2024. GRISOMICS: Agribusiness Social Economiics 1(1): 23 - 32

Profil Konsumen Jamu Tradisional di Kota Bengkulu

Profile of the Consumer of Traditional Jamu in Bengkulu City

Agung Trisusilo[1*]

[1]Universitas Bengkulu / Program Studi Agribisnis
[*]E-mail : atrisusilo@unib.ac.id
***Nomor HP/Whatsapp: 085369160616**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis karakteristik konsumen jamu tradisional di Kota Bengkulu. Lokasi penelitian dipilih secara *purposive,* yaitu di Kota Bengkulu. Penelitian dilakukan pada bulan Agustus 2022 dengan melibatkan 96 konsumen jamu yang dipilih secara *accidental sampling.* Analisis yang digunakan adalah deskripstif kuantitatif dengan pendekatan data demografi konsumen. Dari hasil analisis diketahui bahwa mayoritas konsumen jamu tradisional di Kota Bengkulu merupakan perempuan dengan rata-rata umur 38,08 tahun. Memiliki latar belakang etnis yang beragam namun tetap didominasi oleh etnis jawa. Mayoritas dari mereka berpendidikan SMA hingga diploma/Sarjana dengan penghasilan antara Rp 300.000 – Rp 2.500.000/ bulan. Terdapat empat pola konsumsi yang dilakukan oleh mereka yaitu konsumen yang rutin mengkonsumsi, mengkonsumsi jika bertemu pedagang jamu, menyesuaikan kebutuhan, dan jika merasa tidak enak badan.

Kata kunci : demografi konsumen, jamu tradisional, dan profil konsumen

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the characteristics of traditional jamu consumers in the Bengkulu city. The research location is selected purposely, it is in the Bengkulu city. The study was conducted in August 2022, involving 96 consumers are randomly selected with accidental sampling. The analysis used is quantitative descriptive with a consumer demographic data approach. From the results of the analysis, it is known that the majority of traditional jamu consumers in the Bengkulu City are women with an average age of 38,08 years. It has a diverse ethnic background but remains dominated by the ethnic Javanese. The majority of them are educated Senior Hight School to graduate degree with income between Rp 300,000 - Rp 2,500,000/month. Four consumption patterns are regularly consumed by consumers, when they meet a vendor, Adjust the needs, If they feel bad.

Keywords: consumers demographic, consumers profile, and traditional jamu

PENDAHULUAN

Masyarakat Indonesia memiliki kebiasaan meracik daun dan akar serta umbi-umbian untuk menghasilkan ramuan yang dapat digunakan dalam penyembuhan berbagai macam penyakit. Hasil racikan tersebut dikenal sebagai obat tradisional. Menurut Peraturan Kementerian Kesehatan Republik Indonesia No. 0584/MENKES/SK/VI/1995 obat tradisional merupakan bahan atau ramuan bahan yang berupa bahan tumbuhan, bahan hewan, bahan mineral, sediaan sarian (galenik) atau campuran dari bahan tersebut yang secara turun-temurun dan terapkan sesuai dengan norma yang berlaku dalam masyarakat. Dalam kebudayaan

jawa produk yang dihasilkan dari kebiasaan ini disebut dengan jamu. Kamus Besar Bahasa Indonesia (2023) mendefinisikan jamu sebagai obat yang dibuat dari akar-akaran, daun-daunan dan sebagainya. Jadi dapat disimpulkan bahwa obat atau jamu merupakan produk yang dihasilkan dari kebiasaan masyarakat dalam memanfaatkan seluruh bagian dari tumbuhan berkhasiat obat dengan tujuan mendapatkan manfaat darinya.

Jamu trasdisional identik dengan kebudayaan jawa. Namun seiring berjalannya waktu jamu tradisonal telah dikenal oleh masyarakat secara luas, baik lokal maupun internasional. Salah satu pihak yang berperan dalam hal ini adalah para pedagang jamu. Umumnya pedagang jamu merupakan wanita. Mereka berasal dari suku jawa, masuk ke daerah lainnya di nusantara melalui program transmigrasi atau pun merantau secara swakarsa. Mereka mengerahkan segala kemampuan yang dimiliki demi mendapatkan penghidupan yang layak di tempat yang baru. Salah satu keahlian yang mereka manfaatkan adalah meracik obat tradisional yang saat ini dikenal sebagai jamu tradisional. (Trisusilo, Putri, & Apri, 2020)

