

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tanaman yang berkhasiat obat yang diwariskan oleh nenek moyang secara turun-temurun, disebut sebagai jamu (Mudjijono, dkk, 2014). Menurut WHO, di beberapa negara Asia dan Afrika sekitar 80% dari penduduk menggunakan obat tradisional untuk solusi dari masalah kesehatan yang dialaminya, sedangkan, 70% sampai 80% masyarakat di beberapa Negara maju sudah memakai beberapa bentuk pengobatan komplementer/alternatif serta obat herbal (Biofarmaka IPB, 2013).

Dalam penelitian yang dilakukan Andriati, & Wahjudi, (2016) penerimaan penggunaan jamu sebagai alternatif penggunaan obat modern pada masyarakat ekonomi rendah-menengah dan atas secara umum tinggi (58%), karena di tengah berkembang pesat obat modern dan era globalisasi hasil tersebut peneliti mengkategorikan tinggi, lebih dari 50% sebagian besar masyarakat masih mengkonsumsi atau menggunakan jamu untuk menjaga kesehatan dan menyembuhkan penyakit. masyarakat yang paling tinggi dalam mengkonsumsi jamu yaitu masyarakat ekonomi rendah dengan pendapatan kurang dari 1jt perbulan, sebanyak 58% dari data responden. Masyarakat ekonomi menengah dengan pendapatan antara 1,5 sampai 5jt perbulan mengkonsumsi jamu 25% dari responden. Masyarakat ekonomi atas dengan pendapatan lebih dari 5jt perbulan cenderung pada pengobatan farmasi (17%). penelitian tersebut diketahui bahwa individu dengan pendapatan rendah lebih banyak yang menggunakan jamu tradisional dibandingkan dengan individu yang memiliki pendapatan sedang sampai individu dengan pendapatan tinggi. Menurut Komnas Lansia (2010, dalam Stevani 2020) lansia yang melakukan pengobatan sendiri sebesar 60,47 persen menggunakan jenis obat modern, 27,63 persen menggunakan jenis obat campuran, dan sebanyak 10,87 persen menggunakan obat tradisional.

Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan Kementerian Kesehatan RI Pada tahun 2007 memprakarsai isian kuesioner riskesdas 2007 mengenai masyarakat Indonesia dalam pemanfaatan jamu. Hasilnya diketahui bahwa 35,7% masyarakat memakai jamu dan lebih dari 85% di antaranya

mengatakan bahwa bagi kesehatan jamu bermanfaat (Kemenkes 2010). Riskesdas 2010 menunjukkan bahwa peningkatan hasil sebesar 59,12% dari 35,7% dan 95,6% dari 85% (Kemenkes 2010). Selain dalam riskesdas 2007 dan 2010 mendapat pencapaian hasil yang bermakna, disiapkan pula program saintifikasi Jamu untuk membuktikan secara ilmiah bahwa jamu efektif untuk indikasi tertentu dengan metode penelitian berbasis pelayanan. Selain itu diperkuat dengan Undang-Undang No. 36 tahun 2009 tentang kesehatan. Pada pasal 48 ayat 1 disebutkan bahwa dari 17 upaya kesehatan tercantum upaya pelayanan kesehatan tradisional yaitu pengobatan dan/atau perawatan dengan cara dan obat yang mengacu pada pengalaman dan keterampilan turun temurun secara empiris yang dapat dipertanggungjawabkan dan diterapkan sesuai dengan norma yang berlaku di masyarakat. Pada saat itu juga, kementerian kesehatan menyusun Standar Pelayanan Medik Herbal yang tertuang dalam Keputusan Menteri Kesehatan No. 121/MENKES/SK/II/2008 dengan diikuti Keputusan Menteri Kesehatan RI No. 261/Menkes/SK/IV/2009 tentang Farmakope Herbal Indonesia Edisi pertama (dalam Andriati & Wahjudi, 2016).

