

JURNAL PEMBANGUNAN AGRIBISNIS

(Journal of Agribusiness Development)

Website : <http://jurnal.faperta.untad.ac.id/index.php/jpa>

ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP MINUMAN JAMU TRADISIONAL DI PASAR BAUNTING BATUAH MARTAPURA KABUPATEN BANJAR

Analysis of Consumer Preferences for Traditional Herbal Drinks at Bauntung Batuah Market, Martapura, Banjar Regency

Najwa Ramadina¹⁾, Hamdani²⁾, Rifiana²⁾

¹⁾Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lambung Mangkurat.

²⁾Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lambung Mangkurat.

Email: 2010514320006@mhs.ulm.ac.id, hamdani342@ulm.ac.id, rifiana@ulm.ac.id.

ABSTRACT

Traditional herbal drinks, commonly known as jamu, are part of Indonesia's cultural heritage, passed down through generations as natural herbal medicine and reflecting local wisdom and cultural identity. However, consumer interest has declined due to the influence of modern health products and changing lifestyles. Therefore, studying consumer preferences is crucial to assess the demand for jamu and support its preservation as intangible cultural heritage. The findings of this study indicate that the sub-attributes most preferred by consumers include traditional herbal drinks served in clean glass cups, mixed variants of herbal drinks, product characteristics emphasizing efficacy, seller characteristics in terms of skills, seller responsiveness reflected in friendliness, packaging in the form of glass cups, and an affordable price of IDR 5,000 per serving. Furthermore, the attributes that most strongly influence consumer purchasing decisions, in order of importance, are cleanliness, product characteristics, packaging, seller responsiveness and friendliness, product variants, seller characteristics, and price.

Keywords: Consumer Preferences, Traditional Herbal Drinks, Bauntung Batuah Market, Multiatribut Fishbein

ABSTRAK

Jamu tradisional merupakan warisan budaya Indonesia yang diwariskan turun-temurun sebagai obat herbal alami sekaligus mencerminkan kearifan lokal dan identitas budaya. Namun, minat masyarakat mulai menurun akibat pengaruh produk kesehatan modern dan perubahan gaya hidup. Oleh karena itu, penelitian mengenai preferensi konsumen penting dilakukan untuk mengetahui sejauh mana jamu masih diminati dan mendukung pelestariannya sebagai warisan budaya tak benda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sub-atribut minuman jamu tradisional yang menjadi preferensi konsumen adalah minuman jamu tradisional dengan kebersihan gelas kaca, varian jamu berupa jamu campuran (mix), karakteristik produk berupa khasiat jamu, karakteristik penjual berupa keterampilan penjual, daya tanggap dan keramahan penjual berupa keramahan penjual, kemasan dalam bentuk gelas kaca, serta harga sebesar Rp5.000 per gelas. Sedangkan atribut yang paling dipertimbangkan dalam keputusan pembelian minuman jamu tradisional oleh konsumen secara berurutan adalah kebersihan, karakteristik produk, kemasan, daya tanggap dan keramahan penjual, varian jamu, karakteristik penjual, serta harga.

Kata kunci: Preferensi Konsumen, Jamu Tradisional, Pasar Bauntung Batuah, Multiatribut Fishbein.

PENDAHULUAN

Indonesia dikenal dengan kekayaan rempah-rempah dan tanaman obat tradisional. Kekayaan ini dimanfaatkan oleh masyarakat untuk diolah menjadi ramuan yang bermanfaat bagi kesehatan, baik untuk pencegahan maupun pengobatan (Lestari et al., 2022). Seiring dengan pesatnya perkembangan dunia kesehatan di Indonesia, penggunaan obat tradisional semakin diminati. Peningkatan ini didorong oleh berbagai faktor, antara lain tingginya biaya pengobatan konvensional serta meningkatnya kebutuhan akan bahan alami, seiring dengan maraknya kampanye *back to nature*. Beberapa faktor di balik gerakan ini adalah perubahan lingkungan, gaya hidup, dan perkembangan penyakit (Salim, 2019). Kementerian Kesehatan juga menganjurkan pola hidup sehat dengan meningkatkan konsumsi obat tradisional atau jamu untuk mengurangi risiko terkena virus (Jannah, 2021).

Pandemi Covid-19 turut mendorong kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kesehatan dan daya tahan tubuh. Jamu merupakan obat tradisional warisan budaya leluhur yang telah digunakan selama berabad-abad untuk menjaga kesehatan dan mengobati berbagai penyakit (Kusomo et al., 2020). Bahan bakunya berasal dari berbagai bagian tumbuhan, seperti daun, batang umbi, akar, rimpang, kulit batang, bunga, buah, biji, hingga getah. Penelitian ini berfokus pada jamu tradisional yang diproduksi secara rumahan dan dijual langsung oleh penjual di pasar tradisional, seperti beras kencur, kunyit asam, sirih, temulawak, dan sambiloto. Produk jamu industri atau kemasan tidak termasuk dalam ruang lingkup penelitian ini karena tujuan utamanya adalah memahami preferensi konsumen terhadap jamu racikan langsung yang dijual di pasar tradisional.

