayaan dan tradisi
Kebiasaan keluarga menggunakan produk tersebut dan setia terhadap produk yang digunakannya, karena merasakan manfaat akan produk yang dibeli.

Menurut Mukti (2017), Preferensi konsumen didefinisikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seorang terhadap suatu produk barang atau jasa yang dikonsumsi. Preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk yang ada.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan maka rumusan masalah di dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Karakteristik Konsumen Jamu Gendong di Kelurahan Sumompo, Kecamatan Tuminting, Kota Manado.
2. Bagaimana preferensi konsumen jamu terhadap jamu gendong di Kelurahan Sumompo, kecamatan Tuminting, Kota Manado.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui karakteristik konsumen jamu gendong di Kelurahan Sumompo, Kecamatan Tuminting, Kota Manado, Provinsi Sulawesi Utara.
2. Menganalisis preferensi konsumen terhadap jamu gendong di Kelurahan Sumompo, Kecamatan Tuminting, Kota Manado, Provinsi Sulawesi Utara.

Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini, yaitu:

1. Penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai preferensi konsumen jamu terhadap jamu gendong.
2. Sebagai bahan acuan maupun masukan yang bisa bermanfaat dalam pengembangan usaha jamu bagi penjual jamu gendong agar dapat meningkatkan konsumen dalam membeli jamu gendong.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Sumompo, Kecamatan Tuminting, Kota Manado, Provinsi Sulawesi Utara. Penelitian ini dilakukan mulai Bulan November 2020 sampai dengan Desember 2020 atau terhitung sejak dikeluarkan surat penelitian.

Metode Pengumpulan Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan konsumen jamu gendong. Instrumen penelitian yang digunakan untuk memudahkan proses pengambilan data yaitu menggunakan kuesioner atau daftar pertanyaan yang telah disusun sesuai kebutuhan peneliti. Data sekunder yang digunakan diperoleh dari data monografi kelurahan Sumompo. Selain itu, juga diperoleh dengan membaca literatur yang terkait dengan topik penelitian, yaitu berasal dari perpustakaan, internet, buku dan hasil penelitian terdahulu yang relevan.

Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam pemilihan responden di lokasi penelitian dilakukan dengan teknik *accidental sampling* (secara kebetulan yang gampang ditemui). Pengambilan sampel yang dilakukan dengan cara mencari objek yang akan diteliti, Objek yang kebetulan bertemu pada saat pengumpulan data dan sesuai untuk diteliti, maka dijadikan sebagai sampel penelitian. Responden yang diwawancarai adalah responden yang memenuhi kriteria yaitu sedang melakukan pembelian Jamu Gendong di Kelurahan Sumompo, Kecamatan Tuminting, Kota Manado, Provinsi Sulawesi Utara. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 50 orang sebagai konsumen jamu gendong dan 5 orang penjual jamu sebagai narasumber.

Konsep Pengukuran Variabel

Variabel yang diukur dalam penelitian ini adalah

- a. Karakteristik responden jamu gendong, yang meliputi :
 1. Umur
 2. Jenis kelamin

3. Pendidikan terakhir (SD, SMP, SMA, dll)
 4. Alamat
 5. Pekerjaan
- b. Preferensi responden terhadap atribut jamu gendong, yang meliputi kebersihan, kemudahan penyajian, aroma bahan utama, rasa komposisi bahan yang enak, kepahitan, kemampuan khasiat, kemasan, pelayanan, *styling* dan harga produk

produk tersebut cocok sempurna dengan konfigurasi atribut yang ideal. Selisih antara skor atribut ideal dan kepercayaan kriteria sikap konsumen dinilai dengan menggunakan batasan atau *range* penilaian sebagai berikut:

- $0 \leq A_t < x$ artinya Sangat Baik di mata konsumen
- $x \leq A_t < 2x$ artinya Baik di mata konsumen
- $2x \leq A_t < 3x$ artinya Netral di mata konsumen
- $3x \leq A_t < 4x$ artinya Buruk di mata konsumen
- $4x \leq A_t < 5x$ artinya Sangat Buruk di mata konsumen (Simamora *dalam* Novitasari, 2012)

Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif untuk menganalisis karakteristik responden yaitu yang terkait dengan umur, jenis kelamin, status pekerjaan, status pernikahan dan pendidikan. Metode analisis yang kedua yaitu Model Multiatribut Angka Ideal, metode ini untuk menganalisis preferensi konsumen jamu gendong dengan melihat skor pada atribut jamu gendong di Kelurahan Sumompo, maka digunakan model multiatribut angka ideal yang dirumuskan sebagai berikut :

$$A_t = \sum_{i=1}^n W_i |I_i - X_i|$$

Dimana :

A_t = sikap/skor total terhadap produk

n = jumlah atribut yang menonjol

i = responden ke- i

W_i = pentingnya atribut ke- i

I_i = performansi ideal pada atribut ke- i

X_i = kepercayaan mengenai performansi aktual produk tersebut pada atribut ke- i

Skor total (A_t) dapat dipersepsikan jika membuat batasan *range* penilaian keragaan atribut yang ideal menurut responden dengan menggunakan skala interval sebagai berikut:

$$\text{Skala interval} = (m - n) / b$$

dimana:

m = skor tertinggi yang mungkin terjadi

$$(m = \sum_{i=1}^n I_i (X_i - 1))$$

n = skor terendah yang mungkin terjadi

b = jumlah skala penilaian yang ingin dibentuk

Skor terbaik (A_t) yang dapat diterima oleh suatu produk adalah nol (0) atau yang paling mendekati (0), yang akan menunjukkan bahwa

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Umum Daerah Penelitian

Kondisi Geografis Daerah Penelitian

Kelurahan Sumompo merupakan sebuah kelurahan yang terletak di Kecamatan Tuminting, Kota Manado dengan luas wilayah 101,6 Ha. Secara geografis, Kelurahan Sumompo dibatasi oleh :

- a. Sebelah Utara : Kelurahan Bailang dan Kelurahan Buha
- b. Sebelah Selatan : Kelurahan Tuminting
- c. Sebelah Barat : Kelurahan Singkil Satu
- d. Sebelah Timur : Kelurahan Mahawu

Kelurahan Sumompo terbagi menjadi 5 wilayah lingkungan. Perangkat Desa di Kelurahan Sumompo terdiri dari seorang Kepala Desa (Kades), 1 orang Kepala Seksi, dan 5 orang Kepala Lingkungan.

Kondisi Demografi Di Kelurahan Sumompo

Secara demografis jumlah kepala keluarga di Kelurahan Sumompo adalah 2.063 KK yang terdiri dari 7.168 jiwa. Penduduk Kelurahan Sumompo berjumlah 7.168 jiwa, yang terdiri dari laki-laki 3.602 jiwa dan perempuan 3.566 jiwa. Berikut ini disajikan data distribusi penduduk berdasarkan jenis kelamin :

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	3.602	50,25
2	Perempuan	3.566	49,75
Jumlah		7.168	100

Sumber : Data Sekunder (Monografi Kelurahan Sumompo)

Tabel 2 menunjukkan bahwa profesi terbanyak dari masyarakat di Kelurahan Sumompo adalah (21,31%) yaitu berprofesi sebagai buruh dan karyawan swasta (99,9%).

Tabel 2. Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencapaian

No	Profesi	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Petani	36	1.01
2	Buruh	864	21.31
3	PNS	212	5.22
4	Karyawan Swasta	404	9.99
5	Pengrajin/Meubel	8	0.20
6	Peternak	173	4.27
7	Nelayan	13	0.32
8	Dokter	3	0.07
9	TNI/POLRI	67	1.65
10	Pengusaha Kecil/Menengah	68	1.70
11	Guru	31	0.80
12	Pensiun	144	3.55
13	DLL	2023	49.91
Total		4054	100

Sumber : Data Sekunder (Monografi Kelurahan Sumompo)

Karakteristik Penjual Jamu Gendong

Gambaran umum penjual jamu gendong ini berturut-turut akan diuraikan tentang jenis kelamin penjual jamu gendong, asal daerah penjual jamu gendong, usia penjual jamu gendong, tingkat pendidikan penjual jamu gendong dan status pernikahan penjual jamu gendong.