Berbagai daerah di Indonesia telah banyak yang mengetahui pengobatan tradisional dengan memanfaatkan buah, dedaunan, batang, akar, dan biji atau tumbuhan obat termasuk rempah-rempah hasil bumi Indonesia. Pengobatan tradisional dengan menggunakan tanaman obat ialah salah satu upaya dalam menangani masalah kesehatan. Jamu yang telah dikenal oleh masyarakat Indonesia, merupakan bagian dari budaya bangsa yang terdapat di berbagai wilayah di Indonesia sebagai produk kearifan lokal. Dipercaya bahwa tradisi meminum dan meracik jamu sudah ada sejak masa kerajaan Hindu dan Buddha. Relief yang menggambarkan tentang pembuatan atau penggunaan jamu, ada pada beberapa candi di Indonesia, seperti Candi Penataran, Sukuh, Borobudur, Prambanan, dan Tegalwangi (Sukini, 2018).

Istilah jamu berasal dari bahasa Jawa Kuno *jampi* atau *usodo* yang bermakna penyembuhan yang menggunakan ramuan obat-obatan maupun doa-doa dan ajian-ajian (Mudjijono, dkk, 2014). Sekitar abad 15-16 Masehi, istilah *usodo* sudah jarang digunakan, sedangkan, istilah *jampi* lebih terkenal di kalangan kraton

(Sukini, 2018). Berbagai catatan sejarah diketahui bahwa hanya di kalangan istana awalnya budaya meracik jamu dikenal. Jamu diracik untuk keluarga istana yaitu para raja, permaisuri, pangeran, dan para putri keraton. Keluarga kerajaan menggunakan jamu guna menjaga kebugaran, kesehatan, dan kecantikan. Seiring perkembangan zaman, orang-orang kerajaan mulai memperkenalkan jamu kepada masyarakat luas. Pengenalan jamu ke luar kerajaan diperkirakan sudah terjadi pada periode akhir Kerajaan Majapahit. Setelah itu berlanjut pada masa kerajaan-kerajaan setelahnya dan terus berjalan sampai pada masa Kesultanan Yogyakarta dan Kasunanan Surakarta (Sukini, 2018).

Kemudian istilah jamu mulai diperkenalkan pada masyarakat oleh dukun atau tabib pengobatan tradisional. Jamu yang awalnya hanya dikenal di lingkungan keraton, telah mulai keluar dari lingkungan kerajaan walaupun masih digunakan oleh lingkungan terbatas (Mudjijono, dkk, 2014). Namun, sesudah para ahli botani memperkenalkan pada publik tulisan tentang ragam dan manfaat tanaman yang dapat digunakan untuk pengobatan, dapat dinikmati oleh seluruh lapisan masyarakat. Pada umumnya ramuan jamu yang memiliki ke khasan lokal karena metode pembuatan, bahan yang digunakan atau cara-cara pembuatan ramuan jamu yang dikaitkan dengan budaya tradisional setempat.

Adanya jamu di tengah-tengah masyarakat diduga dapat bertahan karena dari waktu ke waktu pelanggan yang semakin bertambah (Arifin, 2019). Permintaan untuk melengkapi kebutuhan misalnya pencegahan, pemeliharaan kesehatan dan penyembuhan penyakit membuat produsen atau penjual jamu untuk mengembangkan bermacam-macam jenis jamu sesuai dengan penyakit. Jamu yang diracik oleh produsen ini dikembangkan namun masih mengacu dari ilmu warisan nenek moyang. Meskipun kita mengetahui bahwa jamu ini bukanlah ilmu yang tertulis yang dipelajari khusus sebagai ilmu jamu, namun lebih fokus pada ketrampilan dan pengetahuan orang-orang yang terdahulu yang diwariskan ke generasi berikutnya.

