

**PREFERENSI KONSUMEN DALAM MENGKONSUMS JAMU  
ANGKRINGAN LG DI KECAMATAN MEDAN SELAYANG**

**SKRIPSI**

**Oleh :**

**R. RAMADONI PRATAMA NASUTION**

**NPM : 1804300015**

**Program Studi : AGRIBISNIS**



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2025**

**PREFERENSI KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JAMU  
ANGKRINGAN LG DI KECAMATAN MEDAN SELAYANG**

**SKRIPSI**

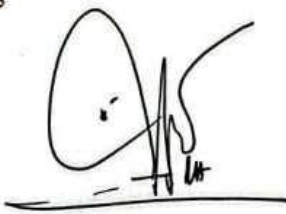
Oleh:

**R. RAMADONI PRATAMA NASUTION**  
1804300015  
AGRIBISNIS

Disusun sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Strata (S1) pada  
Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

**Komisi Pembimbing**

  
Dr. Sasmita Siregar, S.P., M.Si.  
Ketua

  
Dr. Muhammad Thamrin S.P., M.Si.  
Anggota

Disahkan Oleh:  
Dekan,

  
Assoc. Prof. Dr. Daini Mawar Tarigan, M.Si.



Tanggal Lulus : 28-08-2025

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : R. RAMADONI PRATAMA NASUTION

NPM 1804300015

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul “Preferensi Konsumen Dalam Mengkonsumsi Jamu Angkringan Lg Di Kecamatan Medan Selayang” adalah berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya sampaikan dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terbukti adanya tindakan peniruan karya (*plagiarisme*), maka saya siap menerima konsekuensi akademis berupa pencabutan gelar yang telah dianugerahkan. Pernyataan ini saya buat dalam kondisi sadar sepenuhnya, tanpa adanya tekanan dari pihak mana pun.

Medan, Agustus 2025

Yang Menyatakan,



R. Ramadoni Pratama Nasution

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan outline penelitian ini. Adapun judul outline penelitian ini adalah **Preferensi Konsumen Dalam Mengkonsumsi Jamu Angkringan LG di Kecamatan Medan Selayang.**

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih Kepada:

1. Kedua orang tua penulis yaitu ayahanda tercinta Alm. Raja Hermansyah Nasution dan Ibunda tercinta Hj. Zuraida Panjaitan yang telah memberikan dukungan penuh dalam menyelesaikan skripsi baik secara moral maupun material.
2. Ibu Assoc. Prof. Dr. Dafni Mawar Tarigan, S.P., M.Si. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Ibu Mailina Harahap, S.P., M.Si. selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu. Juita Rahmadani Manik, S.P., M.Si. selaku Sekretaris Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu Dr. Sasmita Siregar, S.P., M.Si. selaku Ketua Komisi Pembimbing.
6. Bapak Dr. Muhammad Thamrin, S.P., M.Si., selaku Anggota Komisi pembimbing.
7. Pegawai Biro Administrasi Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Seluruh teman-teman Fakultas Pertanian stambuk 2018 khususnya Program Studi Agribisnis atas bantuan dan dukungannya.

Demikian dari penulis, mengharapkan saran dan masukan dari semua pihak demi kesempurnaan outline penelitian ini.

Medan, Agustus 2025

Penulis

## DAFTAR ISI

|                                                                    |            |
|--------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                         | <b>i</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                             | <b>i</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                          | <b>iii</b> |
| Latar Belakang .....                                               | 1          |
| Rumusan Masalah .....                                              | 6          |
| Tujuan Penelitian .....                                            | 6          |
| Kegunaan Penelitian.....                                           | 6          |
| <b>TINJAUAN PUSTAKA.....</b>                                       | <b>7</b>   |
| Pengertian Jamu .....                                              | 7          |
| Jamu Modern.....                                                   | 9          |
| <b>METODE PENELITIAN .....</b>                                     | <b>14</b>  |
| Metode Penelitian .....                                            | 14         |
| Metode Penentuan Lokasi.....                                       | 14         |
| Jenis dan Sumber data.....                                         | 15         |
| Metode Populasi dan Penarikan Sampel.....                          | 15         |
| Definisi dan Batasan Oerasional .....                              | 18         |
| <b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>                                  | <b>21</b>  |
| Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....                              | 21         |
| Karakteristik Responden .....                                      | 22         |
| Umur Konsumen .....                                                | 23         |
| Jenis Kelamin Konsumen .....                                       | 24         |
| Pekerjaan dan Pendapatan.....                                      | 24         |
| Preferensi Konsumen terhadap Jamu Angkringan LG .....              | 25         |
| Preferensi Berdasarkan Jenis Jamu .....                            | 26         |
| Preferensi Berdasarkan Harga.....                                  | 27         |
| Preferensi Berdasarkan Khasiat .....                               | 27         |
| Preferensi Berdasarkan Kemasan dan Penyajian .....                 | 28         |
| Analisis Atribut Produk yang Paling Dipertimbangkan Konsumen ..... | 29         |
| Pola dan Perilaku Konsumsi Jamu.....                               | 30         |
| Pembahasan Hasil Penelitian .....                                  | 31         |

|                                   |           |
|-----------------------------------|-----------|
| <b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b> | <b>33</b> |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>        | <b>35</b> |

## DAFTAR GAMBAR

| Nomor | Judul                                                                                                             | Halaman |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| 1.    | Kerangka Pemikiran Preferensi Konsumen Dalam Mengkonsumsi<br>Jamu Angkringan LG di Kecamatan Medan Selayang ..... | 13      |

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Jamu dikenal sebagai obat tradisional asli Indonesia yang telah diwariskan selama berabad-abad untuk menyembuhkan penyakit sekaligus menjaga kesehatan. Berakar dari pengalaman nenek moyang, jamu menjadi bagian budaya masyarakat yang terus berkembang hingga sekarang. Pertumbuhan industrinya semakin pesat karena meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap hidup sehat, yang menjadikan jamu memiliki prospek pasar yang positif (Batubara dkk., 2020). Keunggulan jamu juga terletak pada melimpahnya tanaman herbal di Indonesia sebagai bahan bakunya (Nasution dkk., 2022; Elfahmi dkk., 2014). Di samping itu, jamu kerap digunakan sebagai pilihan untuk memperkuat daya tahan tubuh (Kusumo dkk., 2020).

Kesadaran masyarakat yang kian tumbuh terhadap pola hidup alami dan kesehatan preventif menjadikan jamu dipandang bukan hanya sebagai tradisi turun-temurun, tetapi juga sebagai bagian dari gaya hidup sehat modern. Hal ini ditunjukkan dengan munculnya berbagai inovasi produk jamu dalam bentuk kemasan praktis, seperti kapsul, serbuk, dan minuman siap konsumsi yang lebih mudah diakses oleh masyarakat urban (Fauzi, 2020). Dukungan pemerintah melalui regulasi dan promosi produk berbasis kearifan lokal turut mendorong pertumbuhan industri jamu nasional. Perpaduan antara pengetahuan tradisional dan pendekatan ilmiah modern menjadikan jamu sebagai alternatif pengobatan komplementer yang potensial dalam sistem pelayanan kesehatan Indonesia (Kemenkes, 2010). Dengan potensi yang besar ini, jamu tidak hanya berperan dalam aspek kesehatan masyarakat, tetapi juga sebagai komoditas ekonomi yang

strategis (BPOM, 2018).

Diketahui bahwasannya Indonesia, sebagaimana negara-negara lain, telah mengalami pandemi COVID-19 yang memiliki dampak signifikan terhadap kesehatan masyarakat dan hingga kini masih berada dalam tahap pemulihan serta pencegahan. Nowira dan Sari (2021) mengemukakan bahwa jamu berbahan dasar rempah-rempah berperan dalam meningkatkan daya tahan tubuh dan stamina yang esensial untuk melawan berbagai penyakit, termasuk COVID-19. Terdapat sekitar 37 formulasi jamu yang terbukti memiliki khasiat imunomodulator, dengan komponen utama seperti kunyit, jahe, sereh, temulawak, kayu manis, jeruk nipis, kencur, meniran, dan pegagan. Selain manfaat kesehatan, jamu juga dikaitkan dengan nilai sosial, salah satunya dalam memperkuat keharmonisan keluarga. Beragam khasiat tersebut mendorong meningkatnya minat masyarakat dalam mengonsumsi jamu, sekaligus membuka peluang strategis bagi industri jamu untuk berkembang dan berkompetisi dengan sektor usaha lainnya (Purwantisari dkk., 2022).