Jenis Kelamin Penjual Jamu Gendong

Penjual jamu gendong yang ditemui di daerah penelitian ini terdapat lima responden. Sesuai dengan hasil penelitian, dimana kelima penjual jamu gendong tersebut berjenis kelamin perempuan (100%).

Asal Daerah Penjual Jamu Gendong

Penjual jamu gendong tidak satupun yang berasal dari Kota Manado. Dimana kelima penjual jamu gendong adalah penduduk Jawa Tengah yang melakukan transmigrasi ke Kota Manado. Kepindahan mereka ini umumnya didasarkan pada alasan ekonomi dan sudah berkeluarga sehingga mereka memilih untuk menetap di Kota Manado.

Usia Penjual Jamu Gendong

Usia penjual jamu gendong dari kelima penjual jamu gendong ini, usia mereka bervariasi. Untuk memperjelas tentang karakteristik usia dari penjual jamu gendong dapat dilihat pada Tabel 3 berikut:

Tabel 3. Karakteristik Penjual Jamu Gendong Berdasarkan Usia

No	Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	30-42	2	40
2	43-55	1	20
3	56-68	2	40
Total		5	100

Sumber : Data Primer, diolah Pada Tahun 2020

Usia penjual jamu gendong memiliki presentase yang besar pada kelompok usia 30-42 tahun dan 56-68 tahun, yakni persentase kelompok usia masing-masing sebesar (40%).

Tingkat Pendidikan Penjual Jamu Gendong

Karakteristik penjual jamu gendong menurut tingkat pendidikan. Dari kelima penjual jamu gendong yang berhasil menyelesaikan pendidikannya sampai pada tingkat SMA hanya satu orang (20%). Berdasarkan tingkat pendidikan penjual jamu gendong tersebut dapat dilihat pada tabel 4 berikut:

Tabel 4. Karakteristik Penjual Jamu Gendong Menurut Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Sekolah Dasar (SD)	2	40
2	Sekolah Menengah Pertama (SMP)	2	40
3	Sekolah Menengah Atas (SMA)	1	20
Total		5	100

Sumber : Data Primer, diolah Pada Tahun 2020

Status Pernikahan Penjual Jamu Gendong

Status pernikahan dari penjual jamu gendong dapat dilihat pada tabel 5 berikut:

Tabel 5. Karakteristik Penjual Jamu Gendong Berdasarkan Status Pernikahan

No	Status Pernikahan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Belum Menikah	0	0
2	Sudah Menikah	5	100
Total		5	100

Sumber : Data Primer, diolah Pada Tahun 2020

Status pernikahan penjual jamu gendong, kelima penjual jamu gendong ini adalah ibu rumah tangga (100%). Penjual jamu gendong biasanya berjualan untuk menambah kebutuhan hidup keluarganya.

Karakteristik Konsumen Jamu Gendong

Penelitian ini dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada 50 responden konsumen jamu gendong yang merupakan warga Kelurahan Sumompo, Kecamatan Tuminting, Kota Manado yang mengkonsumsi jamu gendong. Penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*. Karakteristik responden pada penelitian ini dapat disajikan sebagai berikut:

Jenis Kelamin Konsumen Jamu Gendong

Tabel 6 disajikan banyaknya responden dalam penelitian berdasarkan jenis kelaminnya, yaitu sebagai berikut:

Tabel 6. Karakteristik Konsumen Jamu Gendong Menurut Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Perempuan	31	62
2	Laki-laki	19	38
Total		50	100

Sumber : Data Primer, diolah Pada Tahun 2020

Jenis kelamin konsumen jamu gendong diatas menunjukkan bahwa dari 50 responden jamu gendong, jumlah responden yang mengkonsumsi jamu gendong yaitu pada jenis kelamin perempuan sebesar (62%) sedangkan pada jenis kelamin laki-laki sebesar (38%). Hal ini menunjukkan bahwa responden jamu berjenis kelamin perempuan yang lebih dominan dalam mengkonsumsi jamu gendong.