Kota Bengkulu menjadi salah satu destinasi mereka untuk mencari rezeki. Mereka mengandalkan kemampuan individu dalam memproduksi dan mengelola usaha yang dijalani. Setiap tahapan dikerjakan sendiri, mulai dari pengadaan bahan baku dan penolong, memproduksi jamu, hingga memasarkannya dari rumah ke rumah. Jenis jamu yang dijual antara lain beras kencur, kunyit asem, wedang jahe, pahitan, serta berbagai macam jamu bubuk racikan yang akan disedu sesuai pesanan konsumen. Mayoritas pedagang jamu berjualan dengan berjalan kaki menggendong bakul yang berisi botol-botol jamu, mengenakan kain jarik batik, dengan menenteng ember kecil di salah satu tangan yang berisi gelas. Namun seiring berkembangnya zaman, saat ini beberapa dari mereka telah mengendarai sepeda atau pun sepeda motor selama menjajakan dagangannya. Metode yang selama ini dijalani membuat usaha mereka sulit berkembang, sehingga mereka tidak mendapatkan manfaat yang optimal dari keahlian yang dimiliki. Menurut Trisusilo, dkk (2020) rata-rata pedagang jamu tradisional di Kota Bengkulu telah berjualan jamu selama 24,23 tahun. Dengan pengalaman tersebut seharusnya mereka sudah memiliki usaha yang lebih mapan. Namun realitanya sampai saat ini mereka masih harus berjuang sendiri dalam menjalankan usahanya.

Faktor yang menyebabkan usaha jamu tradisional di Kota Bengkulu saat itu sulit berkembang adalah tidak adanya organisasi yang menaungi mereka. Organisasi ini berperan penting dalam mengkoordinir para pedagang jamu sehingga mereka dapat terfasilitasi dengan baik guna meng-*upgrade* kemampuan manajemen usaha mereka. Selain itu, dengan adanya organisasi mereka dapat mengakses program-program pemerintah yang dapat mendukung pengembangan usaha. Saat ini pedagang jamu tradisional di Kota Bengkulu telah tergabung dalam sebuah kelompok usaha yang diberi nama KUBE SUMBER REZEKI. Kelompok ini menjadi media bagi anggotanya dalam mendapatkan informasi dan pendidikan dari para stakeholder, sehingga usaha yang mereka jalani mampu dikelola dengan lebih baik.

Pedagang jamu di Kota Bengkulu menjual produknya secara *accidental*. Artinya mereka belum punya segmentasi pasar yang jelas. Hal ini membuat pedagang jamu harus berhadapan dengan pasar yang sangat luas dan penuh ketidakpastian. Di dalam pasar terdiri dari banyak pembeli dengan berbagai motif, perilaku, dan kebiasaan pembelian. Kondisi ini menunjukkan bahwa sebenarnya pasar tidak lah homogen. Oleh sebab itu, sebuah perusahaan perlu melakukan segmentasi pasar, tidak terkecuali usaha jamu tradisional. Menurut Kasali (2007) segmentasi merupakan kegiatan mengelompokkan pasar dengan tujuan mencari kelompok konsumen yang potensial serta memiliki kesamaan kebutuhan, karakteristik dan respon dalam penggunaan uangnya. Selanjutnya Kotler & Keller (2008) menyatakan segmentasi pasar ialah usaha mencari target pasar

yang dilakukan oleh perusahaan dengan cara mengelompokkan pelanggan menjadi beberapa kelompok yang memiliki karakteristik kebutuhan yang sama.

Segmentasi pasar perlu dilakukan oleh pedagang jamu agar aktifitas pemasaran dapat dilakukan secara efektif dan efisien. Menurut Sitanggang, (2022) efektif merupakan sebuah upaya mendapatkan manfaat sesuai yang dikehendaki atas suatu tindakan. Sedangkan efisien adalah kemampuan menghasilkan sesuatu yang diinginkan tanpa membuang-buang bahan, waktu, atau energi berlebih. Secara umum segmentasi pasar bertujuan untuk mengelompokkan pasar menjadi homogen. Dengan begitu perusahaan akan mendapatan manfaat yang lebih besar, antara lain: a) memudahkan dalam mengidentifikasi pengembangan produk; b) membantu dalam membuat desain pemasaran produk; dan c) memaksimalkan pengalokasian sumber daya pemasaran.