Namun, produsen jamu tradisional menghadapi berbagai kendala dalam memenuhi permintaan pasar yang meningkat. Meskipun kesadaran masyarakat terhadap manfaat jamu semakin tinggi, keterbatasan produktivitas dan masa simpan yang singkat masih menjadi hambatan utama (Primiani et al., 2021). Selain itu, pergeseran preferensi dari jamu gendong ke jamu kemasan menunjukkan adanya perubahan perilaku konsumen. Berbeda dengan penelitian (Wibowo, 2018) yang menyoroti pergeseran konsumen ke jamu kemasan modern, penelitian ini secara khusus menyoroti preferensi terhadap jamu racikan langsung di pasar tradisional, dengan mengeksplorasi atribut-atribut unik seperti kebersihan alat saji, interaksi personal dengan penjual, dan keaslian rasa produk.

Kalimantan Selatan, khususnya Kabupaten Banjar, memiliki potensi besar dalam produksi bahan baku seperti jahe, kunyit, dan kencur, yang merupakan bahan utama jamu tradisional (BPS Kabupaten Banjar, 2024). Salah satu pusat perdagangan lokal yang masih aktif menjual jamu tradisional adalah Pasar Bauntung Batuah di Martapura. Pasar ini dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan pusat ekonomi masyarakat dengan aktivitas perdagangan yang tinggi dan konsumen yang beragam.

Selain kendala dalam hal produksi dan masa simpan, pemahaman terhadap perilaku dan preferensi konsumen menjadi faktor penting yang menentukan keberlangsungan usaha jamu tradisional. Menurut (Kotler dan Keller, 2016) perilaku konsumen dalam memilih produk dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Namun, banyak produsen jamu tradisional belum sepenuhnya memperhatikan hal-hal tersebut, padahal aspek kualitas, khasiat, dan pelayanan yang baik dapat memengaruhi keputusan pembelian (Abu et al., 2021).

Menurut (Frank, 2011) dalam (Odekamaru, 2019) preferensi merupakan proses merangking berbagai hal yang dapat dikonsumsi untuk memperoleh pilihan atas suatu produk maupun jasa. Preferensi konsumen penting dalam pengambilan keputusan pembelian karena keputusan tersebut erat kaitannya dengan informasi yang dimiliki serta faktor-faktor yang dipengaruhi oleh pengetahuan konsumen tentang produk yang akan dibeli (Sumarwan, 2011 dalam Wardhani et al., 2015).

Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Mengidentifikasi sub-atribut minuman jamu

tradisional yang menjadi preferensi konsumen di Pasar Bauntung Batuah Martapura Kabupaten Banjar; (2) Menganalisis atribut minuman jamu tradisional yang paling dipertimbangkan dalam keputusan pembelian oleh konsumen di Pasar Bauntung Batuah Martapura Kabupaten Banjar.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di Pasar Bauntung Batuah, Martapura, Kabupaten Banjar. Penelitian ini dimulai pada bulan November 2024 sampai dengan bulan Maret 2025 yang meliputi tahap persiapan, pengumpulan data, pengolahan data, sampai dengan tahap penyusunan laporan.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh melalui hasil kuesioner yang diisi langsung oleh responden dari daftar pertanyaan yang telah disiapkan. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari instansi terkait, seperti Badan Pusat Statistik Kabupaten Banjar, dan instansi lainnya.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probability sampling dengan teknik accidental sampling, yaitu teknik pengumpulan data berdasarkan sampel yang kebetulan ditemui oleh peneliti dan responden berpotensi dijadikan sebagai sumber data (Sugiyono, 2019). Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini adalah berdasarkan lama waktu pengambilan data, yaitu selama 2 minggu. Selama proses pengambilan data berlangsung, jumlah responden yang berhasil diperoleh sebanyak 32 orang.

Jumlah sampel tersebut dianggap memadai karena penelitian ini bersifat eksploratif dengan pendekatan kualitatif yang mendalam, di mana kedalaman informasi dari setiap responden lebih diutamakan daripada kuantitas angka. Selain itu, karakteristik populasi pembeli jamu di Pasar Bauntung Batuah sendiri merupakan populasi terbatas (*limited population*) yang tidak terlalu besar dalam aktivitas hariannya. Oleh karena itu, jumlah responden sebanyak 32 orang dinilai cukup representatif untuk menggambarkan preferensi konsumen terhadap jamu tradisional di lokasi penelitian.