UMKM di Indonesia memiliki kontribusi yang signifikan serta berperan aktif dalam mendukung pembangunan ekonomi nasional dengan memanfaatkan potensi yang dimiliki (Nuraliyah dkk., 2023). UMKM menyumbang sekitar 14,37% terhadap ekspor nasional dan berkontribusi sebesar 6,3% dalam perdagangan di kawasan Asia Tenggara (KNEKS, 2021). Salah satu sektor UMKM adalah industri jamu, yang saat ini masih mengalami kehilangan pangsa pasar sebesar 15–20%, dengan jumlah pabrik yang tersisa sekitar 300 dan terus mengalami penurunan (Irawan dkk., 2022). Meski banyak UMKM terdampak hingga mengalami penurunan akibat pandemi COVID-19, industri jamu justru

tetap bertahan dan semakin berkembang (Susilawati dan Hikmatulloh, 2021). Pandemi juga mendorong perubahan pola pikir dan gaya hidup masyarakat yang lebih berorientasi pada kesehatan, dengan meningkatnya konsumsi obat herbal (jamu) baik untuk pengobatan maupun peningkatan imunitas tubuh.

.Kecamatan Medan Selayang, yang terletak di Provinsi Sumatera Utara, dikenal sebagai salah satu wilayah di mana sebagian besar masyarakat masih meyakini khasiat jamu, baik dalam menjaga kesehatan, meningkatkan keharmonisan keluarga, perawatan wanita, maupun vitalitas pria (Satriyati, 2017; Munir dkk., 2019). Sementara itu, di Kabupaten Bangkalan, Madura, tercatat terdapat sekitar 20 industri jamu pada tahun 2015. Namun, sebanyak 50% dari industri tersebut mengalami ketidakaktifan yang disebabkan oleh berbagai kendala, antara lain keterbatasan modal, sarana produksi, serta lemahnya kemitraan (Munica dkk., 2017; Solehah dkk., 2022). Melihat kondisi tersebut, diperlukan strategi pengembangan yang relevan dengan potensi yang ada agar permasalahan yang dihadapi dapat diminimalisasi dan potensi jamu dapat dioptimalkan secara berkelanjutan.

Kendala lain yang mengakibatkan rendahnya tingkat konsumsi masyarakat terhadap jamu tradisional adalah karena produk jamu tersebut belum mampu memberikan keyakinan maupun daya tarik bagi konsumen untuk melakukan pembelian. Hal ini disebabkan jamu tradisional belum memiliki atribut produk yang cukup kuat untuk mendorong minat beli. Padahal, atribut produk berperan penting dalam memengaruhi keputusan konsumen, bahkan sering dijadikan dasar utama dalam pengambilan keputusan pembelian (Setyanto, 2017).

Salah satu faktor yang menyebabkan rendahnya tingkat konsumsi

masyarakat terhadap jamu tradisional adalah ketidakmampuan produk tersebut untuk meyakinkan serta menarik minat konsumen. Hal ini disebabkan karena jamu tradisional belum memiliki atribut produk yang dianggap mampu mendorong keputusan pembelian (Setyanto, 2017). Dalam konteks perilaku konsumen, atribut produk dipandang sebagai salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian. Konsumen umumnya akan memilih produk yang memiliki atribut sesuai dengan preferensi mereka. Oleh sebab itu, produsen perlu memberikan perhatian pada atribut yang dianggap relevan oleh konsumen agar selaras dengan preferensinya, sehingga peluang terjadinya keputusan pembelian dapat meningkat. Preferensi konsumen sendiri diartikan sebagai kecenderungan atau tingkat kesukaan terhadap suatu produk yang didasarkan pada nilai penting dari atribut yang dimiliki produk tersebut (Fajarani dkk., 2021).

Pemahaman terhadap preferensi konsumen menjadi kunci dalam memenangkan persaingan pasar, terutama pada produk berbasis tradisional seperti jamu. Konsumen cenderung memilih produk yang mampu memenuhi harapan mereka baik dari segi manfaat, rasa, tampilan, maupun kemudahan dalam memperoleh produk tersebut. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha untuk melakukan riset pasar guna mengidentifikasi atribut-atribut produk yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian, seperti kemasan yang menarik, label informasi yang jelas, rasa yang dapat diterima oleh berbagai kalangan, serta jaminan keamanan melalui sertifikasi BPOM atau halal. Semakin sesuai atribut produk dengan ekspektasi konsumen, maka semakin besar pula kemungkinan produk tersebut dipilih dan dikonsumsi secara berulang (Nuraini & Saputra, 2020).

Kecamatan Medan Selayang memiliki potensi strategis dalam

pengembangan pemasaran jamu tradisional, yang tercermin dari adanya dukungan Pemerintah Provinsi Sumatera Utara melalui program pengenalan jamu tradisional. Di antara kecamatan yang ada di provinsi tersebut, Medan Selayang menempati posisi dengan jumlah penjual jamu terbanyak, sehingga memiliki peluang besar untuk mengembangkan produk jamu yang sesuai dengan preferensi konsumen. Penelitian mengenai preferensi konsumen terhadap jamu tradisional di Kecamatan Medan Selayang diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai bahan pertimbangan bagi pelaku usaha dalam menyusun strategi pemasaran, melakukan inovasi produk, serta meningkatkan kualitas pelayanan secara lebih terarah.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis ingin meneliti **“Preferensi Konsumen Dalam Mengkonsumsi Jamu Angkringan LG di Kecamatan Medan Selayang”**. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya pemahaman terhadap perilaku dan kecenderungan konsumen dalam memilih produk jamu, khususnya dalam konteks jamu angkringan yang mulai berkembang di wilayah perkotaan. Kecamatan Medan Selayang dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki potensi pasar yang signifikan, ditunjukkan oleh tingginya aktivitas penjualan jamu serta dukungan program pengenalan jamu oleh pemerintah setempat. Melalui kajian ini, diharapkan diperoleh informasi mendalam mengenai pola konsumsi serta atribut produk yang dianggap penting oleh konsumen, sehingga dapat menjadi dasar bagi pelaku usaha dalam merumuskan strategi pemasaran dan pengembangan produk yang lebih tepat sasaran.

### **Rumusan Masalah**

Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana karakteristik konsumen dalam mengkonsumsi jamu angkringan di daerah Kecamatan Medan Selayang ?
2. Bagaimana preferensi konsumen dalam mengkonsumsi jamu angkringan di daerah Kecamatan Medan Selayang ?

### **Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui karakteristik konsumen dalam mengkonsumsi jamu angkringan di daerah Kecamatan Medan Selayang.
2. Untuk mengetahui preferensi konsumen dalam mengkonsumsi jamu angkringan di daerah Kecamatan Medan Selayang.

### **Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat sebagai berikut:

1. Bagi pedagang, hasil penelitian dapat menjadi sumber informasi yang berguna dalam merumuskan langkah-langkah strategis untuk meningkatkan minat konsumen dalam membeli jamu angkringan
2. Bagi instansi terkait, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam upaya mendukung pengembangan usaha pedagang jamu angkringan sesuai dengan temuan penelitian.
3. Sebagai bahan sarana untuk memperluas wawasan dan pengetahuan.
4. Bagi masyarakat umum, penelitian dapat dijadikan referensi maupun bahan pembelajaran bagi peneliti selanjutnya atau pihak yang membutuhkan.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Pengertian Jamu

Jamu merupakan minuman tradisional Indonesia yang diolah dari bahan-bahan alami, seperti tumbuhan, rempah-rempah, serta berbagai jenis herbal. Konsumsi jamu umumnya ditujukan untuk menjaga kesehatan, antara lain meningkatkan sistem imun, membantu proses penyembuhan penyakit, maupun mempertahankan kebugaran tubuh. Setiap jenis jamu memiliki khasiat yang berbeda sesuai dengan komposisi bahan yang digunakan. Sebagai warisan budaya sekaligus bagian dari kekayaan hayati Indonesia, jamu telah lama menjadi bagian kehidupan masyarakat. Data Riset Kesehatan Dasar tahun 2010 menunjukkan bahwa lebih dari 50% masyarakat Indonesia menggunakan jamu (Ernie, 2013).