Usia Konsumen Jamu Gendong

Memahami usia konsumen adalah hal yang penting, karena perbedaan usia pada konsumen akan menyebabkan perbedaan selera dalam membeli dan mengkonsumsi suatu produk. Karakteristik konsumen menurut kelompok usia dapat dilihat pada Tabel 7 berikut:

Tabel 7. Karakteristik Konsumen Jamu Gendong Berdasarkan Usia

No	Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	11-22	9	18
2	23-34	14	28
3	35-46	12	24
4	47-58	7	14
5	59-70	7	14
6	71-82	1	2
Total		50	100

Sumber : Data Primer, diolah Pada Tahun 2020

Tabel 7 menunjukkan bahwa umur responden terbanyak yang mengkonsumsi jamu gendong adalah bersikar antara 23-34 tahun yang sebanyak 14 orang.

Asal Daerah Konsumen Jamu Gendong

Karakteristik konsumen jamu gendong berdasarkan asal daerah, Jumlah konsumen dengan latar belakang asal daerah Sumompo lebih banyak dibanding asal daerah pendatang. Hal tersebut dapat diartikan bahwa responden asal daerah Sumompo tersebut dapat menerima dengan baik jamu gendong. Dapat dilihat pada Tabel 8 berikut:

Tabel 8. Karakteristik Konsumen Jamu Gendong Menurut Asal Daerah

Asal Daerah	Jumlah	Persentase (%)
Sumompo	27	54
Pendatang	23	46
Total	50	100

Sumber : Data Primer, diolah Pada Tahun 2020

Tingkat Pendidikan Konsumen Jamu Gendong

Tingkat pendidikan akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk. Semakin tinggi tingkat pendidikan yang dimiliki oleh seseorang, maka semakin tinggi informasi dan pengetahuan yang diterima seseorang. Karakteristik konsumen jamu gendong berdasarkan tingkat pendidikan sebagai berikut:

Tabel 9. Karakteristik Konsumen Jamu Gendong Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	SD	5	10
2	SMP	7	14
3	SMA	28	56
4	S1	8	16
5	Lainnya	2	4
Total		50	100

Sumber : Data Primer, diolah Pada Tahun 2020

Karakteristik konsumen jamu gendong berdasarkan tingkat pendidikan diatas, konsumen jamu gendong dapat digolongkan sebagian besar adalah individu yang terpelajar.

Mata Pencaharian Konsumen Jamu Gendong

Karakteristik konsumen jamu gendong menurut mata pencaharian. jumlah responden mengkonsumsi jamu gendong dapat dilihat pada Tabel 10 berikut ini:

Tabel 10. Karakteristik Konsumen Jamu Gendong Menurut Mata Pencaharian

Asal Daerah	Jumlah	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	9	18
Wiraswasta	3	6
Karyawan Swasta	5	10
PNS	3	6
Tidak/Belum Bekerja	13	26
Pekerjaan Lain	17	34
Total	50	100

Sumber : Data Primer, diolah Pada Tahun 2020

Mata pencaharian tertinggi berada pada pekerjaan lain yang sebagian besar memiliki pekerjaan buruh dengan presentase terbesar yaitu 34%. Hal ini menunjukkan konsumen jamu gendong dengan pekerjaan lainnya tergolong dalam pekerja keras sehingga lebih banyak mengkonsumsi jamu gendong agar tubuh tetap bugar.

Perilaku Beli Konsumen Jamu Gendong

Penjual jamu gendong meracik sendiri jamu yang dijualnya. Beberapa jenis jamu yang pada umumnya ditawarkan penjual jamu gendong disajikan dalam Tabel 11 berikut:

Tabel 11. Jenis Jamu Gendong yang Dikonsumsi

No	Jenis Jamu Gendong	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Beras Kencur	18	36
2	Temulawak	1	2
3	Kunyit Asam	9	18
4	Daun Sirih	2	4
5	Pahitan	8	16
6	Pegal Linu	11	22
7	Pelangsing	1	2
Total		50	100

Sumber : Data Primer, diolah Pada Tahun 2020

Jenis jamu gendong yang paling banyak dikonsumsi oleh konsumen adalah jamu beras kencur yaitu sebanyak 18 orang (36%)

Tujuan Penggunaan

Jamu atau obat tradisional merupakan produk kesehatan yang dapat dikonsumsi dengan tujuan yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan konsumen. Tujuan penggunaan jamu dapat dilihat pada Tabel 12:

Tabel 12. Tujuan Penggunaan Jamu Pada Konsumen Jamu Gendong

No	Tujuan Penggunaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Promotif	26	52
2	Preventif	13	26
3	Kuratif	8	16
4	Rehabilitatif	3	6
Total		50	100

Sumber : Data Primer, diolah Pada Tahun 2020

Konsumen yang mengkonsumsi jamu gendong yang paling banyak memiliki tujuan untuk memelihara kesehatan (promotif) berjumlah 26 orang (52%).