Adapun kriteria responden yang dipilih menjadi sampel, yaitu konsumen yang bersedia menjadi responden penelitian, dengan usia 17 tahun, serta pernah membeli dan mengonsumsi jamu tradisional lebih dari sekali secara pribadi. Pengambilan data dilakukan pada hari biasa (Senin, Rabu, Kamis, dan Sabtu) dan hari pasaran (Selasa dan Jumat). Pengambilan data tidak dilakukan pada hari Minggu karena penjual jamu tidak berjualan. Hal ini menyebabkan tidak adanya aktivitas transaksi, sehingga tidak memungkinkan untuk memperoleh responden sesuai kriteria penelitian. Setiap minggu, pengambilan data dibagi menjadi tiga sesi waktu, yaitu: sesi I (07.00-09.00 WITA), sesi II (09.00-11.00 WITA), dan sesi III (11.00-13.00 WITA).

Analisis Data

Untuk menjawab tujuan pertama dari penelitian ini, yaitu sub-atribut minuman jamu tradisional yang menjadi preferensi konsumen di Pasar Bauntung Batuah Martapura Kabupaten Banjar dengan mengidentifikasi frekuensi jawaban yang paling banyak dipilih oleh konsumen terhadap pilihan sub-atribut dari masing-masing atribut minuman jamu tradisional yang telah terdapat dalam kuesioner penelitian. Atribut dan sub-atribut yang diukur meliputi: (a) Kebersihan (gelas kaca, botol plastik, botol jamu, lap, air cucian, wadah botol), (b) Varian jamu (beras kencur, kunyit asam, temulawak, sirih, sambiloto, campuran/mix), (c) Karakteristik produk (kandungan dan khasiat jamu), (d) Karakteristik penjual (keterampilan, penampilan, komunikasi), (e) Daya tanggap dan keramahan penjual

(menanggapi keluhan, ketepatan pesanan, keramahan), (f) Kemasan (gelas kaca, botol plastik), dan (g) Harga (Rp5.000 per gelas, Rp15.000 per botol).

Untuk menjawab tujuan kedua dari penelitian ini, yaitu atribut minuman jamu tradisional yang paling dipertimbangkan dalam keputusan pembelian oleh konsumen di Pasar Bauntung Batuah Martapura Kabupaten Banjar menggunakan analisis multiatribut Fishbein dengan skala Likert. Seperti yang telah dirumuskan dalam (Dwiastuti et al., 2012).

Langkah-langkah dalam analisis multiatribut Fishbein adalah sebagai berikut:

- a. Menentukan penilaian kepercayaan konsumen terhadap atribut minuman jamu tradisional (b_i) dengan menentukan standar penilaian menggunakan skala Likert, sebagai berikut:

$$b_i = \frac{5a + 4b + 3c + 2d + e}{a + b + c + d + e}$$

- Keterangan: b_i nilai kepercayaan terhadap atribut minuman jamu tradisional
 i atribut ke- i (1, 2, 3, dst)
 a jumlah responden yang memilih sangat penting
 b jumlah responden yang memilih penting
 c jumlah responden yang memilih netral
 d jumlah responden yang memilih tidak penting
 e jumlah responden yang memilih sangat tidak penting

- b. Menentukan penilaian evaluasi mengenai atribut (e_i) dengan menentukan standar penilaian menggunakan skala Likert, sebagai berikut:

$$e_i = \frac{5a + 4b + 3c + 2d + e}{a + b + c + d + e}$$

- Keterangan: e_i evaluasi terhadap atribut minuman jamu tradisional
 i atribut ke- i (1, 2, 3, dst)
 a jumlah responden yang memilih sangat baik
 b jumlah responden yang memilih baik
 c jumlah responden yang memilih netral
 d jumlah responden yang memilih tidak baik
 e jumlah responden yang memilih sangat tidak baik

- c. Menentukan sikap terhadap minuman jamu tradisional (A_o) dengan rumus multiatribut Fishbein. Nilai sikap konsumen (A_o) tertinggi menunjukkan bahwa atribut tersebut merupakan atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen.

$$A_o = \sum_i^n b_i \cdot e_i$$

- Keterangan: A_o sikap konsumen terhadap minuman jamu tradisional
 b_i tingkat kepercayaan konsumen bahwa minuman jamu tradisional memiliki atribut tertentu (atribut ke- i)
 e_i evaluasi konsumen terhadap atribut ke- i yang dimiliki minuman jamu tradisional
 i atribut ke- i (1, 2, 3, dst)
 n jumlah atribut yang dimiliki minuman jamu tradisional

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Konsumen yang menjadi responden dalam penelitian ini berjumlah 32 orang. Data diambil di Pasar Bauntung Batuah. Karakteristik responden yang diamati dalam penelitian ini meliputi usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan pendapatan per bulan, seperti pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik responden.