Selama ini para pedagang jamu konsisten memproduksi dan menjual produknya dengan metode sama. Mereka tidak pernah melakukan evaluasi terhadap usahanya. Pada prinsipnya mereka menjalani usaha ini tanpa adanya manajemen yang pasti. Resikonya adalah tidak adanya jaminan seluruh jamu yang diproduksi dapat terjual pada hari itu, tentunya hal ini akan berimbas pada fluktuasi penerimaan yang diperoleh. Mereka menganggap metode yang dijalani sudah sesuai dan semaksimal yang mereka mampu. Berdasarkan uraian di atas, agar pemasaran jamu tradisional di Kota Bengkulu dapat dilakukan secara efektif dan efisien, dirasa perlu dilakukan penelitian tentang profil konsumen jamu tradisional di Kota Bengkulu. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis karakteristik konsumen jamu tradisional di Kota Bengkulu.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kota Bengkulu pada Bulan Agustus 2022. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan Kota Bengkulu merupakan pusat ekonomi Provinsi Bengkulu, sehingga ada banyak pedagang jamu tradisional yang menjajakan produknya. Selain itu pedagang jamu tradisional di Kota Bengkulu juga sudah bernaung dalam sebuah kelompok usaha, sehingga informasi yang diperoleh dari penelitian ini akan lebih mudah disosialisasikan dan terapkan dalam praktiknya di lapangan.

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen jamu yang ditemui saat sedang mengkonsumsi jamu tradisional. Mereka berumur minimal 15 tahun karena pada umur tersebut mereka dianggap telah memahami setiap pertanyaan yang akan ditanyakan dan mampu menjawab setiap pertanyaan dengan baik. Selain itu mereka juga telah mengkonsumsi jamu minimal 2 kali dari pedagangan yang sama, hal ini menunjukkan bahwa responden merupakan konsumen yang loyal. Responden dipilih dengan cara *accidental sampling*, yaitu dengan menemui konsumen jamu yang kebetulan ditemui dan dianggap sesuai dengan kriteria sebagai responden (Sugiyono, 2013).

Formulasi yang digunakan Lemeshow & David (1997) digunakan dalam menentukan jumlah responden. Formulasinya sebagai berikut:

$$\mathrm{n} = \frac{\mathrm{Z}^2[p(1-p)]}{(MOE)^2}$$

Keterangan : n = ukuran sampel; p = peluang = 0,5; nilai tabel Z 95 % = 1,96; MOE = batas toleransi kesalahan 10% = 0,1. Dengan formulasi tersebut didapatkan jumlah responden 96 orang dengan rincian sebagai berikut:

$$n = \frac{1{,}96^2[0{,}5(1-0{,}5)]}{(10\%)^2} = 96{,}04 \approx 96$$

Data dan informasi yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui penelitian lapangan (*field research*) dan penelitian kepustakaan (*library research*). *Field research* adalah metode pengumpulan data secara langsung melalui wawancara responden dan stakeholder terkait. *Library research* adalah metode pengumpulan data dengan cara membaca buku ilmiah, literatur, jurnal penelitian terdahulu serta sumber lainnya yang berhubungan dengan penelitian (Sekaran, 2000).

Data yang diperoleh disajikan dengan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. Menurut Arikunto, (2019) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan peneltian. Selanjutnya Narbuko & Abu (2015) menyatakan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha menuturkan pemecahan masalah berdasarkan data-data dengan menyajikan, menganalisis dan mengintepretasikannya. Sedangkan penelitian deskriptif kuantitatif menurut Bungin (2015) adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan, menjelaskan atau meringkas berbagai kondisi, situasi, fenomena, atau berbagai variabel penelitian menurut kejadian sebagaimana adanya yang dapat dipotret, diwawancarai, diobservasi, serta yang dapat diungkapkan melalui bahan-bahan dokumenter. Jadi dapat disimpulkan penelitian deskriptif kauntitatif merupakan metode penelitian yang bersifat menguraikan tanpa melakukan pengujian secara statistik. Dengan teknik ini fakta-fakta yang diperoleh diceritakan secara mendetail dengan bantuan data kuantitatif dan info grafis yang menarik. Data yang disajikan juga disertai justifikasi yang kuat dari *library research*.

