

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jamu adalah ramuan tradisional Indonesia yang dibuat dari beberapa tumbuhan. Jamu memiliki kegunaan untuk memelihara kebugaran, pengobatan, meningkatkan vitalitas, dan perawatan kecantikan. Jamu merupakan minuman yang terbuat dari ramuan tanaman herbal yang berkhasiat baik sebagai obat maupun sebagai minuman penyegar. Jamu disajikan dengan berbagai jenis ramuan tumbuhan sesuai dengan tujuan atau manfaat yang diinginkan. Beragamnya tanaman herbal di Indonesia membuat varian jamu menjadi tidak terbatas. Jamu merupakan warisan budaya bangsa yang sudah digunakan secara turun menurun. Indonesia memiliki keunggulan dalam hal pengembangan jamu dengan 9.600 jenis tanaman obat yang dapat digunakan sebagai bahan dasar jamu. Selain itu, pemerintah juga sudah menggolongkan tanaman obat yang merupakan bahan baku pembuatan jamu ke dalam sepuluh komoditas potensial untuk dikembangkan (Suhartini, 2012).

Beberapa faktor seperti keadaan geografis, iklim, sosial-kultural, hingga latar belakang pendidikan masyarakat menjadi salah satu alasan dari beragamnya jenis-jenis jamu di Indonesia. Mengolah tanaman herbal menjadi jamu tidaklah rumit, namun proses meramu bahan inilah yang tidak bisa dilakukan secara sembarangan dan dikuasai oleh semua orang. Proses peramu, pengolahan, hingga dapat dikonsumsi masyarakat memerlukan proses yang kompleks (Putri, 2021).

Jamu dikenal oleh masyarakat luas sebagai minuman dan ramuan herbal tradisional yang bermanfaat bagi tubuh, seperti untuk kesehatan dan kecantikan. Jamu yang beredar luas dalam pasar dapat diklasifikasikan menjadi 6 kelompok besar, meliputi: jamu kuat, jamu untuk kewanitaan, jamu perawatan tubuh atau kecantikan, jamu tolak angin, jamu pegel linu, jamu lainnya (Mudjijono, 2014).

Jamu, yang telah dikenal masyarakat Indonesia secara turun temurun, merupakan bahan atau ramuan bahan berupa bahan tumbuhan, bahan hewan,

bahan mineral, sediaan sarian atau galenika, atau campuran dari bahan tersebut, telah digunakan untuk pengobatan berdasarkan pengalaman. Sejak ribuan tahun yang lalu, obat dan pengobatan tradisional telah ada di Indonesia, jauh sebelum pelayanan kesehatan formal dengan obat-obatan modernnya dikenal masyarakat. Pengobatan tradisional dengan memanfaatkan tanaman berkhasiat merupakan pengobatan yang dimanfaatkan dan diakui oleh masyarakat, yang menandai kesadaran untuk kembali ke alam (*back to nature*) adalah untuk mencapai kesehatan yang optimal dan untuk mengobati berbagai penyakit secara alami (Wijayakusuma, 2000).

Indonesia merupakan negara tropis dengan potensi tanaman yang luar biasa dan telah dimanfaatkan secara turun temurun sebagai obat-obatan tradisional. Jamu yang merupakan obat tradisional Indonesia, telah menjadi budaya masyarakat Indonesia sejak berabad-abad sebelumnya sebagai bagian dari upaya menjaga kesehatan, meningkatkan kesehatan, dan menjaga kecantikan. Selain itu, jamu bukan hanya untuk dikonsumsi tetapi dapat membuka peluang usaha bagi masyarakat Indonesia secara luas. Usaha jamu dapat menjadi peluang di bidang Industri, usaha rumahan dalam subsektor obat dan kosmetika dalam negeri. (Murdopo, 2014)

Tumbuhan herbal adalah tumbuhan atau tanaman obat yang dapat dimanfaatkan untuk pengobatan tradisional terhadap penyakit. Sejak zaman dahulu, tumbuhan herbal berkhasiat obat sudah dimanfaatkan oleh masyarakat. Pengobatan tradisional terhadap penyakit tersebut menggunakan ramuan-ramuan dengan bahan dasar dari tumbuh-tumbuhan dan segala sesuatu yang berada di alam. Sampai sekarang, hal itu banyak diminati oleh masyarakat karena biasanya bahan-bahannya dapat ditemukan dengan mudah di lingkungan sekitar (Mulyani, 2016).

Tradisi meminum jamu telah diperkirakan ada sejak 1300 M dan merupakan minuman bersejarah. Jamu telah dikenal sebagai minuman obat alami untuk menjaga kesehatan, serta menyembuhkan berbagai penyakit. Jamu disajikan dalam berbagai bentuk, mengingat Indonesia memiliki tanaman herbal yang cukup banyak, salah satunya jamu herbal tradisional dalam bentuk cair, atau biasa

dikenal sebagai jamu gendong. Daerah yang ada di Indonesia sudah mengenal pengobatan tradisional yang memanfaatkan tanaman obat, salah satunya rempah-rempah. Pengobatan tradisional merupakan salah satu upaya untuk menanggulangi masalah kesehatan yang sudah dipercaya dari generasi-kegenerasi. Salah satu jenis pengobatan tradisional adalah jamu (Muslihati, 2021).