Sumber Mempengaruhi

Jamu merupakan minuman tradisional khas Indonesia yang sudah ada dari jaman dahulu. Sampai sekarang jamu masih ada dan digemari oleh masyarakat Indonesia. Sebanyak 25 orang (50%) konsumen menyatakan bahwa paling mempengaruhi konsumen untuk mengkonsumsi jamu gendong adalah orang tua.

Tabel 13. Sumber yang Mempengaruhi Konsumen Mengonsumsi Jamu Gendong

No	Sumber yang Mempengaruhi	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Orang Tua	25	50
2	Keluarga	14	28
3	Suami/Istri	2	4
4	Teman/Tetangga	1	2
5	Penjaja Jamu Gendong	8	16
Total		50	100

Sumber : Data Primer, diolah Pada Tahun 2020

Tindakan Konsumen

Pada tabel 14 dilihat bahwa konsumen jamu lebih banyak memilih tidak mengkonsumsi jamu sementara jika jamu gendong langganan mereka tidak berjualan.

Tabel 14. Tindakan Konsumen Saat Jamu Gendong Langganan Tidak Jualan

No	Tindakan Konsumen Jamu Gendong	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Mencari Jamu Gendong yang Lain	5	10
2	Sementara tidak Minum Jamu	45	90
Total		50	100

Sumber : Data Primer, diolah Pada Tahun 2020

Kepuasan Konsumen Saat Mengonsumsi Jamu Gendong

Kepuasan konsumen saat mengkonsumsi jamu gendong apakah hasil yang diperoleh dari pembelian jamu gendong memuaskan atau tidak. Tahap ini akan mempengaruhi niat pembelian berikutnya di masa mendatang. Hasil dari penelitian ini rata-rata (100%) responden puas mengkonsumsi jenis jamu gendong yang dikonsumsinya .

Preferensi Konsumen Terhadap Jamu Gendong

Preferensi konsumen adalah selera konsumen dalam menentukan pilihannya. Preferensi yang dimaksud adalah pemilihan jenis jamu gendong yang diukur untuk mengetahui sikap atau persepsi responden terhadap atribut Minuman Jamu Gendong adalah menggunakan analisis Model Multiatribut Angka Ideal.

Model angka ideal digunakan dalam penelitian ini, untuk menilai sejauh mana minuman jamu gendong memenuhi harapan responden mengenai minuman jamu gendong yang ideal. Masing-masing atribut diberi skor antara 1 sampai 5 oleh responden. Untuk atribut, contohnya khasiat, skor 1 menandakan khasiat sangat rendah, skor 2 menandakan rendah, skor 3 menandakan sedang/cukup, skor 4 menandakan tinggi, dan skor 5 menandakan sangat tinggi. Untuk kepentingan atribut, skor 1 menandakan sangat tidak penting, skor 2 menandakan tidak penting, skor 3 menandakan cukup penting, skor 4 menandakan penting, dan skor 5 menandakan sangat penting. Skor akhir (*A_t*) yang paling baik adalah nilainya mendekati nol (0), karena semakin dekat *performance*

produk yang diukur terhadap produk ideal di mata konsumen, maka skor sikap konsumen akan semakin kecil. Apabila produk yang diukur sama persis dengan produk ideal, maka skor sikap akan menjadi nol.