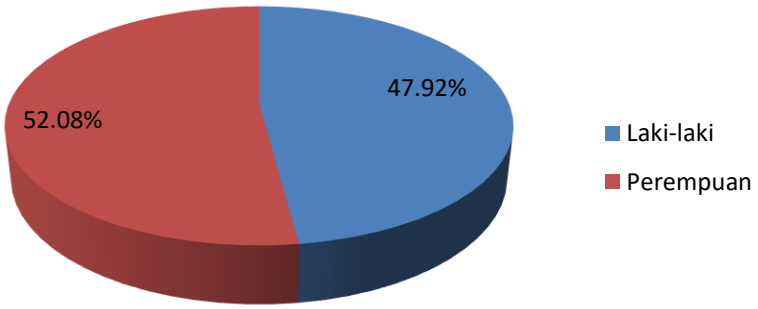
Menurut Suparso (2021) terdapat dua kelompok besar yang bisa digunakan dalam melakukan segmentasi pasar konsumen. Pertama adalah segmentasi berdasarkan ciri-ciri konsumen, seperti geografis, demografis, psychografis dan perilaku. Kedua adalah segmentasi berdasarkan tanggapan konsumen terhadap manfaat yang dicari, waktu penggunaan dan merek. Dalam penelitian ini menggunakan segmentasi berdasarkan ciri demografi konsumen. Data yang disajikan berupa karakteristik konsumen jamu yang terdiri dari jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, latar belakang etnis, jumlah penghasilan, dan pola konsumsi jamu tradisional oleh konsumen. Pendekatan demografis dipilih karena variabel-variabelnya memiliki keeratan dengan keinginan konsumen atau tingkat pemakaiannya. Selain itu variabel demografis lebih mudah diukur secara kuantitatif dibandingkan dengan variabel lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam sebuah mekanisme perdagangan ada istilah pembeli adalah raja. Mereka mempunyai hak penuh dalam menentukan produk apa yang akan dikonsumsi, bagaimana kriterianya, dan tentu berapa banyak jumlah yang akan dikonsumsi. Kebiasaan konsumen tersebut akan sangat beragam pada setiap jenis produk. Untuk itu agar didapatkan segmentasi pasar konsumen jamu yang tepat, perlu diketahui karakteristik konsumen jamu. Penelitian ini telah mengidentifikasi karakteristik konsumen jamu di Kota Bengkulu dengan pendekatan demografi dan dijelaskan secara rinci sebagai berikut:

Jenis kelamin

Menurut Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (2014) jenis kelamin merupakan perbedaan secara biologis manusia yang dimiliki sejak lahir antara laki-laki atau perempuan. Gambar 1 menjelaskan proporsi jenis kelamin konsumen jamu tradisional di Kota Bengkulu.



Sumber: Data Olahan, 2022

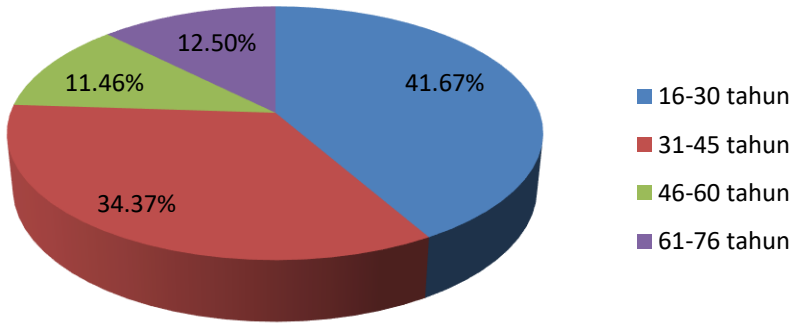
Gambar 1. Proporsi Jenis Kelamin Konsumen Jamu Tradisional di Kota Bengkulu

Dari hasil penelitian diketahui bahwa konsumen jamu di Kota Bengkulu lebih banyak berjenis kelamin perempuan. Penelitian ini menunjukkan hasil yang sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Defitasari, dkk (2022); dan Soleha, Destiarni, & Ariyani (2022); yang menunjukkan bahwa konsumen jamu didominasi perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen perempuan lebih konsumtif terlebih pada produk-produk yang dapat memberi manfaat bagi kesehatan dan menunjang penampilannya. Selain itu wanita juga memiliki peranan besar proses pengambilan keputusan konsumsi dalam rumah tangga. Ketika seorang ibu gemar mengkonsumsi jamu, maka kemungkinan besar dia akan mendorong anggota keluarganya untuk ikut mengkonsumsi jamu.