Pengobatan tradisional pada awalnya merupakan tradisi turun-temurun yang disampaikan secara lisan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Seiring dengan dikenalnya tradisi tulis di Indonesia, maka pengobatan tradisional yang awalnya merupakan *oral tradition*, akhirnya dituliskan. Sampai sekarang, tulisan-tulisan tersebut tersimpan di museum-museum dan perpustakaan-perpustakaan di Indonesia dan luar negeri. Tulisan tersebut dikenal dengan sebutan naskah atau manuskrip (Mulyani, 2016).

Bahan baku untuk pembuatan ramuan herbal ini cukup melimpah ketersediannya. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) menunjukkan bahwa di Indonesia terdapat 30.000 jenis tanaman herbal atau obat dari jumlah total 40.000 spesies yang ada diseluruh dunia. Tetapi di Indonesia baru memanfaatkan 180 spesies bahan baku, sehingga produksi jamu tradisional tidak bergantung pada bahan impor (Nurlaila, 2013). Di Indonesia, salah satu daerah yang memiliki produk jamu yang terkenal akan khasiatnya adalah Madura (Putri, 2021).

Jamu ramuan Madura memiliki karakteristik aroma yang khas dengan rasanya pahit segar. Masyarakat Pulau Madura khususnya di empat kabupaten yaitu Bangkalan, Sampang, Pamekasan dan Sumenep telah mengenal bahwa ramuan jamu Madura mempunyai khasiat dan bermanfaat bagi kesehatan. Jamu ramuan Madura yang sangat dikenal adalah ramuan Madura untuk kewanitaan. Jamu Madura ini dikenal sangat ampuh dalam menjaga kewanitaan serta kecantikan bagi kaum wanita. Hal ini dikuatkan dengan pendapat Muslimin, dkk (2009) yang mengemukakan bahwa jamu Madura dikenal dengan ramuannya yang sangat manjur untuk kesehatan, kecantikan dan keharmonisan hubungan suami istri.

Sumber daya alam yang dimiliki pulau Madura sangat potensial. Ditambah dengan adanya jembatan Suramadu yang dapat melancarkan akses pertanian sampai merata. Madura juga dikenal sebagai produsen jamu yang terkenal baik di dalam maupun diluar Madura. Jamu Madura memiliki potensi luar biasa sebagai produk agri non pangan selain garam, rumput laut, dan tembakau. Jamu Madura tidak hanya dikenal di dalam negeri, namun sudah merambah pasar di luar negeri (Nurlaila, 2013).

Zaman dahulu potensi pembuatan jamu dengan skala yang besar dapat dilakukan dengan tersedianya berbagai tanaman herbal. Namun seiring berjalannya waktu, tanaman herbal tersebut menjadi sulit ditemukan karena keengganan masyarakat untuk menanam dan merawatnya. Pengetahuan tentang tanaman herbal ini akan hilang lebih cepat dibandingkan hilangnya spesies tanaman herbal (Rifa'i, 2007).

Bahan baku untuk pembuatan Jamu Madura yang berasal dari Madura biasanya langsung dibeli di pasaran lokal setempat, dari petani langsung, dan petani yang mengantarkan bahan baku ke tempat produksi. Sedangkan bahan baku yang berasal dari luar Madura banyak yang dibeli dari toko bahan baku jamu yang banyak terdapat di Surabaya dan daerah luar Jawa lainnya. Adapun bahan baku yang berasal dari luar Jawa biasanya dibeli melalui pesanan. Tidak seluruh bahan baku Jamu Madura adalah hasil tanaman di Pulau Madura tetapi justru dari daerah lain, pelaku usaha rumahan yang khusus membuat Jamu biasanya membeli bahan baku di pedagang Surabaya (Nurlaila, 2013).

Keberlanjutan usaha Jamu Madura tergantung pada ketersediaan bahan baku, alat produksi, tenaga kerja, harga yang ditawarkan, pasar dan keuntungan. Adanya bahan baku, alat produksi dan tenaga kerja dapat menghasilkan produk jamu Madura, dan dapat menjual produk ke pasaran dengan harga yang sesuai dengan biaya produksi dapat menghasilkan profit atau keuntungan sehingga usaha tersebut dapat dilanjutkan (Nurlaila, 2013).

