

ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP MINUMAN JAMU TRADISIONAL DI KECAMATAN GONDANG KABUPATEN NGANJUK

ANALYSIS OF CONSUMER PREFERENCES FOR TRADITIONAL HERBAL DRINKS IN GONDANG SUBDISTRICT NGANJUK REGENCY

Defitasari¹, Sri Widayanti^{2*}, Pawana Nur Indah³, dan Mirza Andrian Syah⁴

Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

*E-mail : sriwidayanti@upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Pandemi covid-19 memberikan dampak perubahan gaya hidup yang beralih ke pola konsumsi hidup sehat untuk meningkatkan imunitas tubuh seperti mengkonsumsi jamu tradisional sehingga menjadikan usaha jamu tradisional memiliki peluang cukup menjanjikan dan menyebabkan semakin banyaknya usaha jamu tradisional sehingga persaingan semakin ketat sedangkan minuman jamu tradisional ternyata belum sepenuhnya mampu menarik minat masyarakat untuk melakukan pembelian dikarenakan minuman jamu tradisional belum sesuai dengan preferensi masyarakat. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan karakteristik konsumen minuman jamu tradisional di Kecamatan Gondang dan menganalisis tingkat kepentingan atribut yang menjadi preferensi konsumen minuman jamu tradisional di Kecamatan Gondang. Metode penentuan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100. Metode analisis menggunakan analisis deskriptif dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen minuman jamu tradisional didominasi perempuan berusia 36 – 45 tahun dengan status menikah, pendidikan terakhir SMA, bekerja sebagai pegawai swasta dan pendapatan Rp.1.500.000-Rp.3.000.000. sedangkan, hasil analisis IPA menunjukkan atribut yang dinilai penting yang menjadi preferensi konsumen tetapi kinerjanya belum memuaskan sehingga perlu diperbaiki agar kepuasan meningkat yaitu pada kuadran I adalah merek. Jaminan gula asli, kemasan, komposisi. Kuadran II merupakan atribut yang penting dan kinerjanya sudah memuaskan sehingga harus dipertahankan yaitu khasiat, harga, rasa, ketersediaan, dan keamanan. Sedangkan atribut yang dianggap kurang penting terletak di kuadran III (label kadaluarsa) dan di Kuadran IV (Kemudahan).

Kata Kunci: Karakteristik, Preferensi, *Importance Performance Analysis*

ABSTRACT

COVID-19 pandemic had the impact of changing lifestyles to healthy lifestyle consumption patterns to increase body immunity, such as consuming traditional herbal, so making traditional herbal businesses have quite promising opportunities. This has an impact that more and more the traditional herbal business so that the competition is getting tougher while traditional herbal haven't been able to fully attract people's interest to make purchases because traditional herbal drinks aren't in accordance with people's preferences. This study aims to describe the characteristics of consumers and analyze the level of importance of attributes that are the preferences of consumers of traditional herbal drinks in Gondang subdistrict. The method of determining the sample uses purposive sampling with a total sample of 100. The method of analysis uses descriptive analysis and Importance Performance Analysis (IPA). The results showed that consumers of traditional herbal were dominated by women aged 36-45 years, married status, education high school, work as a private employee and income of Rp.1,500,000-Rp.3,000,000. Meanwhile, the results of the IPA analysis show that the attributes that are considered important are consumer preferences but their performance is not yet satisfactory, so it needs to be improved in quadrant I is the brand, Guaranteed sugar, packaging, composition. Quadrant II is an attribute that is considered important and has satisfactory performance so that it needs to be maintained, efficacy, price, taste, availability, safety. Meanwhile, the attributes that are considered less important are located in quadrant III (expired) and IV (convenience).

Keywords: *Characteristics, Preferences, Importance Performance Analysis*

PENDAHULUAN

Pandemi covid-19 memberikan dampak perubahan gaya hidup yang beralih ke pola konsumsi hidup sehat untuk meningkatkan imunitas tubuh sehingga dapat mengurangi resiko terjangkit virus corona, seperti mengkonsumsi minuman jamu tradisional (Jannah, 2021). Jamu tradisional adalah minuman yang terbuat dari tanaman obat keluarga yang memiliki khasiat salah satunya untuk meningkatkan imunitas tubuh sehingga membuat peluang usaha jamu tradisional cukup menjanjikan (Heiat *et al.*, 2021).