Bagi masyarakat Indonesia, jamu dipandang sebagai warisan budaya yang berasal dari resep turun-temurun leluhur dan hingga kini masih dipertahankan serta terus dikembangkan. Bahan dasar jamu umumnya berasal dari tumbuhan alami yang memiliki khasiat tertentu bagi kesehatan. Sejak dahulu, nenek moyang Indonesia dikenal memiliki keterampilan dalam meracik ramuan jamu maupun obat tradisional yang digunakan untuk mengatasi berbagai jenis penyakit. Pengetahuan tersebut tidak hanya menunjukkan kearifan lokal dalam memanfaatkan kekayaan alam, tetapi juga merepresentasikan sistem pengobatan tradisional yang berakar kuat dalam budaya bangsa. Racikan berbahan alami tersebut diwariskan dari generasi ke generasi dan tetap relevan hingga saat ini, bahkan semakin dilirik sebagai alternatif pengobatan maupun penunjang kesehatan di tengah berkembangnya tren kembali ke alam (*back to nature*) (Munawaroh, 2013).

Selain sebagai warisan budaya, jamu juga mencerminkan kearifan lokal

yang menggabungkan pengetahuan empiris dengan nilai-nilai spiritual dan tradisi masyarakat. Penggunaan bahan-bahan alami seperti rimpang, daun, kulit batang, dan akar tanaman tidak hanya memperlihatkan kedekatan masyarakat Indonesia dengan alam, tetapi juga menjadi cerminan dari pola hidup sehat yang telah lama dianut. Dalam praktiknya, peracikan jamu tidak hanya mempertimbangkan khasiat zat aktif dari tumbuhan, tetapi juga filosofi keseimbangan tubuh dan lingkungan yang diyakini masyarakat tradisional. Oleh karena itu, pelestarian jamu bukan hanya penting dari sisi kesehatan, tetapi juga sebagai bagian dari identitas budaya bangsa yang perlu terus dijaga dan dikembangkan di tengah arus modernisasi (Handayani & Suryani, 2017).

### **Jamu Tradisional**

Jamu tradisional merupakan minuman herbal yang terbuat dari bahan – bahan tumbuhan, hewan, atau mineral. Jamu tradisional sudah ada sejak zaman kerajaan Mataram. Jamu tradisional umumnya dijajakan secara keliling dengan digendong atau dengan alat bantu gerobak. Jamu merupakan istilah yang digunakan untuk menyebut obat tradisional asal Indonesia. Untuk dapat disejajarkan dengan obat modern, jamu perlu melalui serangkaian tahapan pengujian, meliputi uji praklinis, uji teknologi farmasi, serta uji klinis pada pasien (Jas.RA, 2011). Dalam perkembangannya, keberadaan jamu tidak hanya dipertahankan sebagai warisan budaya, tetapi juga diarahkan menuju pengakuan ilmiah dalam sistem pengobatan modern. Pemerintah melalui Kementerian Kesehatan RI mendorong *saintifikasi jamu*, yaitu proses pembuktian ilmiah terhadap keamanan dan khasiat jamu berdasarkan kaidah penelitian biomedis. Tujuannya adalah agar jamu dapat digunakan secara lebih luas dalam pelayanan kesehatan formal, terutama pada

layanan kesehatan primer. Proses ini mencakup serangkaian tahapan seperti studi etnomedisin, uji praklinis, uji teknologi farmasi, dan uji klinik yang terstandar (Purwadianto dkk., 2017).

### **Jamu Modern**

Jamu modern merupakan bentuk inovasi dari jamu tradisional yang disesuaikan dengan tuntutan konsumen masa kini, baik dari segi kemasan, rasa, maupun cara konsumsi. Inovasi ini dilakukan agar jamu lebih mudah diterima oleh masyarakat urban, terutama generasi muda yang cenderung mengutamakan aspek praktis dan estetika dalam memilih produk kesehatan. Produk jamu siap minum, suplemen berbahan herbal, serta jamu dengan varian rasa seperti madu, jeruk, atau jahe susu merupakan contoh transformasi tersebut. Tidak hanya itu, pemanfaatan teknologi modern seperti *cold-pressed*, ekstraksi cairan aktif, dan mikronisasi bahan aktif bertujuan untuk menjaga stabilitas zat bioaktif tanpa mengurangi khasiat alaminya (Elfahmi, 2016). Transformasi ini juga ditunjang oleh standar farmasi dan pengawasan mutu agar produk jamu tidak hanya memenuhi selera konsumen, tetapi juga memenuhi standar keamanan dan efektivitas yang diakui secara ilmiah (Utami & Isnaini, 2020).

### **Karakteristik Konsumen**

Karakteristik konsumen jamu di Indonesia sangat bervariasi, namun beberapa ciri umum yang dapat ditemukan pada konsumen jamu antara lain :

1. Kesadaran kesehatan tinggi
2. Preferensi terhadap produk alami
3. Usia dan demografi
4. Minat terhadap warisan budaya

5. Pendidikan dan pengetahuan
6. Kepercayaan terhadap produk local
7. Preferensi terhadap kemasan praktis
8. Pengaruh trend dan media social.

### **Preferensi Konsumen**

Preferensi konsumen adalah elemen krusial dalam perilaku konsumen, serta berperan signifikan dalam pengambilan keputusan pembelian. Preferensi konsumen adalah kecenderungan atau pilihan konsumen terhadap suatu produk atau layanan dibandingkan alternative lainnya (Kotler & Keller, 2021). Preferensi ini mencerminkan nilai, selera dan prioritas konsumen saat memilih atau menggunakan produk atau layanan.

Preferensi konsumen terhadap jamu bervariasi berdasarkan beberapa faktor, namun ada beberapa preferensi umum yang dapat ditemukan dikalangan konsumen jamu :

1. Faktor bahan alami
2. Kepraktisan
3. Khasiat jamu yang jelas
4. Kemasan yang menarik dan higienis
5. Harga yang terjangkau
6. Kepercayaan kepada merk
7. Preferensi pada tradisi
8. Sertifikasi dan keamanan produk.

### **Atribut Produk**

Menurut Piyani dan Sahran (2018), atribut produk adalah komponen

penting yang melekat pada suatu barang dan berfungsi sebagai dasar dalam proses pengambilan keputusan konsumen. Atribut tersebut dapat berupa merek, kemasan, jaminan, layanan, maupun aspek lain yang menyertainya. Sementara itu, Arianty dkk. (2019) menegaskan bahwa atribut produk memiliki peran signifikan dalam memengaruhi berbagai pertimbangan konsumen sebelum melakukan pembelian.

Piyani dan Sahran (2018) menjelaskan bahwa atribut produk merupakan komponen esensial yang memengaruhi proses pengambilan keputusan konsumen. Atribut tersebut dapat mencakup merek, kemasan, jaminan, pelayanan, serta faktor lain yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih suatu produk. Pandangan ini sejalan dengan Arianty dkk. (2019) yang menegaskan bahwa atribut produk memiliki peran penting dalam pertimbangan konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian. Dalam konteks pemasaran jamu, pemahaman terhadap atribut produk menjadi faktor yang sangat strategis untuk menyesuaikan penawaran dengan preferensi konsumen yang semakin bervariasi (Sumarwan, 2011).

### **Pengertian Konsumen**

Konsumen dapat dipahami sebagai individu maupun kelompok yang melakukan pembelian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa guna memenuhi kebutuhan maupun keinginannya. Konsumen dapat berupa perseorangan, rumah tangga, maupun organisasi yang menggunakan produk atau layanan untuk konsumsi pribadi atau tujuan lain yang tidak berhubungan langsung dengan proses produksi barang atau jasa. Dalam perspektif ekonomi, konsumen memegang peranan penting sebagai pihak yang menciptakan permintaan terhadap barang atau jasa yang dihasilkan produsen.

Menurut Kotler dan Amstrong (2008), konsumen didefinisikan sebagai

setiap individu yang menggunakan barang dan/atau jasa yang tersedia di masyarakat untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain, dengan catatan penggunaan tersebut tidak dimaksudkan untuk tujuan komersial atau diperdagangkan (UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 1 Ayat 2).

### **Perilaku Konsumen**

Perilaku konsumen dapat dipahami sebagai interaksi individu dalam melacak, menentukan, membeli, menggunakan, serta mengevaluasi produk atau jasa guna memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Indrawati dkk. (2017) menegaskan bahwa perilaku konsumen mencakup proses pengambilan keputusan, kebiasaan pembelian, serta dipengaruhi oleh lingkungan dan tempat tinggal. Sementara itu, Laksana (2008) menjelaskan bahwa perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh sejumlah faktor, antara lain budaya, sosial, kepribadian, dan psikologis.