Faktor yang menyebabkan seseorang mengkonsumsi jamu tradisional yaitu faktor pribadi, faktor pemasaran produk, faktor sosial, faktor budaya, faktor psikologi, dan juga faktor harga produk. Faktor pribadi maksudnya adalah

mengkonsumsi jamu tradisional sebagai pilihan hidup dari individu dalam upaya memelihara dan menjaga kesehatan dirinya. Faktor pemasaran produk dapat mempengaruhi seseorang dalam mengonsumsi jamu dikarenakan iklan dan ketersediaan produk di tengah-tengah masyarakat (toko, warung, pedagang keliling). Sehingga masyarakat dapat memperoleh informasi mengenai produk dan dapat menimbulkan rasa percaya terhadap produk. Faktor sosial dalam pengkonsumsian jamu tradisional meliputi keluarga dan orang-orang sekitar. Jamu tradisional yang sudah menjadi sebuah tradisi ini dikenalkan dan disarankan melalui keluarga dan leluhur (Andriati, 2016).

Faktor budaya dapat mempengaruhi seseorang mengonsumsi jamu dikarenakan minum jamu dijadikan sebagai budaya dan kebiasaan yang diwariskan secara turun-menurun dari para leluhur, sehingga individu akan mengonsumsi jamu karena memang sudah terbiasa dengan kebiasaan dan tradisi tersebut. Faktor psikologi dalam pengkonsumsian jamu adalah individu mengalami jalan buntu (tidak sembuh) pada saat mengonsumsi obat farmasi (obat *modern*) sehingga beralih atau mengonsumsi jamu tradisional. Sedangkan faktor harga produk dapat mempengaruhi pengkonsumsian jamu tradisional dikarenakan masyarakat sebagai konsumen menginginkan harga yang terjangkau dengan kemasan jamu yang informatif, seperti berisikan manfaat, petunjuk pemakaian, dan komposisi bahan. Dari beberapa faktor diatas, menyatakan bahwa aspek budaya memegang peran penting dalam mengonsumsi jamu (Andriati, 2016).

Jamu Madura merupakan bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat terutama wanita Madura. Salah satu keistimewaan jamu Madura adalah diwariskan secara turun temurun antar generasi dan sudah menjadi identitas bagi masyarakat Madura. Selain itu, jamu Madura terkenal karena khasiatnya yang mumpuni. Jamu Madura dikenal dengan keampuhannya yang disebabkan karena kemujaraban, jamu Madura dianggap setara dengan jamu yang dikembangkan oleh para datu (orang yang ahli dalam ramu-ramuan) dan *dukon*, yang pada dasarnya menggunakan simplisia atau bahan penyusun ramuan yang serupa (Rifai,

2007). Ramuan Jamu Madura yang diperuntukkan pada wanita juga menjadi salah satu yang paling digemari masyarakat (Putri, 2021).

Khasiat jamu Madura sudah dikenal oleh masyarakat baik di dalam ataupun luar negeri. Hingga muncul ungkapan bahwa Madura dikenal sebagai 3S yaitu Sate, Sapi, dan Siti. Siti sebagai gambaran perempuan Madura. Makna siti jika dihubungkan dengan jamu adalah penggunaan jamu bagi perempuan Madura sangat penting terutama setelah mengandung dan proses melahirkan. Hal ini diharapkan dapat menjadikan otot-otot dan vagina yang sudah kendur kembali seperti semula (Nurlaila, 2013)

Walaupun di Madura ada ratusan variasi jenis jamu ini, namun hanya 11 yang tercatat sebagai minuman jamu ‘resmi’, dengan Galian Putri dan Sari Rapat sebagai jamu yang paling terkenal. Jamu Madura memiliki banyak klaim yang menjanjikan mengenai reproduksi wanita, namun ada tiga fungsi utama dari jamu ini yaitu: vagina yang lebih kencang, untuk mengatur siklus haid wanita, dan sebagai sebuah minuman untuk meningkatkan kesuburan wanita (Handayani dalam Putri, 2021).

Kebudayaan minum jamu mulai dilakukan terutama kepada anak perempuan saat pertama kali menstruasi. Pada saat itu anak perempuan akan diberi wewangian, dupa, dan juga jamu. Minum jamu merupakan kebudayaan masyarakat yang sudah mendarah daging, terutama keluarga yang memiliki darah biru (keturunan atau kerabat raja). Kebiasaan meminum jamu kebanyakan dilakukan oleh perempuan atau ibu dibandingkan laki-laki atau ayah. Seorang ibu yang memiliki anak perempuan akan membiasakan anaknya untuk meminum jamu sejak kecil. Sehingga jamu Madura menjadi identitas tersendiri bagi masyarakatnya dan menjadi produk hasil budaya yang diturunkan secara turun menurun (Nurlaila, 2013).

Remaja di Madura sudah dibiasakan minum jamu Madura sejak pertama kali menstruasi. Perempuan lebih sering meminum jamu dibandingkan laki-laki. Hal ini terjadi dikarenakan ada kaitan yang erat dengan siklus reproduksi perempuan yaitu sejak menstruasi hingga melahirkan. Di zaman dahulu, setiap keluarga di Madura mengajarkan anak perempuannya untuk minum

jamu sejak dini. Tepatnya saat pertama kali haid, perempuan Madura di ajarkan untuk minum *jhamo sere*. Bukan tanpa alasan, meminum jamu pada saat haid di percaya dapat mengurangi bau badan dan membuat aura wajah berseri. Menjelang pernikahan perempuan madura juga mengkonsumsi jamu. Hal ini dikarenakan agar setelah menikah kehidupan rumah tangga lebih harmonis. Biasanya jamu yang mereka konsumsi adalah jamu *empot-empot*, *sari rapet*, *ramuan manjakani*, dan *galian montok* (Mutmainnah, 2009).