Peningkatan minat masyarakat di Pasar domestik untuk membeli produk yang dapat menaikkan daya tahan tubuh, seperti vitamin, suplemen, jamu dan madu terlihat pada kuartal ke-2 tahun 2020 sektor farmasi, kimia dan jamu tradisional tumbuh sebesar 8,65% apabila dibandingkan dengan periode yang sama tahun sebelumnya, dan pada kuartal ke-3 2020 tumbuh 5,69% dibandingkan kuartal sebelumnya (Badan Pusat Statistika, 2020). Peluang usaha jamu tradisional yang cukup menjanjikan juga didukung Indonesia sebagai negara kedua terbesar di dunia yang memiliki potensi tanaman obat (Wicaksana, 2017).

Pertumbuhan industri jamu dan obat tradisional di Indonesia meningkat 6 persen, hal ini menjadi permasalahan pelaku usaha jamu tradisional untuk memanfaatkan peluang usaha jamu tradisional yang cukup menjanjikan dikarenakan persaingan pelaku usaha jamu tradisional yang semakin ketat untuk menarik minat konsumen dalam melakukan pembelian jamu tradisional (Rahayu, 2021).

Tabel 1. Data Konsumsi Produk Peningkat Imun

Produk Peningkat Imun	Sebelum Pandemi	Setelah Pandemi
Jamu tradisional	10,4%	16,7%
Suplemen	17%	19%
Tidak mengkonsumsi	53%	42,5%

Sumber : Data sekunder (Indah *et al.*, 2021)

Tabel 1. menunjukkan data penelitian yang dilakukan kepada masyarakat di Indonesia pada bulan September hingga Oktober 2020, hasil penelitian menunjukkan Persentase konsumsi jamu tradisional mengalami peningkatan saat pandemi tetapi konsumsi jamu tradisional masih tergolong rendah apabila dibandingkan dengan produk peningkat imunitas tubuh seperti suplemen serta jumlah masyarakat yang tidak mengkonsumsi produk peningkat imunitas (Indah *et al.*, 2021). Kesadaran masyarakat dalam mengkonsumsi jamu masih rendah juga ditunjukkan dari hasil

penelitian (Mustofa, 2020) menunjukkan bahwa responden yang memiliki kesadaran dan pengetahuan tinggi untuk mengonsumsi jamu di masa pandemi hanya sebesar 15,4 persen disebabkan minuman jamu tradisional kurang mampu menarik konsumen salah satunya dipengaruhi karakteristik konsumen yang berubah seiring perkembangan jaman dan teknologi menyebabkan pergeseran minat dalam mengonsumsi jamu tradisional. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu mengetahui karakteristik konsumen sebagai strategi untuk bersaing dan mempertahankan konsumen serta memasarkan jamu tradisional dengan lebih terarah dan terfokus (Kholidah & Arifiyanto, 2021).

Permasalahan lainnya yang menyebabkan masih rendahnya konsumsi masyarakat terhadap jamu tradisional yaitu minuman jamu tradisional belum mampu meyakinkan dan menarik minat masyarakat untuk melakukan pembelian karena minuman jamu tradisional belum memiliki atribut-atribut yang dapat menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian (Wicaksana, 2017). Sedangkan atribut memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian pada suatu produk (Aditi & Hermansyur, 2018). Atribut produk dijadikan dasar

pengambilan keputusan pembelian (Setyanto, 2017).

Konsumen akan melakukan pembelian pada produk yang memiliki atribut sesuai dengan preferensi mereka. Oleh sebab itu, pelaku usaha harus memperhatikan atribut produk yang dinilai penting oleh konsumen agar sesuai dengan preferensi konsumen sehingga akan terjadinya keputusan pembelian (Pamartha, 2016). Preferensi konsumen adalah kesukaan konsumen berdasarkan urutan tingkat kepentingan atribut produk (Fajarani et al., 2021).

Kabupaten Nganjuk memiliki potensi strategis untuk memasarkan minuman jamu tradisional ditunjukkan adanya dukungan dari Pemerintah Nganjuk dalam bentuk program pengenalan jamu tradisional. Kabupaten Nganjuk terdiri dari beberapa Kecamatan dimana Kecamatan Gondang memiliki penjual jamu dengan jumlah terbanyak sehingga memiliki potensi yang baik untuk pengembangan minuman jamu tradisional yang sesuai dengan preferensi konsumen. Melalui penelitian mengenai preferensi konsumen jamu tradisional di Kecamatan Gondang diharapkan dapat dijadikan sebagai pertimbangan pelaku usaha jamu tradisional dalam

memproduksi dan memasarkan jamu tradisional.

