

Preferensi Konsumen Jamu Kunyit di Kecamatan Nagrak

Rina Huliana

Prodi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Sukabumi

*email korespondensi : rinahuliana27@ummi.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the preferences of turmeric herbal medicine for Sukabumi consumers. The type of research used is quantitative research. There were 50 respondents involved in this study. The variables studied included respondents' gender, age, latest education, occupation, income/month and product attributes (taste, aroma, benefits, package size, and price) that are preferences. Based on the results of the study, it is known that consumer preferences for purchasing turmeric herbal medicine vary. This is due to the fact that most consumers are millennials who apply life back to nature.

Keywords: preferences, jamu kunyit, consumers

ABSTRAK

Tujuan penelitian untuk mengetahui preferensi konsumen jamu kunyit. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Responden yang dilibatkan sebanyak 50 orang. Variabel yang diteliti meliputi jenis kelamin responden, usia, Pendidikan terakhir, pekerjaan, pendapatan/bulan dan atribut produk (rasa, aroma, manfaat, ukuran kemasan, harga) yang menjadi preferensi. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa bahwa preferensi konsumen terhadap pembelian jamu kunyit bervariasi. Hal ini disebabkan oleh sebagian besar konsumen adalah generasi milenial yang menerapkan hidup kembali ke alam.

Kata kunci: preferensi, jamu kunyit, konsumen

PENDAHULUAN

Jamu, sebuah warisan budaya yang telah diwariskan secara turun-temurun, menjadi kebanggaan Indonesia dalam pengembangannya. Indonesia memiliki keistimewaan dalam mengembangkan jamu karena memiliki 9.600 jenis tanaman obat yang dapat menjadi bahan dasarnya. Menurut penelitian *Ethnobotany* yang dilakukan oleh Wardah dan Sundari pada masyarakat Dayak, sekitar 18,26% dari total tumbuhan yang ditemukan adalah tanaman obat yang dapat diolah menjadi jamu (Wardah & Sundari, 2019). Jamu tradisional memiliki beragam varian, seperti kunyit, temulawak, beras kencur, sirih pinang, dan lain-lain. Diantara varian-varian tersebut, jamu kunyit menjadi favorit banyak orang karena manfaat yang signifikan yang diberikannya. Jamu telah lama digunakan sebagai obat tradisional oleh masyarakat Indonesia, dan kunyit sendiri mengandung komponen bioaktif yang memiliki sifat antioksidan, yang telah terbukti secara ilmiah (Ummah & Hayati, 2022). Kunyit telah menjadi salah satu komoditas biofarmaka yang populer digunakan sebagai bumbu masak oleh masyarakat dan sebagai bahan baku dalam pembuatan obat dari bahan alam di industri tanaman obat. Peningkatan produksi kunyit dari tahun 2016 ke 2017 telah memberikan dukungan penting bagi industri obat dari bahan alam serta memastikan ketersediaan kunyit yang memadai di pasar (Novita et al., 2020).

Pada suatu periode, minuman herbal mengalami tantangan dalam perkembangannya ketika minat masyarakat terhadap jamu menurun seiring dengan pesatnya kemajuan ilmu pengetahuan kedokteran dan prevalensi metode pengobatan yang mengandalkan obat-obatan kimia. Namun, situasi ini tidak berlangsung lama, karena seiring berjalannya waktu, terjadi perubahan di mana masyarakat mulai beralih kembali menggunakan herbal (jamu) sebagai alternatif pengobatan. Situasi pandemi Covid-19 yang mulai merebak di Indonesia sekitar Maret 2019, mengakibatkan peningkatan signifikan dalam penggunaan rempah-rempah sebagai bagian dari perawatan kesehatan (Dukut, 2020).