Masyarakat tradisional Madura sudah mulai membiasakan anak-anaknya untuk meminum jamu. Anak-anak usia 4 sampai 5 tahun sudah diajarkan minum jamu seperti beras kencur. Dalam perjalanan historis jamu Madura, terdapat hal unik yaitu tidak memiliki sumber tertulis yang memuat komposisi atau formulasinya. Resep jamu Madura didapatkan dari orangtua, nenek, ataupun leluhur melalui lisan atau oral, warisan budaya ini disebarkan dari mulut ke mulut (Mudjijono, 2014).

Kepopuleran jamu Madura ini menyebabkan wanita Madura menjadi terkenal sebagai calon yang diidealkan untuk menjadi teman hidup (Rifai, 2007). Jamu Madura bagi perempuan Madura adalah sebagai salah satu bentuk pemenuhan konsep perempuan ideal dalam masyarakat Madura, yaitu perempuan yang melayani suaminya. Melayani suami menjadi realitas keseharian sebagian besar perempuan Madura, oleh karena itu mereka memfokuskan diri untuk menjadikan diri mereka “sesempurna” mungkin, termasuk membuat bagian reproduksi mereka dalam kondisi terbaik, tuntutan ini mengarah pada penciptaan dan pengonsumsi ramuan herbal lokal untuk tujuan peningkatan kinerja seksual (Mutmainnah, 2009).

Perempuan merupakan bagian penting dalam struktur masyarakat Madura karena menjadi simbol *prestise* dan kehormatan sebuah keluarga. Tak heran jika kemudian ia begitu banyak dilekatkan dengan berbagai kearifan lokal masyarakat setempat yang tumbuh berakar dari generasi-kegenerasi. Seperti halnya kearifan-kearifan lokal lain, kearifan lokal pada masyarakat Madura sedikitnya memiliki fungsi dan atau ciri sebagai penanda identitas sebuah komunitas, perekat kohesi sosial, unsur budaya yang tumbuh secara natural serta

pengarah pola pikir dan tingkah laku. Pada masyarakat Madura, kearifan lokal yang hidup di tengah-tengah masyarakat utamanya begitu kuat mengarahkan pola pikir dan tingkah laku sehingga eksistensinya tetap bertahan kendati masyarakat bukan tak mengenal berbagai pola pikir hingga gaya hidup yang terbilang baru (Mardhatillah, 2014).

Perempuan Madura sebagai simbol *prestise* memiliki kebudayaan yang terus dilestarikan yaitu budaya minum jamu Madura. Meminum jamu Madura adalah kebiasaan dan rutinitas yang dilakukan oleh perempuan Madura. Kebiasaan minum jamu bagi perempuan Madura merupakan tindakan yang dipilih dan digunakan untuk tujuan kesehatan atau pengobatan. Pilihan rasional dengan mempertimbangkan tujuan minum jamu adalah suatu nilai yang menjadikan tingkatan pilihannya. Perempuan Madura adalah perempuan yang dapat menjaga nilai-nilai sosial budaya masyarakat. Strategi dalam pemertahanan minum jamu bagi para perempuan Madura adalah dengan menjaga kualitas jamu (Mardhatillah, 2014).

Menjadi simbol *prestise* kadangkala juga memfasilitasi perempuan Madura untuk tampil secantik dan semenarik mungkin sebab baik keluarga maupun tunangan (atau suami) akan merasa malu jika anak, tunangan atau istri mereka berpenampilan terlalu sederhana atau tidak sama dengan orang kebanyakan. Tentu saja, fasilitas yang demikian setara dengan tantangan dan beban yang dipikul seorang perempuan sebagai simbol *prestise*. Ia diharuskan dapat menjaga kepercayaan dan nama baik keluarga maupun suaminya sebaik mungkin dengan cara menjaga perilaku, perkataan maupun sikap ketika bertemu dan berinteraksi dengan orang lain (Mardhatillah, 2014).

Dalam pemenuhan tuntutan tersebut Jamu Madura menjadi salah satu solusi yang dapat diambil, namun dalam proses pembelian jamu Madura harus memiliki ketertarikan terhadap produk tersebut. Jamu Madura begitu sangat diminati oleh pemakai jamu (Satriyati, 2019). Minat beli diperoleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi (Nugraha, 2013).