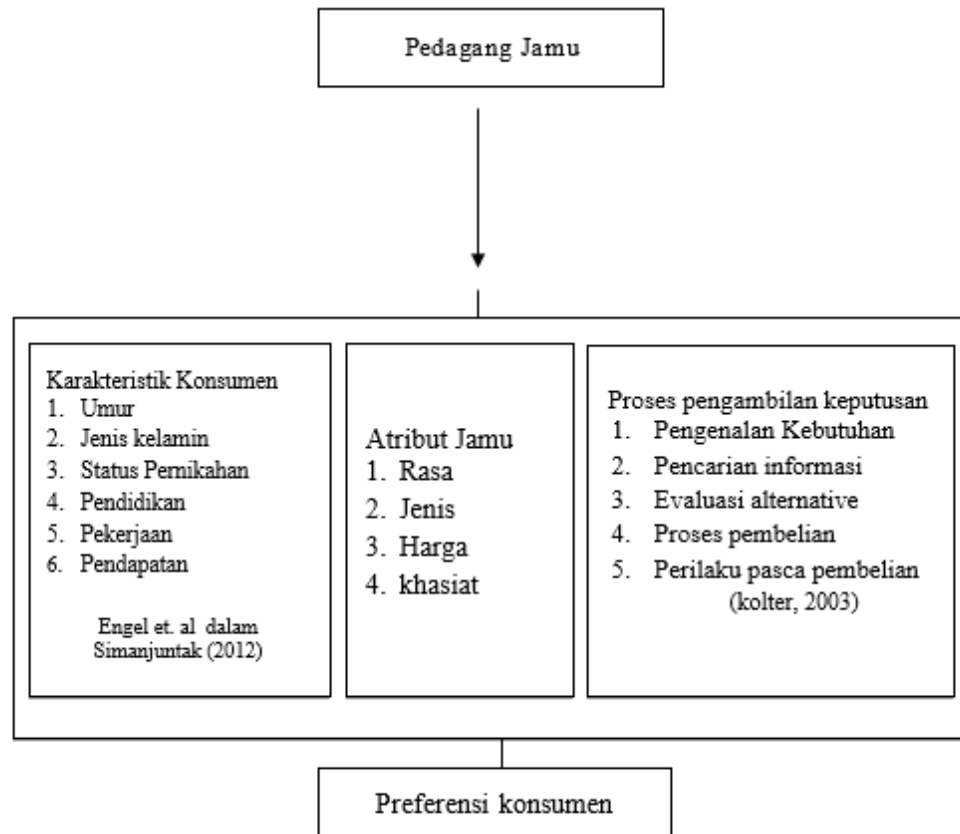
### **Penelitian Terdahulu**

Aditya Wibowo (2019) melakukan penelitian dengan judul Analisis Preferensi Konsumen Kopi Di Café Sruput Kopi (Studi Kasus : Kecamatan Lubuk Pakam, Deli Serdang). Dari hasil penelitian ini diperoleh yang menjadi preferensi konsumen design tempat yang nyaman dan citarasa yang pahit dan yang menjadi atribut konsumen harga, penyajian kopi dan jenis kopi.

Aji Haryanto (2019) melakukan penelitian dengan judul Analisis Preferensi Konsumen Beras di Pasar Tavip, Kota Binjai. Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi konsumen di Pasar Tavip Kota Binjai terhadap beras adalah beras dengan harga premium, bentuk medium (lonjong dan agak

bulat), warna putih susu, tekstur pulen, daya tahan kurang dari satu bulan, serta kemasan berukuran 15 kg. Atribut utama yang menjadi pertimbangan konsumen meliputi tingkat kepulenan, daya tahan, bentuk beras, ukuran kemasan, derajat putih, dan harga.

### Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Preferensi Konsumen Dalam Mengkonsumsi Jamu Angkringan LG di Kecamatan Medan Selayang

## **METODE PENELITIAN**

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus (*case study*), yakni pendekatan kualitatif yang dilakukan melalui pengamatan langsung di lapangan guna memperoleh pemahaman mendalam terhadap suatu fenomena atau peristiwa dalam konteks kehidupan nyata. Studi kasus memberikan kesempatan bagi peneliti untuk mengeksplorasi secara komprehensif suatu objek atau unit analisis tertentu dalam kurun waktu tertentu, dengan mempertimbangkan berbagai variabel dan dinamika yang terlibat secara kontekstual (Yin, 2014).

Metode studi kasus tidak hanya menekankan pada kedalaman data, tetapi juga pada kekayaan konteks yang menyertai fenomena yang diteliti. Oleh karena itu, pengumpulan data dalam studi kasus dapat melibatkan berbagai teknik seperti wawancara mendalam, observasi partisipatif, dokumentasi, dan studi arsip. Pendekatan ini memungkinkan triangulasi data yang kuat, sehingga validitas dan keandalan hasil penelitian dapat ditingkatkan (Creswell, 2013).

### **Metode Penentuan Lokasi**

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Medan Selayang, Provinsi Sumatera Utara, dengan penentuan lokasi secara *purposive* (sengaja). Pemilihan lokasi didasarkan pada pertimbangan bahwa di wilayah tersebut terdapat sentra penjual bahan-bahan jamu, toko penjual jamu serbuk, serta jamu gilingan. Selain itu, di lokasi ini banyak dijumpai pedagang jamu yang memperoleh bahan baku penjualan dari sentra tersebut. Penelitian dilaksanakan pada periode Juli hingga Agustus 2024.

### **Jenis dan Sumber data**

Jenis data yang dimanfaatkan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, yakni data yang disajikan dalam bentuk kata-kata, deskripsi, maupun pernyataan informatif. Sumber data penelitian dikategorikan menjadi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari lapangan melalui teknik observasi serta wawancara kepada responden dengan menggunakan instrumen berupa daftar pertanyaan (kuesioner) yang telah disusun sebelumnya. Adapun data sekunder bersumber dari lembaga atau pihak terkait yang relevan dengan objek penelitian, berupa dokumen, arsip, maupun literatur resmi, misalnya dari instansi pemerintah setempat seperti Kantor Kelurahan.

### **Metode Populasi dan Penarikan Sampel**

Berdasarkan hasil pra-survei yang dilakukan pada 24 Juli 2024 di Kecamatan Medan Selayang, ditemukan sebanyak 19 pedagang jamu. Menurut Chonen et al. (2007, hlm. 101), semakin besar ukuran sampel dari populasi yang ada maka hasil penelitian akan semakin baik, namun terdapat batas minimal jumlah sampel yang harus dipenuhi, yaitu 30 responden. Hal ini sejalan dengan pendapat Bailey dalam Mahmud (2011, hlm. 159) yang menyatakan bahwa ukuran sampel minimum adalah 30. Berdasarkan pertimbangan tersebut, peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 30 pedagang jamu. Selanjutnya, dari setiap pedagang diambil dua orang konsumen secara sengaja (*purposive*), sehingga diperoleh total 60 konsumen jamu yang dijadikan responden, yaitu konsumen yang sedang melakukan pembelian pada saat penelitian berlangsung.

### **Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan metode survey. Data

yang dikumpulkan berupa data primer dan data sekunder.

Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara langsung dengan konsumen jamu pagi dan jamu malam di wilayah Medan Denai menggunakan kuesioner yang telah disusun, serta melalui observasi langsung terhadap konsumen jamu angkringan di Kecamatan Medan Selayang. Pengumpulan data secara langsung ini bertujuan untuk mendapatkan informasi yang akurat dan kontekstual mengenai perilaku, preferensi, serta motivasi konsumen dalam mengonsumsi jamu tradisional. Wawancara dilakukan secara terstruktur untuk menjaga konsistensi pertanyaan, namun tetap terbuka terhadap dinamika yang muncul selama proses interaksi. Sementara itu, observasi dilakukan dengan pendekatan non-partisipatif guna memperoleh pemahaman yang objektif terhadap perilaku konsumsi jamu dalam konteks sosial. Observasi ini mencakup aspek-aspek seperti waktu pembelian, pola interaksi antara konsumen dan penjual, serta preferensi jenis jamu yang dikonsumsi.