Satu hal yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian adalah Atribut produk (Aditi & Hermansyur, 2018). Produk dengan atribut yang menarik pasti akan membangkitkan minat pembelian dari konsumen. Atribut produk ini pada akhirnya akan memberikan manfaat yang menguntungkan bagi konsumen. Karena itu, atribut produk menjadi salah satu pertimbangan bagi konsumen yang tertarik pada suatu produk dan memutuskan untuk membelinya (Setyanto, 2017). Penelitian sebelumnya menjelaskan atribut yang sering diperhatikan oleh konsumen jamu meliputi atribut bentuk, rasa, aroma, dan tekstur. Atribut bentuk merupakan bentuk produk, sedangkan atribut rasa merupakan penggunaan penciuman untuk menentukan cita rasa dari setiap produk pedas (jamu), baik manis, pahit, mentol atau mint, dan rempah-rempah yang lebih dominan. Selain itu ada pula atribut aromatik yaitu menggunakan penciuman untuk mengetahui aroma setiap produk pedas (jamu), baik yang berbau kuat maupun tidak.

Kemudian atribut tekstur yang merupakan hakikat atau keberadaan tumbuhan obat tersebut meliputi tekstur kental dan berair. Kemudian atribut harga merupakan nilai nominal dalam rupiah suatu produk rempah (jamu), apabila produk tersebut mempunyai nilai yang relatif murah atau tinggi (Harti, 2022). Konsumen akan memilih untuk membeli produk yang memiliki atribut yang sesuai dengan preferensi mereka. Oleh sebab itu, pelaku usaha harus memperhatikan atribut produk yang dianggap penting oleh konsumen agar sesuai dengan preferensi mereka, sehingga dapat mendorong terjadinya keputusan pembelian. (Pamartha, 2016). Dengan memahami preferensi konsumen, perusahaan dapat mengembangkan strategi yang tepat untuk menanggapi kebutuhan konsumen, sambil menggunakannya sebagai strategi untuk membedakan diri dari pesaingnya. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengenali karakteristik konsumen dan menganalisis seberapa pentingnya atribut-atribut yang menjadi preferensi jamu kunyit konsumen Sukabumi.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif. Adapun penelitian ini dilakukan pada bulan Januari – February 2024 dan tempat penelitian ini di Sukabumi. Dengan menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui wawancara sebanyak 50 responden jamu kunyit dan data sekunder diperoleh dari berbagai literatur terkait yang bersumber dari penelitian terdahulu yaitu jurnal, prosiding, artikel, dan sumberlainnya yang menunjang penelitian. Variabel yang akan diteliti yaitu usia responden, jenis kelamin, Pendidikan terakhir, pekerjaan, dan atribut jamu kunyit. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, dimana pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan bahwa sampel tersebut memenuhi kriteria tertentu sesuai dengan topik penelitian. Untuk mengetahui atribut-atribut yang menjadi preferensi konsumen dalam keputusan pembelian jamu digunakan analisis *Chi-Square* untuk mengetahui apakah ada hubungan yang bermakna antara karakteristik responden (misalnya jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, pendapatan) dengan atribut produk (seperti rasa, aroma, manfaat, ukuran kemasan, dan harga) yang memengaruhi keputusan pembelian dengan perangkat lunak IBM SPSS. Analisis ini merupakan analisis statistik untuk mengetahui signifikansi perbedaan proporsi objek penelitian.

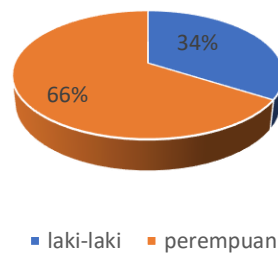
HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Konsumen Jamu Kunyit di Sukabumi

Karakteristik Konsumen merupakan ciri-ciri individu dalam melakukan tindakan, meyakini sesuatu yang dapat mempengaruhi preferensi konsumen terhadap suatu produk. Pada penelitian ini, karakteristik konsumen yang dipertimbangkan yaitu: jenis kelamin, usia, Pendidikan terakhir, jenis pekerjaan dan pendapatan.

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data menunjukkan bahwa 66% dari wanita telah membeli dan menggunakan jamu, sementara hanya 34% dari laki-laki yang melakukannya. Ini menandakan bahwa wanita cenderung lebih konsumtif, terutama dalam konteks produk-produk kesehatan, kecantikan, dan penampilan. Temuan ini sejalan dengan teori Abraham Maslow yang dikutip (Ekadipta & Ariyanto, 2018) yang menyatakan bahwa manusia secara alami cenderung mencari pemenuhan kebutuhan mereka, yang dapat memicu motivasi untuk mencapai keinginan mereka.