Jamu untuk alternatif penggunaan obat modern pada masyarakat kelas ekonomi rendah menengah dan atas secara umum tinggi (Andriati & Wahjudi, 2016). Pengobatan tradisional sudah berkembang luas di berbagai negara dan semakin

terkenal. Indonesia mempunyai kekayaan ramuan jamu dan tanaman obat dari berbagai suku yang tersebar mulai Sabang sampai Merauke di berbagai wilayah Indonesia. Jamu ialah warisan leluhur bangsa yang sudah dimanfaatkan secara turun temurun untuk pemeliharaan kesehatan dan pengobatan. Walaupun demikian dokter di Indonesia belum semua menerima pengobatan ramuan jamu dengan alasan tidak mempunyai bukti ilmiah (Andriati & Wahjudi, 2016). Disamping obat modern penggunaan ramuan jamu sebagai alternatif pengobatan pada masyarakat adalah bagian dari *indigenous knowledge* masyarakat. Penggunaan jamu dan obat tradisional lainnya yang digunakan secara turun temurun dalam melestarikan budaya tidak terlepas dari peran orang tua.

Telah menjadi kebiasaan masyarakat Indonesia, memakai herbal yang dikemas dalam bentuk jamu, untuk bahan yang dipercaya mampu untuk (pencegahan) *preventif* dan (pengobatan) *kuratif* berbagai macam penyakit akut maupun kronis. Kepercayaan ini muncul dari turun temurun, dan semakin terkenal dikalangan ibu ketika ada anggota keluarganya yang sakit (Arifin, 2019). Pemakaian tanaman herbal yang tumbuh di pekarangan rumah maupun dapat di beli di pasar dalam bentuk mentah yang kemudian diolah oleh ibu, sebelum menggunakan.

Obat untuk mengatasi penyakit ramuan jamu menjadi pilihan pertama. Demikian besar masyarakat bergantungnya terhadap tanaman herbal ini, yang diyakini untuk dikonsumsi sangat aman. Pentingnya masyarakat mengetahui bahwa tidak semua tanaman herbal dapat memberikan pengaruh kesehatan bagi yang mengkonsumsi, namun dapat sebaliknya berbahaya bagi kesehatannya. Mengkonsumsi jamu bersamaan dengan obat dari dokter butuh dikaji ulang. Promosi dari mulut ke mulut tanpa media lain menjadi kekuatan dan alasan keberadaan jamu tetap menjadi pilihan masyarakat. Fenomena penggunaan bahan herbal untuk pengobatan kesehatan telah marak di Indonesia.

Masyarakat mengenal jamu untuk obat herbal di Indonesia. Dalam pandangan masyarakat mengenai konsumsi jamu terdapat adanya kontroversi, ada yang berpandangan positif bagi kesehatan konsumen dan sebagian lagi berpandangan jamu membahayakan kesehatan konsumen (Arifin, 2019). Alasan

mengonsumsi ataupun tidak mengonsumsi jamu yang menjadi penentu utama adalah pandangan masyarakat yang berbeda. Kontroversi ini biasanya terjadi pada perbedaan generasi. Generasi terdahulu sangat mempercayai akan khasiat dari tanaman tradisional yang diracik atau diolah menjadi jamu. Tetapi generasi modern tidak demikian yang lebih percaya terapi medis untuk menyembuhkan sakitnya. Ketidakpercayaan terhadap khasiat jamu menjadi salah satu yang melatarbelakangi pemilihan pengobatan medis. Lamanya keterpaparan dengan penyakit juga menentukan pemilihan terapi tradisional maupun modern oleh masyarakat.

Masyarakat lebih memilih pengobatan dokter yang mampu dengan cepat menyembuhkan penyakit, karena obat dokter sesuai dengan sakit yang dideritanya. Mereka tidak memperdulikan bahwa jika dikonsumsi terlalu lama obat yang di dalamnya mengandung zat kimia yang akan mengendap di dalam tubuhnya. Namun demikian tentu saja untuk pengobatan modern dengan memakai obat dokter akan lebih cepat dalam menyembuhkan penyakit dibandingkan dengan mengonsumsi herbal yang cenderung membutuhkan waktu yang lebih lama untuk menyembuhkan penyakit. Sebagian masyarakat yang tetap memilih menggunakan jamu sebagai terapi kesehatan, juga memiliki alasan tersendiri. Salah satu alasannya terkait dengan tanaman herbal yang memang tidak seperti obat yang mengandung zat kimia, sehingga untuk dikonsumsi lebih aman. Alasan kedua yaitu lebih didominasi oleh biaya yang harus dikeluarkan untuk membeli jamu karena jamu lebih murah jika dibandingkan dengan membeli obat dokter. Resiko yang alami oleh konsumen ialah konsumsi herbal memiliki waktu penyembuhan lebih lama jika dibandingkan dengan menggunakan obat dokter, sehingga diperlukan kesabaran yang lebih (Arifin, 2019).