Meskipun demikian, hasil penelitian ini menunjukkan tidak terjadi perbedaan jumlah yang signifikan antara konsumen perempuan dan laki-laki. Hal ini dikarenakan jamu tradisional memiliki varian produk yang disukai oleh semua kalangan. Secara spesifik setiap varian produk mempunyai khasiat yang berbeda. Jamu kunyit asem lebih digemari oleh perempuan karena khasiatnya yang mampu meredakan nyeri haid serta merawat kesehatan organ kewanitaan. Kaum laki-laki lebih menyukai varian jamu yang memiliki khasiat menjaga kebugaran dan melancarkan metabolisme tubuh, seperti beras kencur dan pahitan.

Umur

Menurut Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa (2023) umur merupakan lama waktu hidup atau ada (sejak dilahirkan atau diadakan). Selanjutnya umur konsumen merupakan lamanya waktu hidup konsumen jamu di Kota Bengkulu yang dihitung sejak dilahirkan hingga penelitian berlangsung. Gambar 2 menjelaskan proporsi umur konsumen jamu di Kota Bengkulu.



Sumber: Data Olahan, 2022

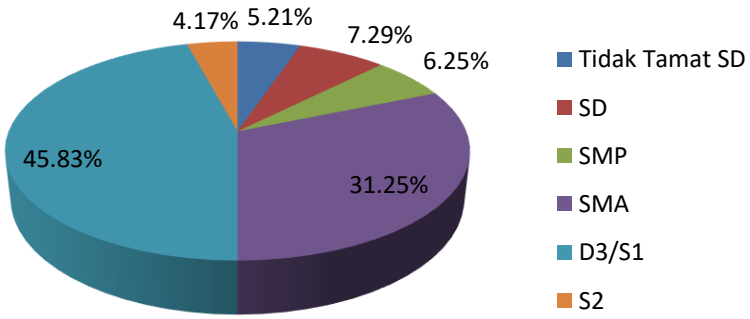
Gambar 2. Proporsi Umur Konsumen Jamu Tradisional di Kota Bengkulu

Berdasarkan data yang diperoleh rentang konsumen jamu tradisional di Kota Bengkulu berada pada rentang umur 16-76 tahun, dengan rata-rata umur 38,08 tahun. Meskipun demikian, pada kenyataannya jamu dapat dikonsumsi oleh semua kalangan masyarakat tanpa ada batasan usia. Hal ini dikarenakan bahan yang digunakan merupakan bahan alami sehingga tidak mengandung zat kimia obat. Sistem kerja senyawa yang terkandung di dalam jamu lebih kepada meningkatkan kekebalan tubuh, sehingga dapat mencegah atau mengurangi resiko terkena penyakit.

Dilihat dari kelompok umur konsumen jamu di Kota Bengkulu, proporsi konsumen pada kelompok umur 16-30 tahun menjadi kelompok terbanyak. Kondisi sejalan dengan hasil penelitian Soleha, Destiarni, & Ariyani (2022) yang menunjukkan bahwa mayoritas konsumen jamu berada pada umur 20-29 tahun. Pada rentang umur ini konsumen berada pada kategori produktif, sehingga mereka memiliki kemampuan untuk memilih produk sesuai dengan kebutuhannya.

Tingkat Pendidikan

Wirawan (2016) menyatakan bahwa tingkat pendidikan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan seseorang dengan tujuan mengembangkan diri melalui aktifitas peningkatan kemampuan, sikap dan tingkah laku untuk kehidupan yang akan datang secara terstruktur. Menurut Meitasari, Rini, & Wiwit, (2020) tingkat pendidikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Tingkat pendidikan konsumen jamu tradisional di Kota Bengkulu sangat beragam, mulai tidak tamat SD hingga pendidikan tinggi jenjang S2. Gambar 3 menggambarkan proporsi tingkat pendidikan konsumen jamu di Kota Bengkulu.