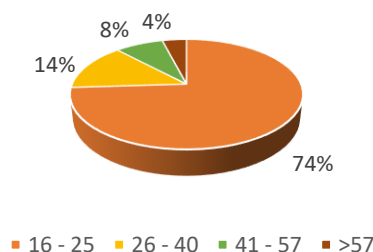


Sumber: Data Primer diolah, 2024

Gambar 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Dari segi usia, sebanyak 74% dari responden yang membeli dan menggunakan produk tersebut adalah generasi milenial yang berusia antara 16 hingga 25 tahun. Ini menandakan peluang bagi produsen jamu kunyit untuk mengembangkan produk mereka.

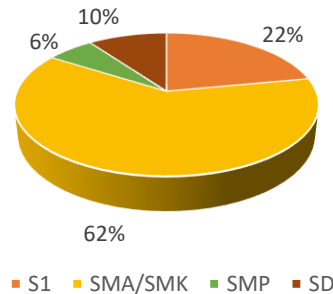


Sumber: Data Primer diolah, 2024

Gambar 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan karakteristik Pendidikan terakhir yang ditempuh 62% dari responden memiliki latar belakang pendidikan sekolah menengah atas atau kejuruan. Ini sejalan dengan usia mayoritas responden yang tergolong dalam kategori milenial.

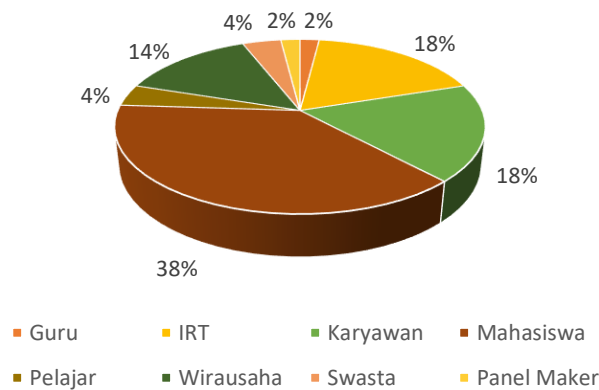


Sumber: Data Primer diolah, 2024

Gambar 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Dari data karakteristik pekerjaan responden, ditemukan bahwa 38% dari mereka bekerja di sektor mahasiswa. Persentase terkecil adalah untuk profesi Guru dan Panel Maker, yaitu 2%. Dari gambar 4, terlihat bahwa 38% responden adalah mahasiswa. Mereka merupakan bagian dari generasi milenial yang menganggap penggunaan jamu sebagai gaya hidup yang mengembalikan ke alam.

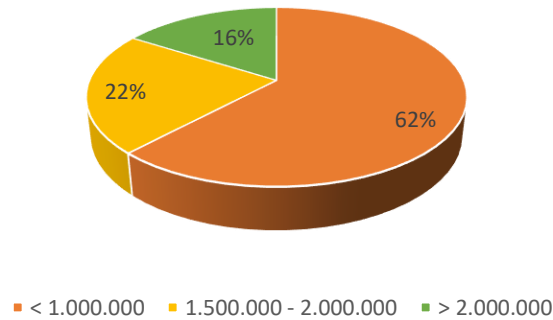


Sumber: Data Primer diolah, 2024

Gambar 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Dilihat dari data karakteristik pendapatan, rata-rata penghasilan responden berada di bawah Rp. 1.000.000 per bulan. Kondisi ini terjadi karena mayoritas responden masih merupakan mahasiswa dan belum memiliki penghasilan tetap setiap bulannya.



Sumber: Data Primer diolah, 2024

Gambar 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Atribut yang menjadi Pertimbangan Konsumen Jamu Kunyit

Profil produk dapat dilihat dari atribut-atribut yang dimilikinya. Atribut-atribut ini dianggap penting oleh konsumen dalam menentukan keputusan pembelian suatu produk. Beberapa atribut yang menjadi fokus dalam penelitian ini mencakup rasa, aroma, manfaat, ukuran kemasan, dan harga.