Tingkat Kepentingan

Persepsi yang ditunjukkan oleh konsumen merupakan hasil pemahaman atas stimulus dalam produk yang dalam penelitian ini adalah atribur-atribut produk. Penelitian ini dilakukan suatu proses untuk memperoleh informasi mengenai nilai kepentingan konsumen terhadap atribut jamu gendong. Dilihat pada tabel 15 berikut:

Tabel 15. Tingkat Kepentingan Konsumen Terhadap Atribut Jamu Gendong (W_i)

No	Atribut	Penilaian					Rata-Rata Tertimbang
		1	2	3	4	5	
1	Kebersihan	0	0	0	10	40	4,8
2	Kemudahan Penyajian	0	0	5	45	1	3,9
3	Aroma Bahan Utama	0	0	2	31	17	4,3
4	Rasa Komposisi Bahan yang Enak	0	0	0	3	47	4,94
5	Kepahitan	0	0	13	33	4	3,84
7	Keampuhan Khasiat	0	0	0	12	38	4,76
7	Kemasan	0	0	8	42	0	3,84
8	Pelayanan	0	0	1	40	9	4,16
9	Styling	0	0	26	24	0	3,48
10	Harga Produk	0	0	0	49	1	4,02

Sumber :Data Primer, diolah Pada Tahun 2021

Informasi tentang tingkat kepentingan konsumen terhadap atribut jamu gendong adalah rasa komposisi bahan yang enak memiliki nilai rata-rata tertimbang 4,94. Rasa dipandang sangat penting karena konsumen menginginkan rasa yang enak pada atribut fisik jamu gendong. Kebersihan pada jamu gendong memiliki kategori kepentingan sangat penting kedua dibandingkan atribut-atribut yang lain yaitu dengan rata-rata tertimbang sebesar 4,8. Keampuhan Khasiat memiliki nilai rata-rata tertimbang 4,76. Tujuan utama konsumen membeli jamu gendong adalah untuk memelihara kesehatan. Aroma bahan utama memiliki nilai rata-rata tertimbang 4,3 dimana pilihan konsumen terhadap atribut ini sangat penting. konsumen menganggap sangat penting karena semakin beraroma suatu jamu maka kandungan bahan utama yang berasal dari tumbuhan alami terkomposisi secara baik.

Nilai Ideal

Tingkat nilai ideal merupakan nilai pengharapan yang diinginkan konsumen terhadap atribut pada jamu gendong. Nilai ideal atau pengharapan responden terhadap atribut minuman jamu gendong dapat dilihat pada tabel 16 berikut:

Tabel 16. Nilai Ideal/Harapan Konsumen Terhadap Atribut Jamu Gendong (I_i)

No	Atribut	Penilaian					Rata-Rata Tertimbang
		1	2	3	4	5	
1	Kebersihan	0	0	0	13	37	4,74
2	Kemudahan Penyajian	0	0	10	38	2	3,84
3	Aroma Bahan Utama	0	0	1	20	29	4,56
4	Rasa Komposisi Bahan yang Enak	0	0	0	16	34	4,68
5	Kepahitan	0	0	14	31	5	3,82
7	Keampuhan Khasiat	0	0	0	40	10	4,2
7	Kemasan	0	0	12	38	0	3,76
8	Pelayanan	0	0	8	36	6	3,96
9	Styling	0	0	23	25	2	3,58
10	Harga Produk	0	0	5	39	6	4,02

Sumber :Data Primer, diolah Pada Tahun 2021

Konsumen menilai jamu gendong yang ideal adalah sebagai berikut : kebersihan memiliki nilai ideal dengan rata-rata tertimbang 4,74. Rasa komposisi bahan yang enak memiliki rata-rata tertimbang sebesar 4,68. Aroma bahan utama memiliki rata-rata tertimbang sebesar 4,56. Keampuhan khasiat memiliki rata-rata tertimbang sebesar 4,2. Khasiat dari jamu gendong seharusnya merupakan atribut dengan harapan tinggi dari produk jamu gendong. Meskipun nilai rata-rata keampuhan khasiat yang diharapkan responden menduduki nomor empat dibanding atribut yang telah dikelaskan sebelumnya, tetapi dengan nilai rata-rata 4,2 keampuhan khasiat masih dikategorikan sangat berkhasiat diharapkan oleh konsumen jamu gendong.

Tingkat Kepercayaan

Konsumen memiliki kepercayaan terhadap atribut-atribut jamu gendong yang mencerminkan persepsi konsumen terhadap produk jamu gendong. Tabel 17 adalah hasil perhitungan atas persepsi konsumen terhadap atribut minuman jamu gendong.