Penelitian dilakukan bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik konsumen dan menganalisis tingkat kepentingan atribut yang menjadi preferensi konsumen minuman jamu tradisional di Kecamatan Gondang.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Kecamatan Gondang karena berpotensi untuk pengembangan usaha minuman jamu tradisional. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* berdasarkan kriteria yang ditentukan oleh peneliti yaitu masyarakat yang berusia minimal 17 tahun yang pernah mengonsumsi minuman jamu tradisional di Kecamatan Gondang. Jumlah populasi dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow didapatkan 100 responden. Sumber data dari wawancara, kuesioner dan literatur terkait. Metode analisis data menggunakan analisis deskriptif dan *Importance Performance Analysis* (IPA).

Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif digunakan untuk menganalisis karakteristik responden berdasarkan usia, status, pendidikan, pekerjaan, pendapatan dan jenis kelamin.

Importance Performance Analysis

Importance Performance Analysis digunakan untuk menganalisis tingkat kepentingan dan kinerja dari atribut produk. Tingkat kepentingan dan kinerja atribut diperoleh dari penilaian responden menggunakan skala likert 1 sampai 5. Kemudian hasil penilaian akan dirata-ratakan. Berikut rumusnya

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

Keterangan:

\bar{X} = rata-rata dari kinerja atribut

\bar{Y} = rata-rata dari kepentingan atribut

$\sum Xi$ = total nilai kinerja atribut ke i

$\sum Yi$ = total nilai kepentingan atribut ke i

n = jumlah data responden

Hasil rata-rata setiap atribut kemudian akan dikelompokkan berdasarkan kuadran dengan dibatasi 2 garis berpotongan tegak lurus pada titik-titik (X, Y) yang diperoleh dari rumus :

$$\bar{X} = \frac{\sum \bar{X}}{k} \quad \bar{Y} = \frac{\sum \bar{Y}}{k}$$

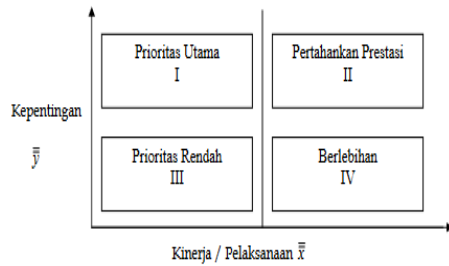
Keterangan:

\bar{X} = rata-rata kinerja dibagi jumlah atribut

\bar{Y} = rata-rata tingkat kepentingan dibagi jumlah atribut

k = banyaknya atribut dalam penelitian

Selanjutnya, setiap atribut dikelompokkan pada kuadran dalam diagram kartesius.



Gambar 1. Diagram Kartesius Tingkat Kesesuaian Keperntingan dan kinerja
Keterangan:

1. Kuadran (I) artinya atribut-atribut yang dinilai penting tetapi kinerjanya belum memberikan kepuasan pada konsumen.
2. Kuadran (II) artinya atribut-atribut suatu produk dinilai penting dan sudah memuaskan konsumen sehingga harus dipertahankan.
3. Kuadran (III) artinya atribut-atribut suatu produk dinilai kurang penting sehingga pelaku usaha sebaiknya melaksanakannya secara sedang.
4. Kuadran (IV) sebagai atribut yang berlebihan artinya atribut-atribut suatu produk dinilai kurang penting, tetapi kinerjanya sudah memuaskan konsumen.

Definisi Operasional Variabel

1. Minuman jamu tradisional adalah minuman kesehatan yang terbuat dari tanaman obat keluarga (TOGA) yang dikemas menggunakan botol.
2. Kemasan adalah desain botol yang menjadi tempat penyajian minuman

jamu tradisional sehingga lebih menarik dan terjaga kebersihannya.