Karakteristik Responden	Jumlah (orang)	(%)
Usia		
17–26 tahun	11	34,4
27–36 tahun	7	21,9
37–46 tahun	0	0
47–56 tahun	9	28,1
> 56 tahun	5	15,6
Jenis Kelamin		
Laki-laki	9	28,1
Perempuan	23	71,9
Pendidikan Terakhir		
SD/Sederajat	4	12,5
SMP/Sederajat	2	6,2
SMA/Sederajat	14	43,8
Diploma	3	9,4
Sarjana	9	28,1
Pekerjaan		
Pelajar/Mahasiswa	4	12,5
Pegawai Negeri	3	9,4
Pegawai Swasta	1	3,1
Wirausaha	5	15,6
Ibu Rumah Tangga	6	18,8
Lainnya	13	40,6
Pendapatan (Rp/bulan)		
< 1.000.000	14	43,8
1.000.000–2.500.000	10	31,2
2.500.000–5.000.000	5	15,6
> 5.000.000	3	9,4

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2025.

Usia. Responden berdasarkan usia 17–26 tahun berjumlah 11 orang (34,4%), usia 27–36 tahun berjumlah 7 orang (21,9%), usia 37–46 tahun adalah tidak ada, usia 47–56 tahun berjumlah 9 orang (28,1%), dan usia > 56 tahun berjumlah 5 orang (15,6%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berusia 17–26 tahun, yang mulai memiliki kesadaran terhadap pentingnya menjaga kesehatan dan daya tahan tubuh, terutama setelah pandemi. Penggolongan usia responden dalam penelitian ini mengacu pada kategori usia produktif menurut BPS, kemudian dibagi ke dalam beberapa rentang usia agar memudahkan analisis distribusi responden.

Jenis Kelamin. Responden berdasarkan jenis kelamin laki-laki berjumlah 9 orang (28,1%) dan perempuan berjumlah 23 orang (71,9%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pembeli jamu tradisional adalah perempuan. Salah satu alasannya karena perempuan, terutama ibu rumah tangga, lebih sering berbelanja ke pasar serta memiliki kepedulian yang lebih tinggi terhadap kesehatan diri dan keluarganya.

Pendidikan Terakhir. Responden berdasarkan pendidikan terakhir SD/Sederajat berjumlah 4 orang (12,5%), SMP/Sederajat berjumlah 2 orang (6,2%), SMA/Sederajat berjumlah 14 orang (43,8%), Diploma berjumlah 3 orang (9,4%), dan Sarjana berjumlah 9 orang (28,1%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki pendidikan terakhir SMA/Sederajat. Tingkat Pendidikan ini menunjukkan bahwa responden umumnya memiliki pemahaman yang cukup baik mengenai manfaat jamu dan pentingnya menjaga kesehatan tubuh.

Pekerjaan. Responden berdasarkan pekerjaan sebagai Pelajar/Mahasiswa berjumlah 4 orang (12,5%), Pegawai Negeri berjumlah 3 orang (9,4%), Pegawai Swasta berjumlah 1

orang (3,1%), Wirausaha berjumlah 5 orang (15,6%), Ibu Rumah Tangga berjumlah 6 orang (18,8%), dan Pekerjaan Lainnya yang meliputi pensiunan, penjaga toko, perangkat desa, kuli bangunan, karyawan swasta, serta asisten dokter berjumlah 13 orang (40,6%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden dengan jenis Pekerjaan Lainnya, yang cenderung memiliki waktu lebih fleksibel untuk berbelanja jamu di pasar.

Pendapatan per bulan. Responden berdasarkan pendapatan per bulan sebanyak < Rp1.000.000 berjumlah 14 orang (43,8%), pendapatan per bulan sebanyak Rp1.000.000–Rp2.500.000 berjumlah 10 orang (31,2%), pendapatan per bulan sebanyak Rp2.500.000–Rp5.000.000 berjumlah 5 orang (15,6%), dan pendapatan per bulan sebanyak > Rp5.000.000 berjumlah 3 orang (9,4%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden dengan pendapatan per bulan sebanyak < Rp 1.000.000. dengan demikian, jamu tradisional masih diminati oleh masyarakat berpenghasilan rendah karena harganya terjangkau dan dianggap sebagai cara hemat menjaga kesehatan.

Waktu Pembelian

Pengambilan sampel dilakukan pada tiga sesi waktu berbeda dalam satu minggu, yaitu sesi I (07.00–09.00 WITA), sesi II (09.00–11.00 WITA), dan sesi III (11.00–13.00 WITA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas konsumen pada sesi I adalah ibu rumah tangga dan perangkat desa, yang datang ke pasar pagi hari untuk berbelanja kebutuhan rumah tangga. Pada sesi II didominasi oleh ibu rumah tangga, wirausaha, dan penjaga toko, yang membeli jamu saat waktu istirahat kerja.