Tabel 17. Tingkat Kepercayaan Konsumen Terhadap Atribut Minuman Jamu Gendong (Xi)

No	Atribut	Penilaian					Rata-Rata Tertimbang
		1	2	3	4	5	
1	Kebersihan	0	0	0	15	35	4,7
2	Kemudahan Penyajian	0	0	17	31	2	3,7
3	Aroma Bahan Utama	0	0	2	17	31	4,58
4	Rasa Komposisi Bahan yang Enak	0	0	4	24	22	4,36
5	Kepahitan	0	0	1	25	24	4,46
7	Keampuhan khasiat	0	0	8	23	19	4,22
7	Kemasan	0	0	10	36	4	3,88
8	Pelayanan	0	0	7	34	9	4,04
9	Styling	0	0	28	22	0	3,44
10	Harga Produk	0	0	15	30	5	3,8

Sumber : Data Primer, diolah Pada Tahun 2021

Tingkat kepercayaan konsumen terhadap atribut minuman jamu gendong (Xi), menggambarkan penilaian konsumen terhadap kinerja jamu gendong. Dapat diketahui bahwa konsumen sangat percaya terhadap kebersihan dengan rata-rata tertimbang sebesar 4,7. Aroma bahan utama dengan rata-rata tertimbang 4,58. Kepahitan dengan rata-rata tertimbang sebesar 4,46. Rasa komposisi bahan yang enak dengan rata-rata tertimbang sebesar 4,36 dari minuman jamu gendong.

Sikap Konsumen

Atribut yang memiliki tingkat kepuasan paling rendah karena memiliki selisih nilai ideal dan tingkat kepercayaan yang paling besar adalah rasa komposisi bahan yang enak (0,32). Sedangkan atribut yang sudah ideal di mata konsumen karena memiliki selisih yang paling kecil antara nilai angka ideal dan tingkat kepercayaan adalah atribut kebersihan (0,04) karena sebagian besar konsumen menginginkan kebersihan pada jamu tetap harus dijaga. Skor total (At) konsumen terhadap minuman jamu gendong sebesar 7,11. Hal ini dapat dipersepsi jika kita membuat batasan atau *range* penilaian keragaan atribut yang ideal menurut responden dengan menggunakan skala interval. Jumlah skala penilaian adalah skala lima (b). Skor sikap yang paling baik (n=skor terendah yang mungkin) adalah 0, skor ini diperoleh bila kualitas ideal (Ii) sama persis dengan kualitas kepercayaan terhadap setiap atribut (Xi). Sedangkan skor paling buruk adalah jika kualitas kepercayaan pada masing-masing atribut minimal, yaitu satu.

Tabel 18. Sikap Konsumen Secara Keseluruhan Terhadap Minuman Jamu Gendong

No	Atribut	Wi	Ii	Xi	Ii-Xi	Wi	Ii-Xi
1	Kebersihan	4,8	4,74	4,7	0,04		0,192
2	Kemudahan Penyajian	3,9	3,84	3,7	0,14		0,546
3	Aroma Bahan Utama	4,3	4,56	4,58	0,02		0,086
4	Rasa Komposisi Bahan yang Enak	4,94	4,68	4,36	0,32		1,5808
5	Kepahitan	3,84	3,82	4,46	0,64		2,4448
6	Keampuhan Khasiat	4,76	4,2	4,22	0,02		0,0952
7	Kemasan	3,84	3,76	3,88	0,12		0,4608
8	Pelayanan	4,16	3,96	4,04	0,08		0,3328
9	Styling	3,48	3,58	3,44	0,14		0,4872
10	Harga Produk	4,02	4,02	3,8	0,22		0,8844
Total Skor (At) =							7,11

Sumber : Data Primer, diolah Pada Tahun 2021

Dari hasil analisis penelitian ini skor tertinggi yang mungkin terjadi adalah sebesar 129,55. Angka ini diperoleh dari hasil perhitungan berikut :

$$m = 4,74 (4,7-1) + 3,84 (3,7-1) + 4,56 (4,58-1) + 4,68 (4,36-1) + 3,82 (4,46-1) + 4,2 (4,22-1) + 3,76 (3,88-1) + 3,96 (4,04-1) + 3,58 (3,44-1) + 4,02 (3,8-1) = \mathbf{129,55}$$

$$\text{Maka skala Interval} = (129,55-0) / 5 = \mathbf{25,91}$$

Dengan perolehan nilai tersebut maka dapat dihasilkan batasan atau *range* penilaian keragaan atribut yang ideal menurut konsumen sebagai berikut :