Demikian halnya dengan jamu yang dikenal di Pulau Madura yang meliputi empat kabupaten yaitu Kabupaten Pamekasan, Bangkalan, Sampang dan Sumenep. Masyarakat di wilayah Jawa dan Madura selama ini mengenal ramuan jamu Madura memiliki khasiat untuk kesehatan, baik untuk pengobatan maupun perawatan, khususnya untuk kaum perempuan. Jamu ramuan Madura selain dikenal di wilayah lokal Jawa Timur, namun juga terkenal ke berbagai kota dan pulau yang ada di Indonesia, bahkan di kenal sampai mancanegara seperti Singapura, Korea, Brunei,

Arab Saudi, Hongkong, Malaysia dan Jepang (Mudjijono, dkk, 2014). Jamu ramuan Madura memiliki kekhasan tersendiri antara lain yaitu berbau harum yang beraroma khas rempah-rempah, rasanya pahit segar. Maka jika mendengar Ramuan Madura yang ada di bayangan orang ialah obat kuat, ramuan yang dapat membuat ketika berhubungan suami istri menjadi tahan lama, seperti jamu perkasa laki-laki, empot-empot dan sari rapet. Bagi masyarakat Madura yang telah biasa mengkonsumsi jamu lebih banyak di manfaatkan guna menjaga kesehatan, walaupun ada beberapa jenis jamu juga di kenal dapat mengobati penyakit. Di daerah Madura banyak dijumpai penjual jamu, tidak hanya jamu untuk manusia, hewanpun di sana juga diminumi jamu, seperti sapi untuk karapan. Maka dari itu, tentunya banyak pengetahuan mengenai jamu yang dimiliki oleh masyarakat Madura.

Ajhemo adalah istilah sehari-hari yang berarti minum jamu bagi masyarakat Madura. Kebiasaan perempuan Madura ini berkaitan dengan faktor budaya yang melekat sejak dini, sehingga hal ini menyebabkan sebagian besar perempuan Madura mengonsumsi ramuan tradisional yang berhubungan dengan organ seksual dan reproduksi. Hingga sekarang ajhemo menjadi cara hidup sehat yang terus dilakukan perempuan Madura sebagai seni olah tubuh yang mencakup kebersihan, keindahan dan kesehatan. Ajhemo bagi perempuan menjadi cara hidup sehat yang berlangsung turun temurun. Ajhemo menjadi keperluan harian yang dipercaya dapat meningkatkan kebugaran membangkitkan gairah seksual dan estetika (Rahmawati dan Suryandar, 2022).

Kabupaten Bangkalan merupakan salah satu Kabupaten yang terletak di Pulau Madura yang termasuk dalam kawasan strategis ekonomi Jawa Timur. Kota Bangkalan menjadi salah satu pusat kegiatan skala regional kabupaten dalam Satuan Wilayah Pembangunan (SWP) Gerbangkertosusila (Gresik-BangkalanMojokerto-Surabaya-Sidoarjo-Lamongan) plus dengan core wilayah SWP di Kota Surabaya, seperti halnya Jabodetabeka di wilayah Jakarta dan Sekitarnya, Kabupaten Bangkalan harus mampu menata dirinya menjadi wilayah yang mampu berkembang, berkompetisi dan nyaman bagi para investor (Pratama, dkk, 2018).