Rasa

Citarasa makanan mencakup aspek penampilan, aroma, rasa, tekstur, dan suhu. Hal ini berperan penting dalam sebuah rumah makan. Identitas unik dari cita rasa yang ditawarkan oleh sebuah restoran akan menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan (Claudia, 2021). Menurut Sari, (2010), Rasa pada makanan sangat ditentukan oleh komposisi produk tersebut. Kunyit memiliki rasa yang hangat dan pahit, yang cenderung lebih kuat daripada jahe. Meskipun kunyit memiliki rasa pahit, namun juga memberikan sensasi hangat yang khas serta sedikit rasa pedas pada lidah (Salim, 2023).

Aroma

Aroma adalah kesan bau yang berasal dari produk makanan. Respons terhadap aroma ini terjadi ketika senyawa-senyawa yang mudah menguap dari makanan memasuki rongga hidung dan dikenali oleh sistem penciuman (Kemp et al., dalam Santosa, 2018). Mengukur aroma adalah tugas yang rumit dan sering kali menghasilkan pendapat yang beragam dalam menilai kualitasnya, terutama ketika mencakup aroma khas seperti aroma "langu" pada kunyit. Aroma "langu" ini dihasilkan oleh senyawa polifenol dan katekin yang menguap selama proses pengeringan, terutama pada suhu pengeringan tertentu (Laelasari, 2015). Sesuai pendapat Nurhafnita, (2021) yang mengatakan bahwa semakin banyak ekstrak kunyit yang dimasukkan, semakin meningkatkan bau kunyit dalam minuman susu jagung, yang menyebabkan minuman tersebut kurang diminati. Menurut Tazakka Aj-Juwita & Kusnadi, (2015) Variabel lain yang bisa memengaruhi aroma termasuk mutu bahan aroma, suhu, komposisi aroma, kekentalan makanan, interaksi alami antara komponen, serta unsur-unsur gizi dalam makanan seperti protein, lemak, dan karbohidrat.

Atribut Manfaat

Kunyit mengandung kurkumin dan nutrisi lainnya. Kondisi tersebut membuat kunyit bermanfaat untuk Kesehatan. Berdasarkan hasil penelitian Febriawan, (2020) Ini menunjukkan bahwa kunyit mengandung beberapa senyawa aktif, termasuk kurkumin. Senyawa ini bermanfaat bagi penderita diare karena efek

antibakterinya. Arifatuzzahroh, (2020) menyatakan bahwa Kunyit telah terbukti memiliki manfaat kesehatan yang meliputi:

1. Mengurangi gejala alergi kulit dengan menghambat aktivitas protein yang menyebabkan peradangan dan mencegah alergi.
2. Meredakan peradangan.
3. Mengatasi gangguan pencernaan dan konstipasi, serta mengobati maag dengan mengurangi luka di lambung atau infeksi yang muncul saat kambuh.
4. Dapat mengurangi rasa sakit saat menstruasi dengan membuat kontraksi otot rahim menjadi lebih santai.
5. Membantu menurunkan berat badan jika dikonsumsi secara rutin dalam jangka Panjang.
6. Mengatasi kanker dengan menghambat pertumbuhan pembuluh darah baru dan kematian sel dalam penyebaran kanker.
7. Bersifat anti-tumor.
8. Antioksidan adalah molekul yang bisa menetralkan radikal bebas.
9. Khasiat daun kunyit terhadap diabetes termasuk dalam menurunkan kadar gula darah.

Ukuran Kemasan

Ukuran kemasan makanan adalah salah satu faktor penting dalam industri makanan. Kemasan yang sesuai dapat mempengaruhi biaya produksi, transportasi, dan penyimpanan, serta memengaruhi pengalaman konsumen. Ukuran kemasan menjadi kriteria terpenting yang menentukan apakah kemasan tersebut dapat digunakan sesuai dengan fungsinya dan kebutuhannya. Jika kemasan lebih kecil dari isi, maka kemasan tersebut tidak dapat digunakan karena tidak cukup muat. Oleh karena itu, ukuran menjadi faktor pertama yang diperhatikan saat membeli atau memesan kemasan secara online.