3. Khasiat adalah manfaat jamu tradisional yang dirasakan konsumen jamu tradisional.
4. Jaminan gula asli adalah informasi yang memberikan kepastian bahwa jamu tradisional menggunakan gula asli.
5. Label kadaluarsa adalah label yang menunjukkan waktu yang telah ditentukan untuk pemakaian atau mengkonsumsi jamu tradisional.
6. Komposisi jamu adalah bahan-bahan penyusun jamu tradisional.
7. Keamanan produk adalah jaminan bahwa jamu tradisional terbuat dari bahan-bahan alami dan aman untuk dikonsumsi dan tidak menggunakan bahan berbahaya.
8. Harga adalah sejumlah nilai yang digunakan untuk membeli jamu tradisional.
9. Rasa adalah tanggapan indra pengecap seperti manis, pahit saat mengkonsumsi jamu tradisional.
10. Label Merek adalah nama, tanda, simbol atau desain yang membedakan jamu tradisional dengan pesaing lainnya.
11. Ketersediaan Produk adalah suatu keadaan dimana apabila konsumen

membutuhkan maka minuman jamu tradisional selalu tersedia.

12. Kemudahan memperoleh adalah suatu proses dimana tempat pembelian minuman jamu tradisional mudah dijangkau oleh konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Konsumen

Hasil karakteristik konsumen dalam penelitian ini yang dikelompokkan usia, jenis kelamin, status, pendidikan, pekerjaan dan pendapatan ditunjukkan pada tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik Konsumen

Karakteristik	Jumlah	Persentase
Usia		
17 tahun - 25 tahun	29,0	29%
26 tahun - 35 tahun	20,0	20%
36 tahun - 45 tahun	44,0	44%
> 45 tahun	7,0	7%
Jenis Kelamin		
Laki-Laki	25,0	25%
Perempuan	75,0	75%
Status		
Belum menikah	27,0	27%
Menikah	73,0	73%
Pendidikan		
Sarjana	3,0	3%
SD	17,0	17%
SMA	50,0	50%
SMK	4,0	4%
SMP	26,0	26%
Pekerjaan		
Mahasiswa/pelajar	9,0	9%
Pedagang	17,0	17%
Pegawai swasta	34,0	34%
Petani	31,0	31%
PNS	3,0	3%
Tidak bekerja	6,0	6%
Pendapatan		
<Rp 1.500.000	21	21%
Rp 1.500.000-Rp 3.000.000	68	68%
>Rp 3.000.000	11	11%

Sumber: Data primer diolah (2022)

Hasil penelitian karakteristik konsumen menunjukkan bahwa responden yang pernah mengkonsumsi minuman jamu tradisional didominasi dengan usia 36 tahun-45 tahun sebanyak 44%, berjenis kelamin perempuan sebanyak 75%, berstatus menikah yaitu sebanyak 73%, pendidikan terakhir SMA

sebanyak 50%, bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 34% dan memiliki pendapatan Rp1.500.000-Rp.3.000.000 sebesar 68%, hal ini menunjukkan bahwa perempuan yang berstatus menikah melakukan pembelian jamu tradisional untuk memenuhi kebutuhan keluarga serta tingkat preferensi perempuan lebih

tinggi pada produk yang akan dibeli dibandingkan laki-laki.

Hasil penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian (Nurpani, 2021) yang menunjukkan bahwa karakteristik responden Jamu didominasi usia 30-45 tahun, berstatus menikah, berjenis kelamin perempuan, bekerja sebagai pegawai swasta dan memiliki pendapatan diatas Rp.2.000.000. Hasil penelitian ini juga memiliki kesamaan dengan penelitian (Ekadipta dan Andri, 2021) yang menyatakan bahwa konsumen minuman jamu tradisional didominasi sebesar 51,77% responden berkerja pada sektor swasta serta didukung juga penelitian (Rasmikayati dkk, 2017) menunjukkan bahwa konsumen yang memiliki preferensi tinggi sebagian besar adalah perempuan.