Data Sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari instansi terkait, seperti Statistik Tanaman Hortikultura Provinsi Sumatera Utara, serta dari berbagai jurnal yang relevan. Data tersebut dimanfaatkan untuk mendukung hasil temuan data primer sekaligus memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai fenomena yang diteliti. Informasi yang diperoleh mencakup aspek produksi, distribusi, hingga konsumsi tanaman herbal, termasuk jamu tradisional sebagai fokus utama penelitian. Selain itu, referensi dari jurnal-jurnal ilmiah turut memberikan dasar teoritis serta hasil penelitian sebelumnya yang berfungsi sebagai pembanding maupun penguat dalam proses analisis. Dengan memadukan data primer dan sekunder, diharapkan penelitian ini memiliki validitas yang lebih tinggi

serta mampu menyajikan analisis yang lebih komprehensif (Sari, 2021).

### **Metode Analisis Data**

Sesuai dengan jenis penelitian yang digunakan, analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif. Metode ini bertujuan untuk menggambarkan objek penelitian berdasarkan fakta yang ditemukan di lapangan sebagaimana adanya. Pendekatan deskriptif kualitatif berupaya menjelaskan secara menyeluruh berbagai gejala atau kondisi yang terjadi sesuai dengan situasi nyata pada saat penelitian berlangsung (Mukhtar, 2013:38).

Metode deskriptif bertujuan untuk menyajikan dan menafsirkan data secara sistematis, faktual, dan akurat terkait situasi yang terjadi, termasuk fakta-fakta serta hubungan antarvariabel guna memperoleh kebenaran. Sementara itu, metode penelitian kualitatif lebih difokuskan pada pemahaman fenomena sosial dari perspektif partisipan, dengan menekankan pada pemaparan yang menyeluruh dan rinci sehingga mampu menggambarkan keterkaitan antarvariabel secara lebih mendalam.

Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami makna pengalaman (*verstehen*), mengembangkan teori, serta menjelaskan realitas yang bersifat kompleks. Pendekatan ini tidak dapat diukur dengan prosedur statistik, melainkan data diperoleh melalui kuesioner atau penghitungan frekuensi dan persentase, yang kemudian disajikan dalam bentuk tabel sederhana (Sugiyono, 2011).

Metode penelitian kualitatif berlandaskan pada filsafat fenomenologi yang menekankan pada proses pemahaman mendalam (*verstehen*). Pendekatan ini bertujuan untuk mengerti dan menafsirkan makna dari suatu peristiwa atau interaksi perilaku manusia dalam konteks tertentu berdasarkan sudut pandang peneliti.

Setelah data berhasil dihimpun dan disajikan dalam bentuk laporan, tahap berikutnya adalah melakukan analisis data (Usman & Setiady, 2004).

### **Definisi dan Batasan Oerasional**

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Pedagang jamu adalah individu yang memproduksi dan menjajakan jamu dengan berbagai cara, seperti berkeliling menggunakan gendongan, sepeda, atau sepeda motor, maupun menetap di suatu lokasi dengan menggunakan gerobak. Aktivitas ini dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidup, menambah pendapatan keluarga, baik sebagai pekerjaan utama maupun pekerjaan sampingan. Saat ini, aktivitas berdagang jamu tidak hanya dilakukan pada pagi hari, melainkan juga pada malam hari.
2. Umur merujuk pada usia kronologis konsumen jamu yang dihitung dalam satuan tahun.
3. Jenis kelamin merupakan identitas biologis konsumen jamu yang dibedakan menjadi dua kategori, yaitu laki-laki dan perempuan.
4. Status pernikahan adalah kondisi pernikahan konsumen pada saat penelitian dilakukan, dengan kategori menikah, belum menikah, janda, atau duda.
5. Tingkat pendidikan menunjukkan jenjang pendidikan formal yang pernah ditempuh oleh konsumen jamu, mulai dari sekolah dasar (SD), sekolah menengah pertama (SMP), sekolah menengah atas (SMA), hingga perguruan tinggi.

6. Pekerjaan merupakan aktivitas atau kegiatan yang dilakukan konsumen jamu malam untuk memperoleh penghasilan guna memenuhi kebutuhan hidup.
7. Pendapatan konsumen adalah jumlah penghasilan yang diterima konsumen, diukur dalam satuan rupiah (Rp), yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.
8. Atribut jamu adalah karakteristik yang melekat pada produk jamu, meliputi rasa, jenis, harga, dan khasiat.
9. Rasa adalah persepsi yang ditangkap oleh indra perasa (lidah) terhadap jamu, yang umumnya dikategorikan menjadi pahit dan tidak pahit, sesuai penilaian konsumen.
10. Harga merupakan nilai moneter yang ditetapkan untuk memperoleh produk jamu dalam proses pembelian.
11. Khasiat adalah manfaat atau efek positif yang dirasakan konsumen setelah mengonsumsi jamu sesuai tujuan penggunaannya.
12. Proses keputusan pembelian adalah rangkaian tahapan yang dilalui konsumen, dimulai dari pengenalan kebutuhan hingga keputusan membeli jamu, baik pada siang maupun malam hari.
13. Pengenalan kebutuhan merupakan tahap awal proses pengambilan keputusan ketika konsumen menyadari adanya kebutuhan terhadap produk jamu.
14. Pencarian informasi adalah tahap ketika konsumen berusaha memperoleh informasi tambahan mengenai produk jamu untuk mendukung keputusan pembelian.

15. Evaluasi alternatif adalah proses di mana konsumen membandingkan berbagai pilihan merek atau jenis jamu berdasarkan informasi yang diperoleh.
16. Proses pembelian adalah keputusan konsumen untuk melakukan pembelian jamu setelah melalui tahap evaluasi.
17. Pasca pembelian adalah tahap setelah konsumen mengonsumsi jamu, di mana tindakan lanjutan ditentukan oleh tingkat kepuasan atau ketidakpuasan terhadap produk.
18. Preferensi konsumen adalah tingkat kesukaan atau kecenderungan konsumen dalam memilih produk jamu tertentu dibandingkan dengan produk lain.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

Kecamatan Medan Selayang merupakan salah satu wilayah administratif di Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara. Secara geografis, wilayah ini menempati posisi strategis dalam jaringan antarkecamatan serta memiliki akses yang mudah menuju pusat kota, sehingga didukung oleh infrastruktur perdagangan, pendidikan, dan layanan kesehatan yang memadai. Berdasarkan data BPS Kota Medan (2024), jumlah penduduk Kecamatan Medan Selayang mencapai 104.144 jiwa, dengan rata-rata kepadatan sekitar 8.054 jiwa/km<sup>2</sup>. Keragaman sosial dan ekonomi masyarakat setempat mendorong pertumbuhan sektor ekonomi lokal, khususnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), termasuk usaha jamu angkringan yang kian berkembang sebagai alternatif konsumsi minuman tradisional.

Angkringan LG merupakan salah satu pelaku usaha jamu tradisional yang beroperasi di Kecamatan Medan Selayang. Usaha ini menyediakan berbagai jenis jamu siap minum yang dapat dinikmati langsung di lokasi maupun dibawa pulang. Seluruh produk diracik menggunakan bahan-bahan alami seperti kunyit, jahe, temulawak, dan kencur, tanpa tambahan pengawet kimia. Strategi ini tidak hanya mempertahankan khasiat alami dari bahan baku, tetapi juga memastikan keamanan konsumsi bagi pelanggan.

Dalam konteks pasar perkotaan, inovasi yang dilakukan Angkringan LG mencakup penyesuaian citarasa agar dapat diterima oleh beragam kalangan konsumen, termasuk generasi muda yang cenderung memilih produk dengan rasa lebih ringan namun tetap memiliki manfaat kesehatan (Nuraini, 2020). Pendekatan ini sejalan dengan tren konsumsi herbal modern yang memadukan nilai tradisional

dan kebutuhan gaya hidup praktis masyarakat urban (Utami, 2020). Selain itu, lokasi penjualan yang strategis dan pelayanan yang ramah menjadi faktor pendukung dalam membangun loyalitas pelanggan.

### **Karakteristik Responden**

Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi berbagai faktor demografis, antara lain umur, jenis kelamin, status pernikahan, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, dan tingkat pendapatan. Faktor-faktor demografis tersebut berperan penting dalam membentuk preferensi dan perilaku konsumen, karena setiap kategori dapat memengaruhi pola konsumsi, frekuensi pembelian, serta jenis produk jamu yang dipilih (Kolter, 2021). Misalnya, tingkat pendidikan dapat memengaruhi pengetahuan konsumen terhadap manfaat jamu, sementara tingkat pendapatan menentukan daya beli dan pilihan jenis produk (Sumarwan, 2011). Dengan demikian, pemahaman terhadap karakteristik ini menjadi dasar yang relevan untuk merumuskan strategi pemasaran yang sesuai dengan segmen pasar sasaran.