$0 \leq At < 25,91$ artinya Sangat Baik di mata konsumen

$25,91 \leq At < 51,82$ artinya Baik di mata konsumen

$51,82 \leq At < 77,73$ artinya Netral di mata konsumen

$77,73 \leq At < 103,64$ artinya Buruk di mata konsumen

$103,64 \leq At < 129,55$ artinya Sangat Buruk di mata konsumen

Total skor nilai sikap konsumen terhadap minuman jamu gendong saat ini adalah 7,11 sehingga termasuk dalam rentang skala $0 \leq At < 25,91$ yaitu secara keseluruhan atribut minuman jamu gendong dipersepsikan sangat baik di mata responden. Artinya, keberadaan minuman jamu gendong yang telah dikenal sejak lama, dapat diterima sangat baik oleh para konsumen, namun mereka tetap mengharapkan adanya peningkatan dari berbagai segi antara lain kebersihan, cita rasa dan aroma bahan utama.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Karakteristik jamu gendong di Kelurahan Sumompo dilihat dari jenis kelamin, sebagian besar berjenis kelamin perempuan, dilihat dari pekerjaan sebagian besar adalah pekerja kasar (buruh bangunan dan tukang sol sepatu), dilihat dari tujuan mengkonsumsi jamu gendong adalah memelihara kesehatan (promotif).
2. Preferensi konsumen jamu gendong di Kelurahan Sumompo adalah sebagai berikut; (1) Tingkat kepentingan paling besar adalah perpaduan antara rasa komposisi bahan yang enak, kebersihan, keampuhan khasiat dan aroma bahan utama. (2) Nilai ideal atau harapan konsumen terhadap atribut jamu gendong adalah kebersihan, rasa komposisi bahan yang enak, aroma bahan utama dan keampuhan khasiat. (3) Penilaian konsumen terhadap atribut jamu gendong berdasarkan tingkat kepercayaan adalah kebersihan, aroma bahan utama, kepahitan dan rasa komposisi bahan yang enak. Total skor atribut minuman jamu gendong sebesar 7,11 yang berarti sudah sangat baik dimata responden.

Saran

Bagi pedagang jamu gendong, harus tetap menjaga kepercayaan konsumen dengan mengutamakan aroma bahan utama, rasa komposisi bahan yang enak pada jamu racikan yang dibuat dan kebersihan agar proses pembuatan minuman jamu gendong dihasilkan produk yang bersih terjamin bebas dari kotoran agar dapat meningkatkan pembelian konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Anto, Y.. 2009. Analisis Preferensi Konsumen Jamu Serbuk Kemasan Di Kota Bogor, Jawa Barat. Skripsi. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Lestiyorini, D.. 2015. Model Analisis Pengembangan Produk Baru Obat Herbal Di Indonesia Dengan Mempertimbangkan Preferensi Konsumen. Tesis. Program Magister, Institut Teknologi Sepuluh Nopember. Surabaya.
- Mukti, N.. 2017. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Beras Siger Studi Kasus Di Bandar Lampung. Skripsi. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Novitasari, Y.. 2012. Sikap Konsumen Jamu Tradisional Pada Pasar Tradisional Di Kabupaten Sukoharjo. Skripsi. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Pamartha, D.A., E. Yulianto, dan Sunarti. 2016. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Preferensi Konsumen Dan Keputusan Pembelian Kartu Seluler Simpati Survei Pada Masyarakat Desa Wonosari Kecamatan Pagu Kabupaten Kediri Yang Membeli Kartu Seluler SimPATI. JAB, 38(1):14-20.
- Pinontoan, A.S.. 2005. Analisis Faktor-Faktor Konsumen Terhadap Pembelian Jamu Gendong. Skripsi. Institut Pertanian Bogor. Bogor.