Minat beli adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen melakukan aktifitas dan memberikan pendapatnya mengenai suatu produk sebelum

memutuskan pembelian. Aspek yang terdapat dalam minat beli yaitu *attention* atau perhatian, ketertarikan, keinginan dan keyakinan. *Attention* yang diberikan konsumen terhadap suatu produk baik yang berbentuk barang atau jasa muncul akibat testimoni yang dilakukan oleh orang yang sudah lebih dulu mencobanya. Sehingga konsumen mendapatkan informasi mengenai produk tersebut. Kemudian ketika perhatian sudah mulai muncul, maka akan muncul ketertarikan, dimana konsumen akan merasa cocok dengan produk tersebut kecocokan ini melibatkan kualitas dan kuantitas produk tersebut. Berlanjut pada rasa ingin memiliki produk tersebut, muncul sebuah dorongan untuk memiliki produk tersebut karena dirasa sudah memiliki kecocokan. Setelah itu muncul rasa yakin untuk membeli produk. Konsumen akan berusaha meyakinkan dirinya sendiri untuk mengambil keputusan pembelian. Keyakinan ini muncul atas rasa percaya serta pengalaman dari konsumen (Lucas, 2003).

Konsumen menunjukkan kepuasan pada proses pembelian produk yang pertama, maka akan cenderung membeli produk tersebut secara berulang-ulang. Konsumen tidak perlu berpikir panjang untuk membeli lagi karena sudah merasa kenal dengan produk secara mendalam. Setelah merasakan khasiatnya dari mengkonsumsi jamu Madura, konsumen khususnya perempuan Madura akan menjadi semakin termotivasi untuk mengkonsumsinya lagi (Suryani, 2019).

Minat beli merupakan tahapan dimana konsumen membentuk pilihan mereka diantara beberapa merek yang tergabung dalam suatu perangkat pilihan kemudian pada akhirnya melakukan kegiatan pembelian pada suatu alternatif yang paling di sukainya atau proses yang dilalui konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang didasari oleh bermacam pertimbangan (Muslihati, 2021).

Minat beli adalah sebuah persepsi yang terbentuk dari proses belajar dan proses pemikiran dari pengalaman yang dialami sebelumnya. Dengan adanya minat beli, maka akan muncul motivasi atau dorongan yang terus direkam dan akhirnya menjadi sebuah keinginan kuat untuk mengaktualisasikan dirinya dengan memiliki barang tersebut. Menurut Keller, minat yang dimiliki konsumen adalah peluang atau kemungkinan si pembeli atau konsumen untuk melakukan pembelian pada produk ataupun merek dan juga kemungkinan untuk berpindah ke merek

lain. Menurut Assael, minat beli adalah perilaku pembelian yang dilakukan terhadap suatu merek. Thamrin mengungkapkan minat beli termasuk kedalam komponen perilaku konsumen (Putra, 2017).

Purchase intention merupakan perilaku yang ditampilkan oleh individu dalam *stage evaluation of alternatives*. Dalam pemilihan sejumlah alternatif konsumen akan mengevaluasi sejumlah merek dalam satu kategori produk yang dinilai mampu memecahkan masalahnya. Beberapa konsumen akan mungkin membeli merek tertentu karena mereka merasa merek yang merek pilih tersebut menawarkan beberapa fitur yang sesuai dengan kebutuhan, kualitas dan memiliki sisi emosional dengan konsumen (Mardalena, 2018).

Menurut Mulyadi (2015), pengertian minat adalah kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Manusia sebagai pembeli produk pasti menggunakan berbagai pertimbangan dalam membeli atau tidak membeli suatu produk tertentu. Misalnya manfaat barang atau jasa yang dibeli, jangka waktu manfaat tersebut, pemuasan kebutuhan mana yang ingin dipuaskan, apakah yang bersifat primer, sekunder atau bahkan tersier. Minat beli dibentuk oleh pengaruh, sikap konsumen terhadap suatu produk dan keyakinan mereka atas kualitas, dalam hal ini pemasar harus mengerti keinginan konsumen. Minat beli konsumen yaitu sikap, minat dan tindakan yang dilakukan konsumen dalam proses pengambilan keputusan dan merencanakan pembelian terhadap sejumlah merek. Minat konsumen sangat dipengaruhi oleh karakteristik produk pemilihan terhadap manfaat dari suatu produk dan harga yang ditentukan oleh pemasar.

Menurut Belopa (2015) minat beli dibentuk dari sikap konsumen terhadap produk yang terdiri dari kepercayaan terhadap merek dan evaluasi merek, terdapat dua tahap sehingga muncul minat untuk membeli, yaitu tahap kepercayaan terhadap produk yang diinginkan, dan kemampuan untuk membeli produk. Konsumen atau pelanggan biasanya mempunyai kebiasaan untuk berbagi informasi dengan teman-teman mereka tentang produk-produk yang menurut persepsi mereka mempunyai nilai yang tinggi, data di atas menunjukkan bahwa produk yang dibeli tidak memenuhi harapan pelanggannya, sehingga sering terjadi

referensi negatif yang muncul, hal ini perlu diperhatikan oleh perusahaan sebab konsumen lebih berminat untuk menceritakan pengalaman negatif dari pada pengalaman positif mereka.