Karakteristik demografis tidak hanya menggambarkan profil konsumen, tetapi juga berfungsi sebagai indikator potensial dalam memprediksi respons pasar terhadap produk jamu. Misalnya, konsumen dengan rentang usia produktif cenderung mengonsumsi jamu sebagai bagian dari gaya hidup sehat, sementara kelompok usia lanjut lebih mengutamakan khasiat terapeutik untuk menjaga kebugaran tubuh (Laksana, 2008). Perbedaan jenis kelamin pun memengaruhi jenis jamu yang dipilih, di mana perempuan umumnya lebih mempertimbangkan aspek estetika dan kesehatan reproduksi, sedangkan laki-laki lebih fokus pada manfaat peningkatan stamina (Handayani 2019). Oleh karena itu, segmentasi pasar yang

didasarkan pada faktor demografis dapat membantu pelaku usaha dalam merancang produk dan strategi promosi yang lebih tepat sasaran.

### Umur Konsumen

Usia merupakan salah satu faktor demografis penting yang memengaruhi preferensi dan perilaku konsumsi suatu produk, termasuk jamu tradisional. Perbedaan kelompok usia dapat memengaruhi motivasi pembelian, frekuensi konsumsi, serta persepsi terhadap manfaat produk.

| Umur (Tahun) | Jumlah (Orang) | Persentase (%) |
|--------------|----------------|----------------|
| < 20         | 8              | 8,00           |
| 21–30        | 32             | 32,00          |
| 31–40        | 37             | 37,00          |
| > 40         | 23             | 23,00          |
| <b>Total</b> | <b>100</b>     | <b>100</b>     |

Distribusi Responden Berdasarkan Umur

Mayoritas responden berada pada rentang usia 31–40 tahun (37,00%), yang menunjukkan bahwa jamu tradisional diminati oleh kelompok usia produktif yang memiliki tingkat kesadaran kesehatan relatif tinggi. Kondisi ini sejalan dengan temuan penelitian Handayani & Suryani (2019) yang menyatakan bahwa kelompok usia produktif cenderung mengintegrasikan konsumsi herbal sebagai bagian dari gaya hidup sehat.

Kelompok usia ini umumnya berada pada fase aktif dalam pekerjaan dan kehidupan sosial, sehingga memiliki kebutuhan untuk menjaga stamina dan daya tahan tubuh agar produktivitas tetap terjaga. Selain itu, karakteristik kelompok usia produktif yang adaptif terhadap inovasi membuat mereka cenderung menerima modifikasi produk jamu, baik dari segi rasa maupun kemasan. Hal ini memberikan

peluang bagi pelaku usaha untuk mengembangkan strategi pemasaran berbasis inovasi tanpa menghilangkan nilai tradisional yang menjadi identitas jamu

### **Jenis Kelamin Konsumen**

Jenis kelamin merupakan salah satu variabel demografis yang relevan dalam menganalisis perilaku konsumsi jamu. Perbedaan jenis kelamin seringkali berpengaruh pada preferensi produk, frekuensi pembelian, serta tujuan konsumsi, misalnya untuk menjaga kesehatan, meningkatkan stamina, atau perawatan tubuh.

| <b>Jenis Kelamin</b> | <b>Jumlah (Orang)</b> | <b>Persentase (%)</b> |
|----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Laki-laki            | 56                    | 56,00                 |
| Perempuan            | 44                    | 44,00                 |
| <b>Total</b>         | <b>100</b>            | <b>100</b>            |

Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Konsumen Laki-laki (56,00%) sedikit lebih banyak dibandingkan Perempuan (44,00%). Temuan ini sejalan dengan penelitian mengungkapkan bahwa Laki-laki umumnya memiliki perhatian lebih besar dalam mengonsumsi jamu malam, termasuk dalam pemilihan asupan minuman herbal. variasi rasa dan kemasan modern, menjadi peluang pasar yang signifikan bagi pelaku usaha

### **Pekerjaan dan Pendapatan**

Sebagian besar responden bekerja sebagai karyawan swasta (40%), pedagang (25%), ibu rumah tangga (20%), dan profesi lain (15%). Tingkat pendapatan rata-rata responden berada pada kisaran Rp4.000.000 – Rp9.000.000 per bulan. Variasi jenis pekerjaan ini mencerminkan beragamnya latar belakang sosial ekonomi konsumen jamu angkringan. Tingkat pendapatan yang relatif

moderat menunjukkan bahwa harga produk jamu yang terjangkau menjadi salah satu faktor penting dalam mempertahankan minat beli. Selain itu, perbedaan pekerjaan berimplikasi pada pola konsumsi, di mana karyawan swasta cenderung membeli jamu di malam hari setelah bekerja, sedangkan ibu rumah tangga lebih sering membeli pada pagi atau siang hari. Fenomena ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran dan penjadwalan penjualan dapat dioptimalkan dengan mempertimbangkan kebiasaan konsumen berdasarkan profesinya.

### **Preferensi Konsumen terhadap Jamu Angkringan LG**

Rasa merupakan salah satu atribut sensorik yang sangat memengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk jamu. Preferensi rasa sering kali menjadi penentu utama, terutama bagi konsumen yang mengonsumsi jamu tidak hanya untuk tujuan kesehatan, tetapi juga untuk kenikmatan cita rasa<sup>1</sup>. Dalam penelitian ini, responden diminta untuk menyatakan preferensi mereka terhadap tiga kategori rasa jamu, yaitu pahit, tidak pahit, dan manis. Distribusi preferensi tersebut dapat dilihat pada Tabel dibawah ini:

| <b>Rasa Jamu</b> | <b>Jumlah (Orang)</b> | <b>Persentase (%)</b> |
|------------------|-----------------------|-----------------------|
| Pahit            | 48                    | 48,00                 |
| Tidak Pahit      | 38                    | 38,00                 |
| Manis            | 14                    | 14,00                 |
| <b>Total</b>     | <b>100</b>            | <b>100</b>            |

Sebagian besar konsumen memilih rasa tidak pahit (38,00%), yang mencerminkan adanya penyesuaian produsen terhadap selera generasi muda dan konsumen perkotaan yang umumnya kurang menyukai rasa pahit pada minuman

herbal. Kondisi ini sejalan dengan penelitian Nuraini & Saputra (2020) yang menegaskan bahwa faktor rasa merupakan salah satu determinan utama dalam preferensi konsumen terhadap produk jamu.

Preferensi terhadap rasa yang lebih ringan ini menunjukkan adanya pergeseran tren konsumsi jamu dari sekadar pengobatan tradisional menuju produk minuman kesehatan yang juga mempertimbangkan aspek kenikmatan saat dikonsumsi. Produsen yang mampu berinovasi dalam menciptakan rasa yang seimbang tetap mempertahankan khasiat herbal namun tidak terlalu pahit berpotensi menjangkau segmen pasar yang lebih luas, termasuk konsumen pemula yang baru mulai mengonsumsi jamu. Selain itu, strategi pengenalan varian rasa yang lebih bervariasi dapat menjadi salah satu upaya untuk meningkatkan daya tarik dan loyalitas konsumen terhadap produk jamu.

### **Preferensi Berdasarkan Jenis Jamu**

Jenis jamu yang paling disukai adalah Tolak Angin Komplit(48%), diikuti beras kencur (28%), temulawak (14%), dan lainnya (10%). Tingginya minat terhadap kunyit asam menunjukkan bahwa konsumen cenderung memilih varian jamu yang memiliki rasa segar, sedikit asam, dan relatif mudah diterima oleh berbagai kelompok usia. Kandungan kurkumin pada kunyit juga dikenal memiliki manfaat antiinflamasi dan antioksidan, sementara asam jawa memberikan sensasi rasa yang menyegarkan, sehingga kombinasi keduanya mampu memenuhi kebutuhan konsumen akan manfaat kesehatan sekaligus kenikmatan rasa.

Popularitas beras kencur sebagai pilihan kedua mengindikasikan adanya permintaan terhadap jamu yang memiliki aroma khas dan rasa gurih manis, yang umumnya digemari oleh kalangan muda maupun anak-anak. Sementara itu,

temulawak diminati terutama oleh konsumen yang fokus pada khasiat peningkatan nafsu makan dan pemeliharaan fungsi hati. Temuan ini menunjukkan bahwa produsen dapat mempertahankan varian unggulan seperti kunyit asam dan beras kencur, sembari melakukan inovasi rasa pada varian lain untuk memperluas segmen pasar.