Kabupaten Bangkalan menjadi pintu gerbang Jembatan Suramadu terutama untuk berbagai kegiatan seperti lintas barang dan jasa yang menghubungkan pulau Jawa dan Madura. Kabupaten Bangkalan menjadi bagian wilayah pulau Madura yang masuk dalam pengembangan Kota Surabaya. Kabupaten Bangkalan menjadi kutub pertumbuhan ekonomi di propinsi Jawa Timur yang berperan penting dalam mendukung perkembangan sektor industri, perdagangan, pertanian, dan pariwisata. Letaknya yang strategis yaitu berada diujung barat pulau Madura dan bersebrangan dengan Kota Surabaya, kota pusat pemerintahan dan bisnis di Jawa Timur (Suprijati dan Yakin, 2013).

Banyaknya Usaha Kecil Obat Tradisional (UKOT) yang terdapat dalam daftar Departemen Perindustrian dan Perdagangan Jawa Timur (2019), sebesar 19 perusahaan di Bangkalan, 25 perusahaan di Kabupaten Pamekasan, 3 perusahaan di Sampang, dan 15 perusahaan di Sumenep. Total perusahaan industri yang memiliki izin usaha UKOT di Pulau Madura sebanyak 66 pengusaha, sedangkan yang belum memiliki izin terdapat 100 pengusaha.

Konsumen sebelum memutuskan untuk menggunakan sebuah produk jamu Madura pasti terlebih dahulu mencari informasi mengenai produk tersebut karena tidak semua masyarakat mau menggunakan jamu Madura sebagai pengobatan alternatif, setelah itu konsumen akan mengambil keputusan apakah dirinya akan menggunakan produk jamu Madura atau tidak. Firmansyah (2018) Pengambilan keputusan merupakan suatu hasil atau keluaran dari proses mental atau kognitif yang membawa pada pemilihan suatu jalur tindakan di antara beberapa alternatif yang tersedia. Jadi suatu proses pengambilan keputusan pasti menimbulkan salah satu pilihan final. Timbulnya dapat berupa suatu tindakan maupun aksi atau suatu opini terhadap pilihan.

Pengambilan keputusan menurut Sprollles dan Kendal (1986) adalah berhubungan dengan kebiasaan yang dilakukan konsumen sebelum membeli suatu produk sehingga tidak berubah dalam waktu yang cukup lama. konsumen akan mencari produk yang terbaik, konsumen juga meyakini bahwa produk yang termahal memiliki kualitas yang terbaik, konsumen selalu mencari produk yang terbaru dan unik, ada pula konsumen yang menganggap membeli hanya untuk kesenangan,

situasi mendorong konsumen untuk membeli, konsumen memiliki merek yang disenangi.

Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan purwanti (2011) 1. Faktor lingkungan yang terdiri dari: faktor budaya yang meliputi, preferensi merupakan rasa suka pada suatu produk dibandingkan produk lain, nilai-nilai merupakan norma yang dianut oleh masyarakat, persepsi merupakan cara pandang sesuatu, behaviour merupakan kebiasaan. 2. Faktor sosial terdiri atas: reference group. Faktor ini merupakan kelompok yang mempengaruhi anggota atau komunitas dalam membuat keputusan terhadap pembelian sebuah barang atau jasa. Faktor keluarga ini merupakan juga penting pengaruhnya terhadap individu dalam memilih sebuah barang atau jasa. Peran dan status peran individu di masyarakat atau perusahaan akan mempengaruhi pola tindakannya saat membeli barang atau jasa. 3. Faktor teknologi yang terdiri atas: transportasi pribadi, alat rumah tangga. Audio visual, seluler dan internet 4. Faktor pribadi atas: a. Aspek pribadi merupakan seorang konsumen akan berbeda dari seorang konsumen lainnya karena terdapat faktor-faktor pribadi dalam hal berikut ini: usia, gaya hidup, kepribadian, pekerjaan, kondisi keuangan, konsep diri b. Aspek psikologis merupakan faktor psikologi atau kejiwaan yang mempengaruhi individu dalam tindakan membeli sebuah barang atau jasa yang terdiri atas: motivasi, kepercayaan, persepsi, dan perilaku belajar.