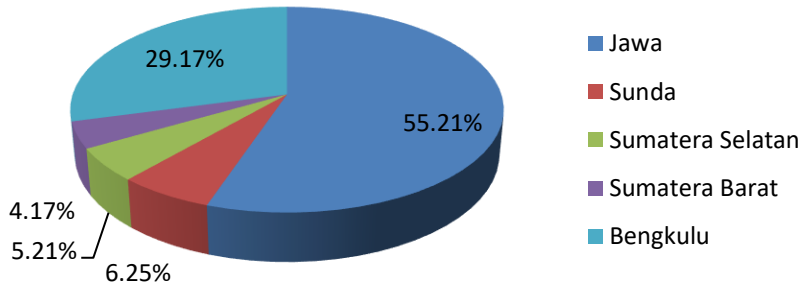
Sumber: Data Olahan, 2022

Gambar 3. Tingkat Pendidikan Konsumen Jamu Tradisional di Kota Bengkulu

Konsumen jamu tradisional di Kota Bengkulu rata-rata pernah menempuh pendidikan formal selama 12,83 tahun. Masa pendidikan tersebut setara dengan pendidikan formal setingkat Sekolah Menengah Atas (SMA). Lebih jauh lagi, dilihat pada gambar 3 sebanyak 45,83% konsumen jamu tradisional di Kota Bengkulu pernah menyelesaikan pendidikan pada jenjang D3/S1. Kondisi ini menunjukkan bahwa pendidikan tinggi tidak membuat konsumen lebih memilih mengkonsumsi obat kimia yang lebih praktis dan mudah ditemui. Dengan pendidikan yang tinggi konsumen lebih selektif memilih produk-produk yang aman dikonsumsi untuk dirinya ataupun keluarga.

Etnis

Menurut Koentjaraningrat (2009) etnis atau suku adalah sebuah kesatuan sosial yang dapat dibedakan berdasarkan akar dan identitas budaya, salah satunya adalah bahasa. Etnis juga dapat diartikan sebagai kelompok manusia yang terikat oleh kesadaran dan identitas yang sering kali dikuatkan dengan kesatuan bahasa. Kota Bengkulu dihuni oleh masyarakat yang memiliki latar belakang etnis yang beragam, baik etnis yang berasal dari internal Bengkulu ataupun etnis yang berasal dari luar wilayah Bengkulu. Konsumen jamu tradisional di Kota Bengkulu berasal dari lima etnis besar, yakni Jawa, Sunda, Sumatera Selatan, Sumatera Barat, dan Bengkulu. Proporsi kelima etnis tersebut dapat dilihat pada Gambar 4.



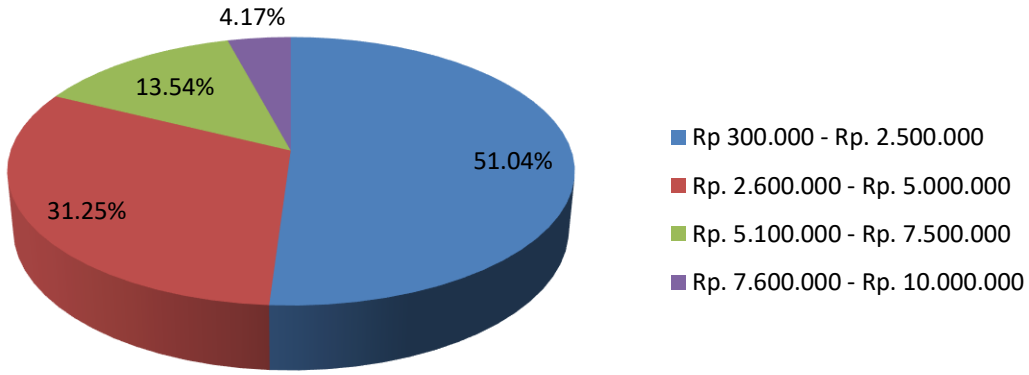
Sumber: Data Olahan, 2022

Gambar 4. Etnis Konsumen Jamu Tradisional di Kota Bengkulu

Jamu tradisional merupakan salah satu produk dari kebudayaan jawa. Tidak heran jika mayoritas konsumen jamu berasal dari etnis jawa. Namun dari Gambar 4 diketahui bahwa sebanyak 38,54% konsumen jamu berasal dari etnis luar jawa. Kondisi ini menunjukkan bahwa budaya mengkonsumsi jamu sudah mulai diterima oleh masyarakat secara luas. Tentu kondisi ini menjadi sinyal positif bagi pengembangan pasar jamu tradisional di Kota Bengkulu.