### **Preferensi Berdasarkan Harga**

Sebanyak 70% responden menyatakan bahwa harga Rp10.000–Rp15.000 per gelas tergolong terjangkau dan sesuai dengan daya beli mereka. Hal ini menunjukkan bahwa penetapan harga saat ini telah berada pada titik optimal, di mana konsumen merasa memperoleh nilai yang sepadan antara manfaat dan biaya yang dikeluarkan. Rentang harga tersebut juga berada dalam kisaran psikologis konsumen untuk kategori minuman kesehatan, sehingga tidak menimbulkan persepsi mahal ataupun kualitas rendah. Selain itu, harga yang dianggap wajar berkontribusi pada frekuensi pembelian yang lebih rutin, terutama pada konsumen yang menjadikan jamu sebagai bagian dari kebiasaan harian. Temuan ini mengindikasikan bahwa strategi penetapan harga (pricing strategy) yang konsisten dan sesuai dengan segmentasi pasar menjadi salah satu faktor keberhasilan pemasaran jamu angkringan.

### **Preferensi Berdasarkan Khasiat**

Mayoritas konsumen memilih jamu untuk tujuan menjaga stamina (45%), diikuti untuk mengatasi pegal-pegal (30%), dan meningkatkan daya tahan tubuh (25%). Pola ini menunjukkan bahwa konsumen memandang jamu angkringan tidak hanya sebagai minuman tradisional, tetapi juga sebagai sarana pemeliharaan

kesehatan yang bersifat preventif. Pilihan menjaga stamina sebagai tujuan utama sejalan dengan tren gaya hidup sehat masyarakat perkotaan yang menekankan pentingnya energi dan kebugaran untuk menunjang aktivitas sehari-hari. Sementara itu, pemilihan jamu untuk mengatasi pegal-pegal mengindikasikan peran jamu sebagai solusi praktis bagi keluhan fisik akibat aktivitas fisik atau pekerjaan yang padat. Adapun peningkatan daya tahan tubuh menjadi prioritas bagi sebagian konsumen, terutama di tengah meningkatnya kesadaran akan pentingnya imunitas pasca-pandemi. Temuan ini dapat menjadi dasar bagi pelaku usaha untuk memfokuskan promosi pada manfaat utama jamu yang relevan dengan kebutuhan konsumen saat ini.

### **Preferensi Berdasarkan Kemasan dan Penyajian**

Sebanyak 60% responden menyukai kemasan gelas plastik bersegel karena dianggap lebih higienis dan praktis untuk dibawa pulang, terutama bagi konsumen yang membeli jamu untuk dikonsumsi di luar lokasi penjualan. Sementara itu, 40% responden memilih kemasan gelas kaca karena dinilai lebih ramah lingkungan, dapat digunakan kembali, dan memberikan kesan lebih premium pada produk. Preferensi ini menunjukkan adanya perbedaan orientasi konsumen, di mana sebagian mengutamakan aspek kenyamanan dan keamanan produk, sedangkan sebagian lainnya mempertimbangkan dampak lingkungan dari kemasan yang digunakan. Kondisi ini menjadi peluang bagi produsen untuk mengembangkan strategi kemasan ganda (*dual packaging strategy*) yang memungkinkan konsumen memilih jenis kemasan sesuai kebutuhan dan preferensi masing-masing.

### Analisis Atribut Produk yang Paling Dipertimbangkan Konsumen

Analisis atribut produk dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap jamu angkringan. Setiap atribut memiliki peran yang berbeda dalam membentuk persepsi dan preferensi konsumen, mulai dari rasa, khasiat, harga, jenis, hingga kemasan. Pemahaman terhadap atribut yang dianggap paling penting oleh konsumen dapat membantu pelaku usaha dalam merumuskan strategi pengembangan produk yang tepat sasaran. Hasil penilaian responden terhadap tingkat kepentingan masing-masing atribut disajikan pada Tabel dibawah ini :

| Atribut Produk | Skor Kepentingan | Peringkat |
|----------------|------------------|-----------|
| Rasa           | 285              | 1         |
| Khasiat        | 270              | 2         |
| Harga          | 250              | 3         |
| Jenis          | 220              | 4         |
| Kemasan        | 200              | 5         |

Rasa dan khasiat menjadi dua atribut utama yang dipertimbangkan konsumen, sejalan dengan temuan Nuraini & Saputra (2020) yang menyatakan bahwa kualitas sensorik dan manfaat kesehatan merupakan faktor dominan dalam pembelian produk herbal. Rasa yang enak dan mudah diterima konsumen dapat meningkatkan minat beli awal, sementara khasiat yang terbukti memberikan manfaat kesehatan berperan penting dalam mempertahankan loyalitas konsumen. Kombinasi kedua faktor ini menciptakan nilai tambah bagi produk, di mana konsumen tidak hanya memperoleh kepuasan secara organoleptik, tetapi juga mendapatkan manfaat fungsional bagi tubuh. Temuan ini mengimplikasikan bahwa produsen jamu angkringan perlu menjaga konsistensi rasa dan khasiat melalui pemilihan bahan baku berkualitas, proses pengolahan yang higienis, serta inovasi

varian rasa yang tetap mempertahankan kandungan aktif herbal. Pendekatan ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing produk jamu angkringan, baik di pasar tradisional maupun modern.

### **Pola dan Perilaku Konsumsi Jamu**

Sebanyak 50% konsumen membeli jamu sebanyak 3–4 kali dalam seminggu, 30% mengonsumsinya setiap hari, dan 20% hanya membeli ketika merasa kurang sehat. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen memiliki pola konsumsi jamu yang relatif rutin, meskipun tidak setiap hari, yang mengindikasikan jamu angkringan telah menjadi bagian dari kebiasaan hidup sebagian masyarakat<sup>1</sup>. Frekuensi pembelian yang tinggi juga dapat mencerminkan tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan layanan yang diberikan.

Waktu pembelian terbanyak terjadi pada malam hari (70%), diikuti pagi hari (30%). Tingginya transaksi pada malam hari mengindikasikan bahwa jamu angkringan berperan sebagai alternatif minuman sehat di waktu santai atau setelah beraktivitas<sup>2</sup>. Hal ini selaras dengan kebiasaan masyarakat perkotaan yang memanfaatkan malam hari untuk bersosialisasi atau beristirahat di luar rumah. Bagi pelaku usaha, informasi ini penting untuk menentukan strategi operasional, seperti penentuan jam buka, penempatan promosi pada jam-jam tertentu, dan penyediaan varian menu yang sesuai dengan preferensi waktu konsumsi. Alasan memilih jamu angkringan meliputi:

- a) Khasiat dan rasa yang sesuai selera (40%)
- b) Harga terjangkau (35%)
- c) Lokasi strategis dan pelayanan ramah (25%)

## Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi konsumen terhadap jamu angkringan dipengaruhi oleh kombinasi atribut produk, terutama rasa dan khasiat. Konsumen cenderung menginginkan jamu dengan cita rasa yang lebih ringan tanpa menghilangkan manfaat kesehatannya. Temuan ini konsisten dengan penelitian Piyani & Sahran (2018) yang menyatakan bahwa atribut rasa dan manfaat memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Keberhasilan produsen dalam menyeimbangkan kedua atribut ini akan berkontribusi pada peningkatan loyalitas pelanggan dan memperluas pangsa pasar.

Pola konsumsi yang cenderung meningkat pada malam hari mengindikasikan bahwa jamu angkringan memiliki peluang pasar sebagai alternatif minuman sehat di waktu santai. Fenomena ini berkaitan dengan gaya hidup masyarakat perkotaan yang memanfaatkan waktu malam untuk bersosialisasi atau beristirahat setelah beraktivitas seharian. Oleh karena itu, strategi pemasaran dapat difokuskan pada segmen konsumen usia produktif dan keluarga, dengan mengedepankan inovasi rasa yang disesuaikan selera modern, namun tetap mempertahankan khasiat herbal tradisional.