Harga

Harga memainkan peran kunci dalam menentukan preferensi pembeli. Harga adalah satu-satunya aspek dari bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sementara unsur-unsur lainnya menyebabkan biaya. Menurut Orlando & Harjati, (2022). Harga sering dianggap sebagai penunjuk nilai ketika dilihat dalam konteks manfaat yang diterima dari suatu produk atau layanan. Pada level harga tertentu, jika konsumen merasakan manfaat yang lebih besar, maka nilai dari produk tersebut juga akan meningkat. Demikian juga, pada level harga yang sama, nilai dari suatu barang atau layanan akan meningkat sejalan dengan peningkatan manfaat yang dirasakan oleh konsumen. Menurut Kartika, (2017) Harga memainkan peran utama dalam menentukan segmen pasar yang menjadi target dalam penjualan produk. Proses penetapan harga sebenarnya cukup rumit dan menantang, jauh dari sekedar kegiatan yang mudah. Menetapkan harga suatu produk memerlukan pendekatan yang terstruktur, yang melibatkan penetapan tujuan dan pengembangan struktur penetapan harga yang sesuai.

Preferensi Konsumen Terhadap Atribut-Atribut Jamu Kunyit

Preferensi responden terhadap jamu kunyit mencerminkan apakah seseorang menyukai atau tidak menyukai produk jamu yang mereka konsumsi. Preferensi ini bervariasi antara satu responden dengan yang lainnya. Analisis Chi Square digunakan untuk menganalisis preferensi responden terhadap jamu kunyit Sukabumi. Preferensi konsumen di Sukabumi terhadap jamu kunyit dapat dilihat dari frekuensi konsumen yang memilih atribut-atribut yang diteliti, seperti rasa, aroma, manfaat, ukuran kemasan, dan harga. Hasil dari

analisis *Chi Square* dapat mengungkap preferensi konsumen terhadap jamu kunyit Sukabumi, yang direpresentasikan dalam bentuk tabel.

Tabel 1. Hasil Analisis *Chi-Square*

	Rasa	Aroma	Manfaat	Ukuran Kemasan	Harga
Chi-Square(a,b)	1,691	3.209	0,006	0,220	10,450
Df	2	1	1	1	7
Asymp. Sig.	0,429	0,073	0,941	0,693	0,164

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Tabel 1 menunjukkan bahwa semua atribut yang diamati dalam penelitian ini berbeda nyata, yang berarti bahwa nilai $Sig > \alpha$ (0,05) maka H_1 ditolak, karena dari lima atribut yang diamati, nilai $Sig > \alpha$ (0,05) Artinya, tidak terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut (aroma, rasa, ukuran kemasan, manfaat dan harga) yang ada pada jamu kunyit.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi konsumen terhadap pembelian jamu kunyit di Kecamatan Nagrak bersifat beragam, namun secara statistik tidak terdapat perbedaan yang signifikan terhadap atribut produk yang diteliti. Berdasarkan hasil analisis Chi-Square, seluruh atribut yang meliputi rasa, aroma, manfaat, ukuran kemasan, dan harga menunjukkan nilai *Asymp. Sig.* $> 0,05$, sehingga H_1 ditolak. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen memiliki tingkat penerimaan yang relatif sama terhadap seluruh atribut produk jamu kunyit. Selain itu, temuan penting lainnya adalah mayoritas konsumen berasal dari kelompok generasi milenial yang memiliki kecenderungan menerapkan pola hidup kembali ke alam (*back to nature*), sehingga memilih jamu kunyit sebagai produk konsumsi kesehatan. Dengan demikian, keputusan pembelian jamu kunyit lebih dipengaruhi oleh kesadaran terhadap manfaat alami produk dibandingkan oleh perbedaan karakteristik atribut secara spesifik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada para responden, khususnya konsumen jamu, yang telah bersedia meluangkan waktu, memberikan jawaban, serta berbagi pengalaman dan informasi yang sangat berharga. Kontribusi tersebut menjadi bagian penting dalam penyusunan dan penyelesaian penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditi, B., & Hermansyur, H. (2018). Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Produk Dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda Di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 19(1), 64–72. <https://doi.org/10.30596/jimb.v19i1.1743>
- Arifatuzzahroh, F. (2020). *Sejuta Manfaat Kunyit Untuk Kesehatan*. <https://www.iiknutuban.ac.id/sejuta-manfaat-kunyit-untuk-kesehatan/>
- Claudia, M. M. Y. (2021). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Batu Mandi Di Sampit. *Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(2), 80–92.
- Dukut, E. M. (2020). “ *Herbal untuk Kalangan Muda* ” (Vol. 8441555, Issue 024).
- Ekadipita, & Ariyanto, E. (2018). Pengaruh Motivasi dan Disiplin Terhadap Kinerja Karyawan Institut Sains dan Teknologi Al-Kamal. *Jurnal Teknologi*, 7(2), 36–42. <https://doi.org/DOI>