Jumlah Penghasilan

Penghasilan merupakan sejumlah uang yang diterima konsumen jamu dari profesi yang mereka jalani. Menurut Halim & Arsyad (2021) jumlah penghasilan berpengaruh terhadap pengeluaran konsumsi. Semakin tinggi jumlah penghasilan seseorang, maka semakin tinggi pula pengeluaran konsumsinya. Jumlah penghasilan konsumen jamu tradisional di Kota Bengkulu berada pada rentang Rp. 300.000 – Rp. 10.000.000 per bulan, dengan rata-rata penghasilan sebesar Rp. 3.351.042 per bulan. Direktorat Statistik Kependudukan dan Ketenagakerjaan (2022) menyatakan bahwa golongan penghasilan tinggi memiliki rentang antara Rp 2.500.000 – Rp. 3.500.000. Sehingga rata-rata konsumen jamu di Kota Bengkulu berpengahasilan tinggi. Proporsi penghasilan konsumen jamu tradisional di Kota Bengkulu dapat dilihat pada Gambar 5.



Sumber: Data Olahan, 2022

Gambar 5. Jumlah Penghasilan Konsumen Jamu Tradisional di Kota Bengkulu

Dari Gambar 5 terlihat bahwa konsumen jamu tradisional di Kota Bengkulu di dominasi oleh masyarakat dengan penghasilan mengengah ke bawah. Penghasilan mereka berada pada rentang Rp 300.000 – Rp 2.500.000 per bulan. Kondisi ini sejalan dengan penelitian Rahmawati, Marwanti, & Adi (2019), bahwa sebagian besar konsumen jamu di Kota Surakarta berasal dari golongan pendapatan sedang dan rendah. Hal ini dikarenakan harga jamu tradisional masih sangat terjangkau, sehingga masyarakat dengan penghasilan menengah ke bawah lebih memilih minuman kesehatan seperti jamu untuk menjaga kebugaran mereka.

Harga jamu di Kota Bengkulu masing sangat terjangkau. Setiap gelas jamu dijual dengan harga antara Rp 2.000 – Rp 4.000. Metode pembayaran yang diterapkan juga terbilang fleksibel. Sebagian besar konsumen memilih melakukan traksaksi tunai, namun ada juga pedagang jamu yang mengizinkan konsumen mengkonsumsi jamu terlebih dahulu dan membayarnya dikemudian hari sesuai kesepakatan. Metode ini biasa diterapkan kepada konsumen yang sudah menjadi pelanggan tetap. Meskipun harganya murah dan metode pembayaran yang sangat fleksibel, sebanyak 14,58% konsumen jamu menyatakan bahwa faktor keuangan menjadi kendala bagi mereka untuk rutin mengkonsumsi jamu.

Pola Konsumsi

Pola konsumsi erat kaitannya dengan frekuensi, waktu dan alasan konsumen dalam mengkonsumsi jamu. Konsumen jamu tradisional di Kota Bengkulu memiliki pola konsumsi yang beragam. Mayoritas dari mereka mengkonsumi jamu karena percaya bahwa jamu memiliki khasiat dan bermanfaat bagi kesehatan. Meskipun demikian tidak semua dari mereka rutin mengkonsumsi jamu. Sebanyak 37,5% konsumen mengkonsumsi jamu secara rutin, 28,1% mengkonsumsi jika bertemu pedagang jamu, 22,9% menyesuaikan dengan kebutuhan dan 11,5% mengkonsumsi jamu ketika merasa tidak enak badan.

Bagi konsumen yang rutin mengkonsumsi jamu, mereka juga memiliki frekuensi konsumsi yang berbeda dalam kurun waktu satu minggu. Sebanyak 41,7% konsumen mengkonsumsi jamu setiap hari, 30,6% mengkonsumsi jamu 2 kali seminggu, dan 27,8% mengkonsumsi 3 kali seminggu. Selanjutnya jika dilihat dari frekuensi konsumsi harian mereka, sebanyak 86,5% konsumen mengkonsumsi jamu satu kali sehari, 12,5% menyatakan tidak menentu antara 1 – 2 kali sehari, dan hanya 1% konsumen yang mengkonsumsi jamu 2 kali sehari.

KESIMPULAN

Konsumen jamu tradisional di Kota Bengkulu mayoritas adalah perempuan dengan rata-rata usia 38,08 tahun. Mereka berasal dari berbagai etnis, namun masih didominasi etnis jawa. Dilihat dari tingkat pendidikannya, mayoritas konsumen jamu di Kota Bengkulu berpendidikan SMA hingga diploma/sarjana. Mereka berpenghasilan antara Rp. 300.000 – Rp. 2.500.000 per bulan. Dilihat dari pola konsumsinya terdapat empat kelompok konsumen jamu tradisional yaitu konsumen yang rutin mengkonsumsi, mengkonsumsi jika bertemu pedagang jamu, menyesuaikan kebutuhan, dan jika merasa tidak enak badan.