Pengambilan keputusan mempunyai peran yang sangat penting dalam menentukan perilaku pembeli perkotaan terhadap keputusan pembelian jamu tradisional. Di dukung pendapat Sari, dkk, (2015). Hasil penelitian menunjukkan Keterlibatan konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian jamu tradisional di Kota Surakarta tergolong tinggi. Beda antar merek jamu tradisional menurut konsumen adalah nyata. Perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian tergolong cukup baik. Ditinjau dari nilai sikap konsumen yang netral dan nilai norma subyektif yang kurang mempengaruhi konsumen.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Masruroh dan Suprati (2020), Secara parsial atau sendiri-sendiri variabel yang memiliki pengaruh signifikan dari ketujuh variabel (variabel *product*, *place*, *promotion*, *price*, *process*, *people* dan

physival evidence marketing mix), yakni variabel *product*, *promotion*, *process* *physical evidence* yang masing-masing terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di UD Nata Payung Emas Siti Fatma.

Menurut Kustini (2011), menjelaskan kepercayaan merek adalah persepsi individu terhadap suatu merek yang memunculkan rasa aman terhadap merek sehingga dapat mengandalkan merek tersebut. Kepercayaan jamu ramuan Madura persepsi yang diperoleh ketika konsumen telah menggunakan sebuah produk apakah produk tersebut memiliki kualitas yang baik dan manfaat bagi konsumen.

Menurut Lau dan Lee (1999), terdapat tiga faktor yang dapat mempengaruhi kepercayaan terhadap merek. Ketiga faktor ini berkaitan dengan tiga entitas yang meliputi dalam hubungan antara merek dan konsumen. Adapun ketiga faktor tersebut ialah merek itu sendiri, perusahaan pembuat merek, dan konsumen. Hubungan ketiga faktor tersebut dengan kepercayaan jamu ramuan Madura dapat digambarkan sebagai berikut. Faktor yang pertama *brand charateristic* (Karakteristik Merek) memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan pengambilan keputusan pembeli untuk mempercayai sebuah merek. Hal ini disebabkan karena konsumen melakukan penilaian merek sebelum membeli. Karakteristik merek yang berhubungan dengan kepercayaan jamu ramuan Madura mencakup dapat mempunyai reputasi, diramalkan, dan kompeten. Faktor yang kedua *Company characteristic* (Karakteristik Perusahaan) yang ada dibelakang sebuah merek juga mampu mempengaruhi tingkat kepercayaan pembeli terhadap merek tersebut. Dasar awal pemahaman konsumen terhadap merek suatu produk merupakan pengetahuan konsumen mengenai perusahaan yang ada dibalik merek sebuah produk. Karakteristik ini meliputi reputasi suatu perusahaan, integritas suatu perusahaan, dan motivasi perusahaan yang diinginkan. Faktor yang ketiga ada *Consumer - Brand charateristic* ialah dua kelompok yang saling mempengaruhi satu sama lain. Oleh karna itu karakteristik konsumen - merek mampu mempengaruhi kepercayaan terhadap merek. Karakteristik ini mencakup kemiripan antara konsep emosional pelanggan dengan kepribadian merek, kesenangan terhadap merek, dan pengalaman terhadap merek.

Sejalan dengan hal tersebut, Amalia, (2021) yang berjudul Pengaruh Kepercayaan Khasiat Jamu Perempuan Madura Terhadap Minat Beli Pada Perempuan Madura. Mengemukakan Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah pengaruh positif yang signifikan antara kepercayaan khasiat jamu perempuan Madura dengan minat beli. Besarnya kontribusi atau sumbangan efektif diperoleh dari nilai R Square sebesar $0,683 = 68,3\%$ yang artinya sumbangan efektif kepercayaan pada jamu perempuan Madura, sedangkan sisanya $31,7\%$ dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diukur dalam penelitian ini. Tingkat kepercayaan khasiat jamu perempuan Madura dan juga minat beli paling banyak berada dalam kategori sedang.