Lebih lanjut, pendekatan pemasaran berbasis nilai (*value-based marketing*) dapat diterapkan dengan memadukan aspek kesehatan, kenyamanan, dan pengalaman sosial dalam mengonsumsi jamu angkringan. Misalnya, melalui penyajian yang menarik, kemasan praktis untuk dibawa pulang, dan promosi melalui media sosial untuk menjangkau konsumen muda. Dengan demikian, jamu angkringan tidak hanya diposisikan sebagai minuman tradisional, tetapi juga

sebagai bagian dari gaya hidup sehat yang relevan dengan kebutuhan masyarakat masa kini.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data mengenai preferensi konsumen terhadap jamu angkringan di Kecamatan Medan Selayang, dapat disimpulkan bahwa:

1. Atribut Produk yang Paling Dipertimbangkan Konsumen, Konsumen menempatkan rasa dan khasiat sebagai atribut utama dalam memilih jamu angkringan. Rasa yang ringan namun tetap mempertahankan khasiat menjadi faktor kunci yang memengaruhi minat beli, sejalan dengan temuan Nuraini & Saputra (2020) bahwa kualitas sensorik dan manfaat kesehatan merupakan determinan utama dalam pembelian produk herbal.
2. Karakteristik dan Pola Konsumsi Konsumen, Mayoritas konsumen berada pada kelompok usia produktif (31–40 tahun) dengan dominasi jenis kelamin Laki-Laki Pola konsumsi jamu angkringan cenderung rutin, terutama pada malam hari, dengan tujuan utama menjaga stamina, mengatasi pegal-pegal, dan meningkatkan daya tahan tubuh.
3. Faktor Pendukung Keputusan Pembelian, Harga yang berada pada kisaran Rp10.000–Rp15.000 per gelas dianggap terjangkau oleh sebagian besar konsumen, sedangkan kemasan yang higienis dan praktis menjadi nilai tambah. Preferensi terhadap varian rasa tidak pahit dan jenis jamu seperti Tolak Angin Komplit menunjukkan adanya pergeseran selera ke arah minuman herbal yang lebih mudah diterima lidah konsumen modern.

## **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat dijadikan acuan bagi pelaku usaha jamu angkringan maupun pihak terkait. Saran-saran ini diharapkan dapat membantu dalam pengembangan produk, strategi pemasaran, dan peningkatan kepuasan konsumen, sehingga keberlangsungan usaha dapat terjaga sekaligus memberikan manfaat kesehatan yang optimal bagi masyarakat.

1. Inovasi Produk Berbasis Selera Konsumen, Produsen disarankan untuk terus mengembangkan varian rasa yang ringan namun tetap mempertahankan khasiat herbal, serta memperkenalkan variasi baru untuk menarik minat segmen pasar yang lebih luas.
2. Optimalisasi Strategi Pemasaran Waktu Malam, Mengingat tingginya pembelian pada malam hari, pelaku usaha dapat memperkuat promosi pada jam tersebut, misalnya dengan paket hemat, program loyalitas, atau penampilan live music yang mendukung suasana santai.
3. Pengembangan Kemasan Ramah Lingkungan, Untuk menjawab kebutuhan konsumen yang peduli lingkungan, disarankan adanya opsi kemasan gelas kaca atau bahan biodegradable, tanpa mengurangi aspek higienis dan kepraktisan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arianty, N., et al. (2019). Pengaruh Atribut Produk terhadap Minat Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(2), 110–117.
- Batubara, I., Purwaningsih, N., dan Mawasti, T. (2020). Profil Produk Jamu Industri Mikro, Kecil, dan Menengah di Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Jamu Indonesia*, 5(3), 106– 113.
- Badan POM RI. (2018). Jamu sebagai warisan budaya bangsa dan penggerak perekonomian Indonesia — informasi pendukung dari siaran pers BPOM dan laporan Kompas/BSIP Perkebunan (Mei 2025) mengenai Hari Jamu Nasional dan potensi ekonomi jamu di Indonesi
- Elfahmi, Woerdenbag, H. J., dan Kayser, O. (2014). Jamu: Indonesian traditional herbal medicine towards rational phytopharmacological use. *Journal of Herbal Medicine*, 4(2).
- Fauzi, A. & Sari, R. D. (2020). Peran Teknologi dalam Pemasaran Produk Jamu Tradisional di Era Digital. *Jurnal Pemasaran*, 11(1), 112–130.
- Handayani, N., & Suryani, D. (2019). Integrasi Pengobatan Tradisional Berbasis Bukti: Studi tentang Peran Jamu dalam Kesehatan Masyarakat. *Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat*, 10(2), 101–110.
- Irawan, D., Prabowo, H., Kuncoro, E. A., dan Thoha, N. (2022). Operational Resilience as a Key Determinant of Corporate Sustainable Longevity in the Indonesian Jamu Industry. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 14, Issue 11). MDPI.
- KNEKS. (2021). Insight: *Islamic Economy Bulletin*. Edisi Ketigabelas, Desember, (diakses 01 Maret 2023).
- Kusumo, A. R., Wiyoga, F. Y., Perdana, H. P., Khairunnisa, I., Suhandi, R. I., dan Prastika, S. S. (2020). Jamu Tradisional Indonesia: Tingkatkan Imunitas Tubuh Secara Alami Selama Pandemi. *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Services)*, 4(2), 465–471.
- Kementerian Kesehatan RI. (2010). Permenkes No. 003/2010: Program saintifikasi jamu sebagai bagian dari standar keamanan ilmiah — tersedia secara daring melalui artikel “Nilai Ekonomi Jamu: Potensi Besar dari Warisan Lokal” (Investing.com, 2023)
- Munica, R. D., Ulya, M., Fakhry, D. M., Telang, J. R., dan Kamal, K. (2017). Analisis Strategi Pengembangan Industri Jamu Tradisional di Kabupaten Bangkalan. *AGROINTEK*, 11(2), 84–90.

- Munir, M., Hidayat, K., Fakhry, M., dan Mu'tamar, M. F. F. (2019). Pengaruh Pengetahuan Halal, Kesadaran Halal (Halal Awareness) dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Jamu Madura. *Agroindustrial Technology Journal*, 3(2), 95.
- Nasution, A. K., Wijaya, S. H., Gao, P., Islam, R. M., Huang, M., Ono, N., Kanaya, S., dan Altaf-UI-Amin, M. (2022). Prediction of Potential Natural Antibiotics Plants Based on Jamu Formula Using Random Forest Classifier. *Antibiotics*, 11(9).
- Nowira, P. A., dan Sari, R. P. (2021). Strategi Persaingan Jamu Gunanty Menggunakan Matriks: Internal Eksternal, Bowman Strategy, Grand Strategy dan Profil Kompetitif. *JISI: Jurnal Integrasi Sistem Industri*, 8(2), 53.
- Nuraliyah, M. I., Adiba, E. M., dan Amir, F. (2023). Keputusan Sertifikasi Halal oleh UMKM di Bangkalan (Apakah Religiusitas dan Biaya Sertifikasi berpengaruh?). *Jurnal Tadbir Peradapan*, 3(1), 1–9.
- Nuraini, R., & Saputra, R. (2020). Pengaruh Atribut Produk terhadap Preferensi dan Keputusan Pembelian Konsumen Produk Herbal. *Jurnal Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 5(2), 75–84.
- Piyani, N. & Sahran, A. (2018). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(1), 21–30.
- Purwantisari, S., Ardiansari, A., Jannah, S. N., Rizky, D., Saputro, W., dan Saputro, R. W. (2022). Strategi Pemasaran Serbuk Jamu Instan UMKM Tiga Dara di Masa Pandemi Covid 19. *Riwayat Artikel: Dikirim*, 4(2), 154–159.
- Satriyati, E. (2017). Menjaga Tradisi Minum Jamu Madura dengan Penyampaian Pesan Interpersonal Kesehatan antara Peramu dan Pengguna. *DIMENSI*, 10(2), 24–35.
- Solehah, R., Destiarni, R. P., dan Muti'ah, D. (2022). Strategi Pengembangan Bisnis UMKM Jamu Tradisional Madura Melalui Pendekatan Analisis SWOT (Studi Kasus: UMKM Jamu Tradisional Madura di Kabupaten Pamekasan). *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan*, 8(1), 480–489.
- Susilawati, dan Hikmatulloh. (2021). Bisnis UKM Jamu Raden Sri Rastra di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Swabumi*, 9(1), 57–63.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Utami, A., & Isnaini, L. (2020). Inovasi Produk Herbal Tradisional Berbasis Teknologi dan Gaya Hidup Modern. *Jurnal Teknologi Farmasi Indonesia*, 9(1), 45–53.