Berdasarkan kondisi di atas sebaiknya pedagang jamu di Kota Bengkulu melakukan beberapa hal sebagai berikut: a) memproduksi dan menjual jenis jamu yang digemari semua kelompok umur, mulai dari anak-anak hingga dewasa, namun lebih memperbanyak jenis jamu yang dibutuhkan oleh kaum perempuan; b) Mempertahankan fleksibilitas metode penentuan harga dan pembayarannya.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.* Jakarta: Rineka Cipta.

Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2023, Mei 22). *KBBI Daring*. Dipetik Mei 22, 2023, dari KBBI Daring: https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/umur

Bungin, B. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial lainnya.* Jakarta: Kencana Prenada.

Defitasari, Widayati, S., Indah, P. N., & Syah, M. A. (2022). Analisis Preferensi Konsumen terhadap Minuman Jamu Tradisional di Kecamatan Gondang Kabupaten Nganjuk. *Agroinfo Galuh: 9 (2)* , 513-526.

Direktorat Statistik Kependudukan dan Ketenagakerjaan. (2022). *Statistik Pendapatan Februari 2022.* Jakarta: BPS-Statistic Indonesia.

Halim, A., & Arsyad, M. (2021). Pengaruh Pendapatan, Tradisi dan Selera terhadap Pengeluaran Konsumsi Pangan. *Inovasi, 17 (4)* , 617-625.

Kamus Besar Bahasa Indonesia. (2023, April 28). *KBBI*. Dipetik April 28, 2023, dari Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Kamus Versi Online: https://kbbi.web.id/jamu

Kasali, R. (2007). *Membidik Pasar Indonesia Segmentasi Targeting Positioning.* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2014). *Profil Kesehatan Indonesia Tahun 2013.* Jakarta: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.

Koentjaraningrat. (2009). *Pengantar Ilmu Antropologi.* Jakarta: Rineka Cipta.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2004). *Dasar-dasar Pemasaran Jilid I. Edisi Kesembilan. Terjemahan Drs. Alexandre Sindoro.* Jakarta: PT. Indeks.

Kotler, P., & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: Erlangga.

Lemeshow, S., & D. W. (1997). *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan (terjemahan).* Yogyakarta: Gadjahmada University Press.

Meitasari, D., R. M., & W. W. (2020). Pengaruh Sosio-Demografis terhadap Keputusan Pembelian Produk Hortikultura pada Online Market. *JEPA: 4 (4)* , 959-972.

Narbuko, C., & A. A. (2015). *Metodologi Penelitian.* Jakarta: Bumi Aksara.

Rahmawati, D., Marwanti, S., & Adi, R. K. (2019). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Jamu Trasional di Kota Surakarta. *AGRISTA, 7 (1)* , 62-73.

Republik Indonesia. (1995). *Keputusan Menteri Kesehatan Nomor 0584/Menkes/SK/VI/1995 tentang Sentra Pengembangan dan Penerapan Pengobatan Tradisional.* Jakarta: Sekretariat Negara.

Sekaran, U. (2000). *Methodologi Penelitian untuk Bisnis. Edisi Keempat. Terjemahan Oleh Kwa Men Yon.* Jakarta: Salemba.

Sitanggang, D. D. (2022, Agustus 1). *Pengertian Efektif adalah: Perbedaan dengan Efisien serta Contohnya*. Dipetik April 28, 2023, dari detikJabar: https://www.detik.com/jabar/berita/d-6209751/pengertian-efektif-adalah-perbedaan-dengan-efisien-serta-contohnya

Soleha, R., Destiarni, R. P., & Ariyani, A. H. (2022). Analisis Preferensi Konsumen terhadap Produk Jamu PT. Jamu Air Mancur Selama Masa Pandemi Covid-19 di Kabupaten Pamekasan. *Agriscience 3 (2)* , 398-418.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R dan D).* Bandung: Alfabeta.

Suparso. (2021). *Marketing Proses.* Jakarta: Ukrida Press.

Trisusilo, A., P. S., & A. A. (2020). Profile of Tradisional Jamu Business in Bengkulu City. *Journal of Agri Socio-Economic and Business (JASEB)* , 45-58.

Wirawan. (2016). *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia.* Jakarta: Salemba Empat.