Sementara itu, pada sesi III didominasi oleh pelajar/mahasiswa dan pegawai negeri, yang berbelanja pada jam pulang sekolah atau istirahat siang. Pasar umumnya lebih ramai pada hari pasaran, dengan puncak keramaian sekitar pukul 09.00–10.00 WITA, sedangkan pada hari biasa pembeli cenderung datang lebih pagi, sekitar pukul 07.00–08.00 WITA. Pengambilan data pada kedua jenis hari ini dilakukan untuk memperoleh responden yang lebih beragam dan menggambarkan kondisi pasar secara lebih komprehensif.

Perilaku Beli Konsumen

Perilaku responden dalam pembelian minuman jamu tradisional merupakan tindakan langsung untuk bisa mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan minuman jamu tradisional. Perilaku beli konsumen terdiri dari frekuensi pembelian, jumlah dalam setiap pembelian, serta alasan membeli minuman jamu tradisional tersebut, yang akan dideskripsikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Perilaku beli konsumen.

Perilaku Beli Konsumen	Jumlah (orang)	(%)
Frekuensi Pembelian		
Setiap hari	1	3,1
1 minggu sekali	4	12,5
2 minggu sekali	4	12,5
Tidak teratur	23	71,9
Jumlah Setiap Pembelian		
1 gelas	24	75,0
> 1 gelas	6	18,8
1 botol	2	6,2
> 1 botol	0	0
Alasan Membeli		
Menjaga Kesehatan	23	71,9
Pengobatan tradisional	2	6,2
Anjuran keluarga/teman	7	21,9

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2025.

Frekuensi Pembelian. Tabel 2 menunjukkan bahwa sebagian besar responden melakukan pembelian jamu tradisional secara tidak teratur, yaitu berjumlah 23 orang (71,9%). Pembelian dilakukan tanpa jadwal tetap dan tergantung pada kondisi tubuh serta kebutuhan pribadi, dengan frekuensi bervariasi antara satu hingga dua kali per minggu atau per bulan. Jamu tradisional dalam setiap pembeliannya membeli sebanyak 1 gelas, yaitu berjumlah 24 orang (75%). Mereka menilai satu gelas sudah cukup untuk kebutuhan konsumsi dan umumnya langsung diminum di tempat.

Alasan Membeli. Tabel 2 menunjukkan bahwa sebagian besar responden minuman jamu tradisional membeli jamu dengan alasan untuk menjaga kesehatan, yaitu berjumlah 23 orang (71,9%). Mereka menyakini bahwa jamu yang terbuat dari bahan alami memiliki khasiat baik bagi tubuh dan tidak menimbulkan efek samping berbahaya.

Untuk memahami alasan konsumen membeli jamu tradisional, Tabel 3 menyajikan jenis-jenis jamu yang umum dikonsumsi beserta kandungan dan khasiat utamanya. Informasi ini memberikan gambaran bahwa kandungan dan manfaat jamu menjadi pertimbangan penting dalam keputusan pembelian konsumen.

Tabel 3. Jenis jamu tradisional, kandungan utama dan khasiat utama

No.	Jenis Jamu	Kandungan Utama	Khasiat Utama
1.	Beras Kencur	Beras, kencur, jahe, asam	Meningkatkan energi, mengatasi pegal-pegal, menyegarkan tubuh
2.	Kunyit Asam	Kunyit, asam jawa, gula aren	Melancarkan haid, memperbaiki pencernaan, menyegarkan dan mendinginkan tubuh
3.	Temulawak	Temulawak, gula aren, air	Menambah nafsu makan, membantu fungsi hati, antiinflamasi
4.	Sirih	Daun sirih, kapulaga, kayu manis	Mengurangi keputihan, mengatasi bau badan, menjaga kebersihan organ intim
5.	Sambiloto	Daun sambiloto, air, madu (optional)	Meningkatkan daya tahan tubuh, meredakan demam dan flu ringan
6.	Beras Kencur + Sirih	Beras, kencur, jahe, daun sirih	Menyegarkan tubuh, mengurangi bau badan, mengatasi pegal-pegal, menjaga kebersihan
7.	Kunyit Asam + Sirih	Kunyit, asam jawa daun sirih gula aren	Melancarkan haid, mengurangi keputihan, menyegarkan dan menyeimbangkan hormon
8.	Temulawak + Kunyit asam	Temulawak, kunyit, asam jawa, gula aren	Menambah nafsu makan, memperbaiki pencernaan, menyegarkan tubuh

Sumber: Novianti (2021); Sumarni et al., (2019)

Sub-Atribut Minuman Jamu Tradisional yang Menjadi Preferensi Konsumen

Preferensi konsumen terhadap minuman jamu tradisional merupakan bentuk kesukaan atau ketidaksukaan terhadap produk yang mereka konsumsi. Setiap responden memiliki preferensi yang berbeda-beda. Sub-atribut dari minuman jamu tradisional yang menjadi preferensi konsumen di Pasar Bauntung Batuah dianalisis dengan melihat jumlah frekuensi jawaban yang paling banyak dipilih oleh konsumen terhadap pilihan sub-atribut dari masing-masing atribut minuman jamu tradisional. Hasil analisis tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4 dapat diketahui bahwa sub-atribut minuman jamu tradisional yang menjadi preferensi konsumen adalah minuman jamu tradisional dengan kebersihan gelas kaca, varian jamu berupa jamu campuran (*mix*), karakteristik produk berupa khasiat jamu, karakteristik penjual berupa keterampilan penjual, daya tanggap dan keramahan penjual berupa keramahan penjual, kemasan dalam bentuk gelas kaca, serta harga sebesar Rp5.000 per gelas.