Jamu merupakan bagian dari pengobatan tradisional yang masih menjadi pengobatan *alternative* yang masih di gemari masyarakat Indonesia dalam mengobati berbagai macam penyakit. Pada zaman dahulu ramuan jamu menggunakan bahan-bahan yang mudah dijumpai dan masih segar karena langsung diambil dari kebun atau halaman rumah. Namun, saat ini masyarakat jarang sekali yang menanam tumbuh-tumbuhan yang berpotensi menjadi tanaman herbal. Terbatasnya lahan dan proses yang lama serta kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai tanaman herbal menjadi faktor utama minat masyarakat terhadap jamu berkurang (Zulaikha, 2021).

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa terdapat beberapa faktor penyebab budaya jamu mulai ditinggalkan oleh masyarakat yaitu menganggap penggunaan pengobatan tradisional seperti jamu tidak praktis dan kurang teruji taraf keefektifitasnya. Hal ini dikarenakan penggunaan jamu hanya berdasarkan pandangan atau kepercayaan yang turun-menurun oleh keluarga atau saran-saran yang berasal dari orang terdekat seperti tetangga serta sahabat sehingga beberapa pengguna yang masih bertahan menggunakannya (Zulaikha, 2021).

Banyaknya proses dalam langkah pembuatan jamu mulai dari pemilihan bahan baku hingga resep atau aturan dalam pembuatannya yang masih belum teruji secara medis baik mutu dan keamanan dalam penggunaannya, yang membuat jamu menjadi kurang diminati sehingga budaya melemah di kalangan masyarakat. Selain itu beberapa faktor pendukung melemahnya budaya jamu yaitu suplemen instan lebih digemari. Semakin cepatnya laju perkembangan teknologi saat ini, serta semakin bertambahnya jumlah penduduk yang lebih *modern*, membuat masyarakat pengguna pengobatan tradisional semakin berkurang termasuk penggunaan jamu di masyarakat mulai mengalami penurunan. Kondisi ini terjadi disebabkan oleh kecenderungan masyarakat saat yang lebih berminat kepada obat-obatan kimia karena lebih praktis dari pada jamu tradisional. Salah satunya seperti penggunaan suplemen instan sebagai pengganti jamu (Widiyanti, 2005).

Di Indonesia, penggunaan suplemen instan termasuk kedalam kategori makanan dan terdaftar sebagai obat tradisional (Ramadani, 2007). Hasil data di lapangan menunjukkan masyarakat memiliki persepsi suplemen memiliki fungsi yang sama dan terkesan jauh lebih efektif dan terjamin keamanannya serta mutu dalam suplemen instan. Oleh karena itu, penggunaan jamu mulai ditinggalkan dan diganti dengan suplemen instan (Zulaikha, 2021).

Hal ini juga terjadi pada penggunaan suplemen makan instan sebagai pengganti budaya jamu sebagai obat. Berdasarkan data hasil observasi di lapangan memperlihatkan bahwa suplemen makan instan lebih digemari karena harganya terjangkau, tersedia berbagai macam rasa dan mencerminkan perilaku kesehatan yang lebih *modern*. Kondisi tersebut secara umum mencerminkan masyarakat *modern* saat ini yang cenderung menyukai jenis makanan yang instan, praktis dan siap saji serta mengandung beragam zat yang kurang baik bagi tubuh (Zulaikha, 2021).

Orang zaman dulu lebih akrab dengan jamu dari pada dengan suplemen instan karena dirasa alami dan masih terbatasnya pengetahuan dan fasilitas kesehatan. Selain itu masih banyaknya tumbuhan-tumbuhan untuk meracik jamu yang ditanam disekitar rumah menjadi faktor jamu sangat eksis digunakan pada zaman dahulu. Masyarakat cenderung masih terpaku dengan obat-obatan tradisional seperti jamu dalam menangani masalah. Namun seiring dengan majunya perkembangan teknologi dalam medis, banyak munculnya industri pembuatan suplemen. Penggunaan suplemen instan banyak digunakan oleh masyarakat saat ini karena penyajiannya praktis, pilihan dipasaran beragam, dan harga yang ditawarkan cukup terjangkau baik dikalangan kelas atas atau pun kelas bawah. Semua ada zat-zat yang diperlukan ada dalam satu paket dalam suplemen makan instan, sehingga suplemen tersebut banyak digemari oleh masyarakat. Suplemen instan saat ini banyak tersedia dengan berbagai macam rasa dan bentuk yang menarik, mulai dari suplemen makan berbentuk permen, kapsul, maupun sirup (Zulaikha, 2021).

Biasanya generasi saat inilah yang menyukai suplemen dibandingkan dengan jamu tradisional. Generasi saat ini yang tergolong pada dewasa awal

dengan rentang usia 20-an sampai 30-an mulai membentuk kemandirian pribadi dan ekonomi. Memandang bahwa proses pembuatan jamu memerlukan waktu yang lama dan tidak efisien, serta kurang suka dalam mengkonsumsi jamu karena rasanya yang tidak sesuai selera. Berbeda dengan suplemen yang tidak memiliki rasa namun mengandung banyak vitamin (Nurlaila, 2013).

Kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai resep pembuatan jamu pada pembahasan sebelumnya sudah di jelaskan mengenai bahan baku yang digunakan dalam pembuatan ramuan jamu. Namun pada setiap keluarga atau peramu yang membuat jamu memiliki berbagai macam versi masing-masing resep ramuan jamu yang sesuai dengan kepercayaan dan ajaran dari generasi sebelumnya. Hal demikian disebabkan karena pengetahuan tentang pembuatan ramuan jamu pada umumnya tidak diajarkan secara pasti pada pendidikan formal, melainkan hanya diperoleh dari pengalaman pribadi dan resep turun-temurun dari orang tua. Resep pembuatan jamu pada setiap peracik atau peramu memiliki takaran dan bahan baku yang berbeda beda yang sesuai dengan tingkat pengetahuan peramu tersebut. Racikan ramuan jamu biasanya menggunakan bahan baku empon-empon mulai dari yang sederhana hingga paling kompleks. Empon-empon adalah sebutan untuk tanaman-tanaman herbal yang biasanya digunakan untuk bahan baku pembuatan jamu. Penggunaan bahan baku alami seperti empon-empon ini dianggap memiliki efek samping yang minim dari pada obat-obatan kimiawi (Pahandayani, 2014).

Meskipun begitu banyak masyarakat yang meninggalkan budaya minum jamu karena dikarenakan kurang pengetahuan masyarakat tentang pembuatan, aturan pakai, dan dosis yang pasti dalam penggunaan jamu. Dengan demikian jika dalam proses peracikan ramuan jamu, peramu tidak mengetahui secara pasti takaran bahan baku dan kandungan khasiat di setiap bahan baku maka akan sangat berbahaya apabila dikonsumsi (Zulaikha, 2021).

Tak adanya regenerasi pada produsen jamu juga turut mendukung faktor melemahnya budaya jamu di masyarakat. Dimana biasanya produsen jamu atau peracik jamu sudah jarang sekali mewariskan pada generasi selanjutnya. Kegiatan produksi jamu peracikan jamu pada saat ini dipandang kurang menguntungkan dari segi ekonomi. Penggunaan pengobatan tradisional jamu yang sudah dianggap

kuno bagi generasi muda saat ini, sehingga mereka kurang minat dalam mempelajari racikan obat-obatan tradisional seperti jamu ini (Zulaikha, 2021).

Penelitian terdahulu yang dikemukakan oleh Rosdiana (2018) mengemukakan bahwa minat beli sebagian besar dipengaruhi oleh kepercayaan konsumen itu sendiri, untuk dapat menarik minat beli konsumen penjual harus mampu menumbuhkan serta meningkatkan kepercayaan konsumennya. Penelitian ini memiliki variabel yang sama dengan penelitian yang akan dilakukan, namun terdapat hal yang membedakan dengan penelitian ini adalah fokus penelitian Rosdiana (2018) adalah pada kepercayaan konsumen (*consumer belief*), sedangkan penelitian ini berfokus pada kepercayaan terhadap produk atau merek (*brand trust*).

Kepercayaan pada merek (*brand trust*) adalah persepsi terhadap suatu merek yang menjadikan konsumen merasa aman terhadap merek tersebut. Kepercayaan konsumen didefinisikan sebagai kesediaan satu pihak untuk menerima resiko dari tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan penting untuk pihak yang mempercayainya, terlepas dari kemampuan untuk mengawasi dan mengendalikan tindakan pihak yang dipercaya. Kepercayaan terjadi ketika seseorang yakin dengan reliabilitas dan integritas dari orang yang dipercaya (Rosdiana, 2018).

Suatu merek haruslah memberi cerminan yang baik dari suatu produk. Kotler menyebutkan terdapat beberapa manfaat merek bagi produsen atau penjual yaitu, memberi kemudahan pada proses pemesanan dan pencarian produk sehingga menarik konsumen atau pelanggan. Merek juga berperan dalam segmentasi pasar serta memberikan citra terhadap suatu produk, termasuk dalam peluncuran merek-merek baru (Nurfadila, 2015).

Kepercayaan konsumen pada merek atau *brand trust* memiliki dua dimensi yang menjadi tolak ukur yaitu dimensi viabilitas dan dimensi intensionalitas. Dimensi viabilitas dapat diartikan sebagai bentuk persepsi yang dimiliki konsumen dimana konsumen merasa suatu merek dapat memberi kepuasan dan memenuhi kebutuhan dan *value* yang dimilikinya. Dimensi viabilitas memiliki dua indikator yaitu kepuasan dan nilai (*value*). Sedangkan dimensi intensionalitas

memiliki arti cerminan dari perasaan konsumen yang merasa aman terhadap suatu merek. Lebih lanjut dimensi intensionalitas dapat diukur melalui 2 indikator yaitu *security* dan *trust* (Kustini, 2011).