Marwati dan Amidi (2018), berdasarkan hasil penelitiannya dapat diambil kesimpulan bahwa secara bersama-sama maupun parsial terdapat pengaruh signifikan budaya, persepsi, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian. Masyarakat memiliki penilaian yang beragam terhadap penggunaan obat herbal. Dalam penelitian yang sama dikatakan juga bahwa konsumen yang tidak percaya terhadap khasiat obat herbal maka sulit menyembuhkan penyakitnya lewat pengobatan obat herbal.

Mowen dan Minor (dalam Janah, 2013) menyatakan bahwa keputusan membeli konsumen dipengaruhi oleh faktor keterlibatan konsumen dan kepercayaan mereka. Konsumen yang memiliki kepercayaan pada merek tertentu lebih yakin dalam memutuskan pembelian, faktor internal tersebut sangat besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Menurut Tabelessy (2022) kepercayaan merek adalah kemampuan merek untuk dipercaya, yang bersumber pada keyakinan konsumen bahwa produk tersebut mampu memenuhi nilai yang dijanjikan dan intensi baik merek yang didasarkan pada keyakinan konsumen bahwa merek tersebut mampu mengutamakan kepentingan konsumen untuk pengambilan keputusan pembelian.

Berdasarkan pemaparan data dan fakta di atas maka peneliti merasa tertarik dan penting untuk meneliti pengaruh kepercayaan terhadap pengambilan keputusan pada masyarakat Bangkalan untuk menggunakan jamu sebagai pengobatan alternatif.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah apakah ada pengaruh kepercayaan jamu ramuan Madura terhadap pengambilan keputusan pada masyarakat Bangkalan untuk menggunakan jamu sebagai pengobatan alternatif?

1.3 Tujuan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepercayaan jamu ramuan Madura terhadap pengambilan keputusan pada masyarakat Bangkalan untuk menggunakan jamu sebagai pengobatan alternatif.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan untuk mengembangkan kemampuan peneliti dalam mengamati permasalahan serta membantu memberikan sumbangan bagi ilmu psikologi terutama dalam bidang ilmu psikologi kesehatan, psikologi marketing, psikologi organisasi, psikologi budaya Madura, psikologi sosial, serta psikologi konsumen, yang berkaitan dengan kepercayaan jamu ramuan Madura dan pengambilan keputusan masyarakat.

1.4.2 Manfaat Praktis

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Subjek

Hasil penelitian ini diharapkan subjek dapat memilih produk jamu yang sudah terjamin keamanannya dan mampu menjadi solusi dari masalah kesehatan yang di alaminya.

2. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat melestarikan jamu ramuan Madura yang merupakan tradisi turun-temurun dari nenek moyang dan menunculkan minat masyarakat untuk membeli produk jamu ramuan Madura agar tetap terjaga.

3. Bagi Produsen Jamu Madura

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap jamu ramuan Madura agar konsumen tertarik dan merasa percaya diri memasarkan jamu Madura.

4. Bagi Dinas Terkait (Biro Perdagangan dan Perindustrian Internasional, Koperasi Mikro, Badan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah)

Hasil penelitian ini semoga dapat meningkatkan kepeduliannya terhadap produsen jamu ramuan Madura. Upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kepercayaan dan pengambilan keputusan membeli masyarakat terhadap produk jamu ramuan Madura yang tersedia di masyarakat.

5. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan atau dikembangkan lebih lanjut oleh peneliti selanjutnya. Peneliti juga berharap kepada peneliti selanjutnya agar dapat melakukan penelitian mengenai hal-hal yang belum dibahas dalam penelitian ini. Selain itu, peneliti juga berharap penelitian ini dapat dijadikan referensi terhadap peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian sejenis atau memiliki kesamaan.