Tabel 4. Sub-atribut minuman jamu tradisional yang menjadi preferensi konsumen

Atribut Tradisional	Minuman Jamu	Sub-Atribut Tradisional	Minuman Jamu (%)	Preferensi Konsumen
Kebersihan		Gelas kaca	56,3	Gelas kaca
		Botol plastik	15,6	
		Botol jamu	21,9	
		Lap	3,1	
		Air cucian	3,1	
		Bakul/wadah botol	0	
Varian Jamu		Beras kencur	25,0	Jamu campuran (<i>mix</i>)
		Kunyit asam	6,3	
		Temulawak	3,1	
		Sirih	9,4	
		Sambiloto	3,1	
		Jamu campuran (<i>mix</i>)	53,1	
Karakteristik Produk		Kandungan jamu	9,4	Khasiat jamu
		Khasiat jamu	90,6	
Karakteristik Penjual		Keterampilan penjual	68,8	Keterampilan penjual
		Penampilan penjual	15,6	
		Kemampuan berkomunikasi	15,6	
Daya Tanggap dan Keramahan Penjual		Kecepatan menanggapi keluhan	15,6	Keramahan penjual
		Ketepatan pesanan	18,8	
		Keramahan penjual	65,6	
Kemasan		Gelas kaca	93,8	Gelas kaca
		Botol plastik	6,3	
Harga		Rp5.000 per gelas	93,8	Rp 5.000 per gelas
		Rp15.000 per botol	6,3	

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2025.

Atribut Minuman Jamu Tradisional yang Paling Dipertimbangkan dalam Keputusan Pembelian oleh Konsumen

Sikap konsumen terhadap minuman jamu tradisional didasarkan pada penilaian konsumen terhadap atribut-atribut yang dimiliki oleh minuman jamu tradisional tersebut. Penilaian tersebut terdiri atas dua komponen, yaitu komponen kepercayaan (b_i) dan komponen evaluasi (e_i). Tabel 5 menunjukkan penilaian (b_i) dan Tabel 6 menunjukkan penilaian (e_i).

Tabel 5. Kepercayaan (b_i) terhadap atribut minuman jamu tradisional

Atribut	Kepercayaan (b_i)					Rata-rata
	5	4	3	2	1	
Kebersihan	19	12	1	0	0	4,56
	95	48	3	0	0	
Varian Jamu	7	21	4	0	0	4,09
	35	84	12	0	0	
Karakteristik Produk	14	16	2	0	0	4,38
	70	64	6	0	0	
Karakteristik Penjual	8	21	2	1	0	4,13
	40	84	6	2	0	
Daya Tanggap dan Keramahan Penjual	8	22	2	0	0	4,19
	40	88	6	0	0	
Kemasan	11	19	1	1	0	4,25
	55	76	3	2	0	
Harga	7	19	6	0	0	4,03
	35	76	18	0	0	

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2025.

Tabel 5 menunjukkan bahwa atribut yang paling penting oleh konsumen minuman jamu tradisional adalah atribut kebersihan dengan nilai (b_i) terbesar, yaitu 4,56. Artinya konsumen menilai bahwa atribut kebersihan pada minuman jamu tradisional merupakan hal yang paling penting dibandingkan atribut karakteristik produk, kemasan, daya tanggap dan keramahan penjual, karakteristik penjual, varian jamu, dan harga. Hal ini menunjukkan atribut kebersihan berpengaruh pada keputusan pembelian minuman jamu tradisional. Kebersihan jamu tradisional yang baik ditandai dengan peralatan yang tidak adanya noda atau kerak sisa jamu, tidak berbau sabun atau jamu basi, serta dalam kondisi kering tanpa bekas air cucian. Selain itu, peralatan tersebut sebaiknya disimpan dalam keadaan tertutup atau dalam posisi terbalik untuk menghindari debu dan kotoran.

Sedangkan atribut harga dengan nilai (b_i) terendah, yaitu 4,03 adalah atribut yang dianggap paling kurang penting oleh konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa sebelum melakukan pembelian, konsumen tidak terlalu mempertimbangkan harga sebagai faktor utama. Atribut harga dinilai kurang berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman jamu tradisional oleh konsumen di Pasar Bauntung Batuah, karena konsumen lebih mengutamakan atribut lain seperti kebersihan, karakteristik produk, dan kemasan.