Konsumen suatu produk meyakini apabila suatu merek atau produk mampu memberikan kepuasan dan pemenuhan kebutuhan dan *value* konsumen. Para perempuan Madura yang mengkonsumsi jamu Madura sebelumnya sudah mampu memprediksi adanya manfaat dari jamu Madura sehingga akan mengkonsumsinya lagi. Setelah mengkonsumsi jamu Madura akhirnya khasiatnya terbukti sehingga dari pengalaman tersebut konsumen mendapatkan kepuasan pada apa yang dibelinya dari produsen jamu Madura (Kustini, 2011).

Kepercayaan terbangun karena adanya harapan bahwa pihak lain akan bertindak sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Ketika seseorang telah mempercayai pihak lain maka mereka yakin bahwa harapan akan terpenuhi dan tak akan ada lagi kekecewaan. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa jika konsumen merasa aman dengan suatu merek maka hal itu akan membuat konsumen memiliki kepercayaan yang positif terhadap merek tersebut sehingga hal tersebut akan mempertinggi probabilitas pembelian produk kembali (Belopa, 2015).

Salah satu yang menjadi faktor masyarakat Madura khususnya perempuan Madura percaya terhadap jamu Madura adalah khasiat jamunya. Kepercayaan masyarakat ini yang sebenarnya menjaga mutu jamu itu sendiri, walaupun khasiat jamu Madura belum dapat dibuktikan di laboratorium. Ciri khas yang dimiliki jamu Madura, yaitu aromanya yang tajam terutama pada jamu yang berbentuk serbuk. Aroma yang tajam ini dipengaruhi oleh proses pembuatannya yang melibatkan bahan-bahan yang beraroma tajam juga, seperti majakan, cengkeh, masoyi, dan kayu manis. Jamu yang berbentuk serbuk dengan aroma yang tajam ini dianggap lebih unggul khasiatnya dibandingkan dengan jamu dengan bentuk lain, sehingga hal ini menjadi ciri khas dari jamu Madura (Handayani, 2003).

Konsumen produk atau merek ini mewakili perasaan aman dari dalam dirinya pada suatu produk atau merek karena dapat diandalkan sebagai tempat untuk bergantung atas kebutuhan individu. Perempuan Madura percaya bahwa

jamu Madura akan selalu memberikan manfaat hubungan seksual dalam rumah tangga untuk seterusnya sehingga mereka akan mengkonsumsi secara rutin. Individu percaya bahwa suatu produk akan selalu menjaga dan memenuhi kebutuhan individu tersebut sehingga menimbulkan kepercayaan dalam dirinya pada produk tersebut (Kustini,2011)

Semakin tinggi seseorang percaya terhadap khasiat ramuan jamu tradisional Madura, maka hubungan seksualnya akan semakin tinggi dilakukan. Kepercayaan ini didapatkan dengan adanya harapan bahwa suatu merek atau produk ini sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Sehingga apabila seseorang sudah memiliki kepercayaan terhadap suatu merek artinya konsumen sudah yakin bahwa merek tersebut dapat memenuhi harapannya tanpa ada kekecewaan. Kepercayaan pada khasiat jamu Madura menjadikan masyarakat terus melestarikan dan menjaga kerahasiaan resep agar keturunannya dapat ikut merasakan warisan leluhur ini. Selain itu sosialisasi kepada orang-orang terdekat juga sebagai upaya pelestarian minuman herbal warisan leluhur (Handayani, 2003).

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk meneliti sejauh mana kepercayaan masyarakat pada khasiat jamu Madura dapat mempengaruhi minat beli jamu pada perempuan Madura. Untuk itu penulis melakukan penelitian dengan judul: “Pengaruh Kepercayaan Khasiat Jamu Madura Terhadap Minat Beli Jamu Pada Perempuan Madura”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka dapat dirumuskan masalah, yaitu adakah pengaruh kepercayaan khasiat jamu perempuan Madura terhadap minat beli jamu pada perempuan Madura?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan diadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepercayaan khasiat jamu perempuan Madura terhadap minat beli jamu pada perempuan Madura.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini ada dua yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan referensi dan pengembangan ilmu pengetahuan bidang psikologi, khususnya Psikologi Wanita, Psikologi Keluarga, dan Psikologi Budaya Madura.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Subjek

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan dan wawasan mengenai jamu Madura sehingga dapat meningkatkan kepercayaan pada khasiat jamu dan minat beli.

b. Bagi Masyarakat

Melalui kajian ini diharapkan dapat menjadi bahan bacaan dan diskusi yang bisa menambah wawasan mengenai manfaat dan khasiat dari jamu Madura sehingga dapat meningkatkan minat beli pada masyarakat.

c. Bagi Dinas Terkait (Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah)

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dalam meningkatkan minat beli jamu Madura pada masyarakat.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi sumber referensi dan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan studi mengenai kepercayaan (*trust*) dan minat beli jamu Madura.