10.17605/OSF.IO/YUBRZ

- Febriawan, R. (2020). Manfaat senyawa kurkumin dalam kunyit pada pasien diare. *Jurnal Medika Utama*, vol.2 no.0(Oktober), 255–260.
- Kartika, A. Y. (2017). Pengaruh Atribut Produk dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ponsel Iphone (Studi Kasus di Hartono Mall Yogyakarta). In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9). http://eprints.uny.ac.id/54149/1/AriawiraYudhakartika_15808147002.pdf
- Novita, I., Miftah, H., & Sunaryo, M. A. (2020). Preferensi Konsumen Dalam Pembelian Obat Herbal Kunyit Putih. *Jurnal Agribisains*, 6(2), 81–88. <https://doi.org/10.30997/jagi.v6i2.3371>
- Nurhafnita, N. (2021). Uji Organoleptik Susu Jagung (*Zea mays saccharata*) Dengan Penambahan Ekstrak Kunyit (*Curcuma domestica* Val). *Journal Of Agritech Science (JASc)*, 5(1), 19–26. <https://doi.org/10.30869/jasc.v5i1.729>
- Orlando, J., & Harjati, L. (2022). Pengaruh Atribut Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Aa Raffi Fried Chicken Sindangbarang Bogor. *Journal of Accounting & Management Innovation*, 6(1), 49–66. <https://ejournal-medan.uph.edu/index.php/jam/article/view/525>
- Pamartha, D. A. (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). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* [Vol, 38(1). www.topbrand-award.com
- Salim, M. P. (2023). *Cara Mudah Bedakan Jahe, Kunyit, Kencur, dan Lengkuas, Perhatikan Warna dan Aromanya*. <https://www.liputan6.com/hot/read/5354116/cara-mudah-bedakan-jahe-kunyit-kencur-dan-lengkuas-perhatikan-warna-dan-aromanya#:~:text=Kunyit memiliki rasa yang pahit,dan sedikit pedas di lidah.>
- Santosa, C. W. (2018). *Atribut Sensori*. 30–40.
- Sari, D. S. A. A. M. P. (2010). *Analisis Sensori untuk Industri Pangan dan Agro*. IPB Press. <https://webadmin-ipusnas.perpusnas.go.id/ipusnas/publications/books/105014/>
- Setyanto, L. E. (2017). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pembeli Apple iPhone pada Mahasiswa / Mahasiswi S1 Fakultas Ilmu Administrasi Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2013 / 2014 Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 46(2), 19–27.
- Tazakka Aj-Juwita, A., & Kusnadi, J. (2015). Pembuatan Biskuit Beras Parboiled (Kajian Proporsi Tepung Beras Parboiled dengan Tepung Tapioka dan Penambahan Kuning Telur). *Jurnal Pangan Dan Agroindustri*, 3(4), 1711–1721.
- Ummah, H., & Hayati, M. (2022). Preferensi Konsumen Jamu Kunyit Asam di Madura. *Agriscience*, 2(3), 729–742. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v2i3.13815>
- Wardah, & Sundari, S. (2019). Ethnobotany study of Dayak society medicinal plants utilization in Uut Murung District, Murung Raya Regency, Central Kalimantan. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 298(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/298/1/012005>