Tabel 6. Evaluasi (e_i) terhadap atribut minuman jamu tradisional

Atribut	Evaluasi (e_i)					Rata-rata
	5	4	3	2	1	
Kebersihan	9	21	2	0	0	4,22
	45	84	6	0	0	
Varian Jamu	6	24	2	0	0	4,13
	30	96	6	0	0	
Karakteristik Produk	7	22	3	0	0	4,13
	35	88	9	0	0	
Karakteristik Penjual	4	26	2	0	0	4,06
	20	104	6	0	0	
Daya Tanggap dan Keramahan Penjual	3	28	1	0	0	4,06
	15	112	3	0	0	
Kemasan	7	23	2	0	0	4,16
	35	92	6	0	0	
Harga	2	21	9	0	0	3,78
	10	84	27	0	0	

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2025.

Tabel 6 menunjukkan bahwa atribut yang paling dianggap baik dalam keputusan pembelian minuman jamu tradisional adalah atribut kebersihan dengan nilai (e_i) terbesar, yaitu 4,22. Artinya konsumen menganggap bahwa atribut kebersihan merupakan hal yang paling utama untuk diperhatikan dalam menentukan keputusan pembelian minuman jamu tradisional dibandingkan atribut kemasan, varian jamu, karakteristik produk, karakteristik penjual, daya tanggap dan keramahan penjual, dan harga. Hal ini disebabkan karena kebersihan berkaitan langsung dengan kenyamanan, keamanan, dan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dikonsumsi.

Sedangkan atribut harga dengan nilai (e_i) terendah yaitu, 3,78 adalah atribut yang kurang mendapat perhatian dari konsumen setelah melakukan pembelian minuman jamu tradisional. Hal ini menunjukkan bahwa atribut harga bukan merupakan faktor utama yang diperhatikan dalam pengambilan keputusan pembelian, karena konsumen cenderung lebih mengutamakan atribut lain seperti kebersihan dan kemasan.

Nilai sikap konsumen (A_0) didapatkan dengan mengalikan angka penilaian kepercayaan (b_i) dan penilaian evaluasi (e_i) konsumen terhadap atribut minuman jamu tradisional. Tabel 7 menunjukkan (A_0) terhadap minuman jamu tradisional di Pasar Bauntung Batuah.

Tabel 7. Sikap konsumen (A_0) terhadap minuman jamu tradisional.

Atribut	(b_i)	(e_i)	(A_0)	Peringkat
Kebersihan	4,56	4,22	19,24	1
Varian Jamu	4,09	4,13	16,89	5
Karakteristik Produk	4,38	4,13	18,09	2
Karakteristik Penjual	4,13	4,06	16,77	6
Daya Tanggap dan Keramahan Penjual	4,19	4,06	17,01	4
Kemasan	4,25	4,16	17,68	3
Harga	4,03	3,78	15,23	7

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2025.

Tabel 7 dapat diketahui bahwa nilai sikap konsumen (A_0) terhadap atribut yang paling dipertimbangkan dalam keputusan pembelian minuman jamu tradisional oleh konsumen secara berurutan diketahui dengan mengurutkan nilai sikap konsumen (A_0) dari nilai yang paling tinggi hingga yang paling rendah adalah kebersihan sebesar 19,24, karakteristik produk sebesar 18,09, kemasan sebesar 17,68, daya tanggap dan keramahan penjual sebesar 17,01, varian jamu sebesar 16,89, karakteristik penjual sebesar 16,77, serta harga sebesar 15,23.

Atribut yang paling dipertimbangkan dalam keputusan pembelian minuman jamu tradisional oleh konsumen adalah atribut kebersihan. Konsumen menjadikan atribut kebersihan sebagai pertimbangan utama karena tidak hanya mencakup kebersihan gelas sebagai wadah saji, tetapi juga mencakup botol jamu, botol plastik, lap, air cucian, dan wadah penyimpanan. Seluruh peralatan tersebut dianggap penting karena berhubungan langsung dengan keamanan, kenyamanan, dan kualitas jamu yang dikonsumsi. Apabila kebersihan tidak terjaga, konsumen akan merasa ragu dan enggan membeli, meskipun mereka tertarik dengan jenis atau khasiat jamunya. Oleh karena itu, atribut kebersihan menjadi perhatian utama yang memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli minuman jamu tradisional.

Atribut kedua yang dipertimbangkan dalam keputusan pembelian minuman jamu tradisional oleh konsumen adalah atribut karakteristik produk. Konsumen menjadikan atribut karakteristik produk sebagai pertimbangan karena berkaitan langsung dengan isi dan manfaat jamu yang dikonsumsi. Karakteristik ini mencakup kandungan bahan alami dan khasiat jamu, seperti meningkatkan stamina, meredakan keluhan kesehatan, atau menjaga daya tahan tubuh. Konsumen cenderung memilih jamu yang dianggap memiliki khasiat yang jelas dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Oleh karena itu, semakin baik karakteristik produk yang ditawarkan, maka semakin besar pula kemungkinan konsumen untuk membeli jamu tersebut.

Atribut ketiga yang dipertimbangkan dalam keputusan pembelian minuman jamu tradisional oleh konsumen adalah atribut kemasan. Konsumen menjadikan atribut kemasan sebagai pertimbangan karena kemasan menjadi hal pertama yang dilihat saat membeli jamu. Kemasan yang bersih dan menarik, seperti gelas kaca atau botol plastik yang terlihat rapi, memberikan kesan bahwa jamu tersebut higienis dan layak dikonsumsi. Selain itu, kemasan juga memengaruhi kenyamanan saat mengonsumsi atau membawa jamu. Oleh karena itu, kemasan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas jamu yang dijual.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari penelitian, yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa sub-atribut minuman jamu tradisional yang menjadi preferensi konsumen meliputi kebersihan gelas kaca, varian jamu berupa jamu campuran (mix), karakteristik produk yang menonjolkan khasiat jamu berupa khasiat jamu, karakteristik penjual yang memiliki keterampilan baik, serta daya tanggap dan keramahan penjual yang tercermin dari sikap ramah terhadap konsumen. Selain itu, kemasan yang disukai adalah kemasan berbentuk

gelas kaca dengan harga sebesar Rp5.000 per gelas.

Atribut yang paling dipertimbangkan dalam keputusan pembelian minuman jamu tradisional oleh konsumen secara berurutan dari nilai yang tertinggi hingga terendah adalah kebersihan (19,24), karakteristik produk (18,09), kemasan (17,68), daya tanggap dan keramahan penjual (17,01), varian jamu (16,89), karakteristik penjual (16,77), serta harga (15,23). Temuan ini memperkuat model Fishbein dengan membuktikan bahwa dalam konteks produk konsumsi langsung (ready-to-drink) di pasar tradisional, atribut higienis (kebersihan) menjadi faktor kepercayaan dan evaluasi yang paling dominan, bahkan mengalahkan harga.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu, I., Sultan, M., & Putra, E. R. (2021). Usaha herbal dan jamu sehat Basamo Samarinda di tengah badai pandemi covid-19. *Jurnal Berkala Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 6(2), 34-53.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Banjar. (2024). *Kabupaten Banjar dalam Angka*. BPS Kabupaten Banjar.
- Dwiasuti, R., Shinta, A., & Isaskar, R. (2012). *Ilmu Perilaku Konsumen*. Universitas Brawijaya Press. Malang.
- Frank, Robert H. (2011). *Microeconomics and Behavior*. Eighth Edition, McGraw. Hill International Edition.
- Jannah, R. (2021). Pengaruh kemasan, kemudahan, dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian online produk makanan di masa pandemi covid-19 di kalangan mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 2(1), 15-25.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management. 15th Edition*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Kusumo, A. R., Wiyoga, F. Y., & Prastika, S. S. (2020). Jamu tradisional Indonesia: tingkatkan imunitas tubuh secara alami selama pandemi. *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Services)*, 4(2), 465.
- Lestari, D., Al-Butary, B., & Wulandari S. (2022). Strategi pemasaran online usaha jamu dalam meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Tanjung Siporkis Kec. Galang, Kab. Deli Serdang. *Jurnal Abdimas Budi Darma*, 2(2), 164-167.
- Novianti, C. (2021). *Aneka Ramuan Jamu Tradisional untuk Kebugaran dan Kesehatan disertai Berbagai Pengemasan Jamu untuk Peluang Bisnis*. Rapha Publishing. Yogyakarta.
- Odekamaru, Juliam C. (2019). Analisis preferensi konsumen *millennial* dalam berbelanja di toko konvensional, *department store* dan *e-commerce*. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 7(4), 521-534.
- Primiani, C. N., Pujiati, & Setiawan, M. A. (2021). Peningkatan mutu produk jamu home industry pada kelompok jamu gendong Desa Karangrejo Kabupaten Magetan di masa pandemi covid-19. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA: Jurnal Hasil Pengabdian & Pemberdayaan kepada Masyarakat*, 2(2), 142-149.
- Salim, Z, M. E. (2019). *Indo Komoditi Tanaman Obat*. Badan Pengkajian dan Pengembangan

Perdagangan Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. Jakarta.

Sugiyono, D. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. CV Alfabet. Bandung.

Sumarni, W., Sudarmin, S., & Sumarti, S. S. (2019). The scientification of jamu: A study of Indonesian's traditional medicine. *Journal of Physics: Conferences Series*, 1321(3).

Sumarwan U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Penerbit Ghalia Indonesia. Bogor.

Wardhani, W., Sumarwan, U., & Yuliati, L. N. (2015). Pengaruh persepsi dan preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian hunian *green product*. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 6(1), 46-63.