2. Tingkat Kepentingan dan Kinerja Atribut Minuman Jamu Tradisional

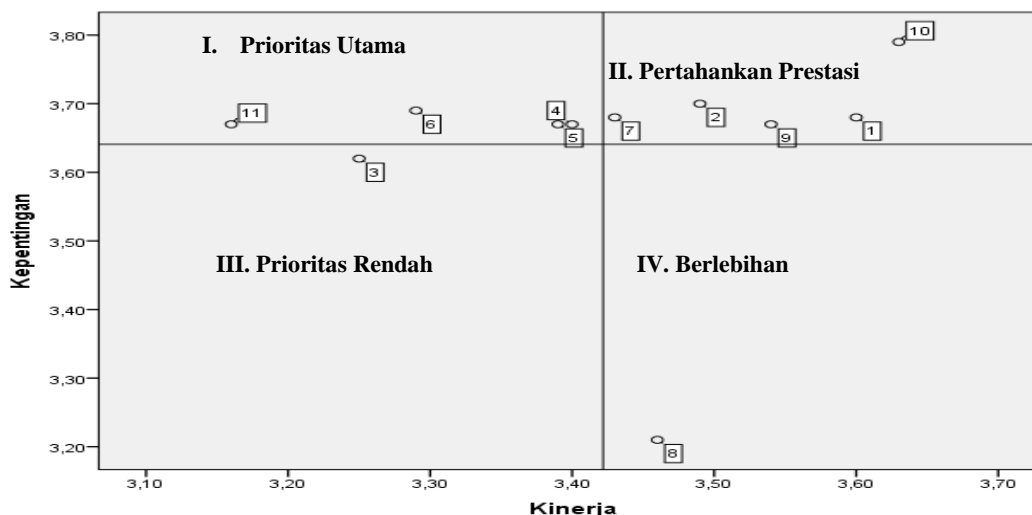
Importance Performance Analysis menunjukkan tingkat kinerja dan kepentingan atribut minuman jamu tradisional. Hasil *Importance and Performance Analysis* pada penelitian ini ditunjukkan pada tabel 3.

Tabel 3. Tingkat Kepentingan (Y) dan Kinerja (X) Atribut Berdasarkan Kuadran

No	Atribut	\bar{X}	\bar{Y}	Kuadran
1	Khasiat	3,6	3,68	II
2	Harga	3,49	3,7	II
3	Kadaluarsa	3,25	3,62	III
4	Merek	3,4	3,67	I
5	Jaminan	3,39	3,67	I
6	Kemasan	3,29	3,69	I
7	Ketersediaan	3,43	3,68	II
8	Kemudahan	3,46	3,21	IV
9	Keamanan	3,54	3,67	II
10	Rasa	3,63	3,79	II
11	Komposisi	3,16	3,67	I
	Rata-Rata	3,42	3,64	

Sumber: Data primer diolah (2022)

Hasil pada tabel 3 kemudian diformulasikan pada diagram kartesius.



Gambar 2. Diagram Kartesius Tingkat Kinerja dan Kepentingan Atribut Minuman Jamu Tradisional Hasil analisis *Importance Performance Analysis* dapat diketahui tingkat kepentingan dan kinerja atribut. Atribut produk bagi pelaku usaha

digunakan untuk mengetahui kepuasan pelanggan (Sad & Sukartaatmaja, 2013). Hasil pengolahan data penelitian menggunakan *Importance Performance Analysis* diperoleh hasil sebagai berikut:

Kuadran I (Prioritas Utama)

Kuadran I menunjukkan atribut yang dinilai penting oleh konsumen tetapi kinerja atribut belum memuaskan konsumen sehingga perlu perbaikan kinerja atribut pada minuman jamu tradisional untuk dapat memuaskan konsumen. Atribut-atribut minuman jamu tradisional di kuadran I adalah:

1. Merek

Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut merek dinilai penting oleh konsumen jamu tetapi kinerjanya belum memuaskan sehingga penjual jamu masih perlu meningkatkan kinerja atribut merek pada minuman jamu tradisional.

Kinerja atribut merek pada minuman jamu tradisional belum memuaskan dikarenakan minuman jamu tradisional di Kecamatan Gondang masih banyak yang belum memiliki label merek. Tingkat kepentingan atribut merek dinilai penting dikarenakan label merek digunakan sebagai ciri khas produk yang berbeda dari produk lainnya serta dengan menggunakan merek konsumen dapat lebih mudah mengenali produk tersebut.

Oleh karena itu, untuk memuaskan konsumen perlu memperbaiki kinerja atribut merek dengan memberikan label merek pada minuman jamu tradisional. Penelitian (Kurnia, 2016) juga menunjukkan merek adalah atribut penting yang mempengaruhi keputusan pembelian.

2. Jaminan gula asli

Jaminan gula asli termasuk dalam kuadran I yang menunjukkan atribut jaminan gula asli dinilai penting tetapi kinerja atribut belum memuaskan, hal ini dikarenakan pada minuman jamu tradisional yang dijual di Kecamatan Gondang belum memiliki jaminan gula asli. Sedangkan tingkat kepentingan jaminan gula asli dianggap penting karena dengan menggunakan jaminan gula asli memberikan kepercayaan pada konsumen terhadap kualitas dan keamanan minuman jamu tradisional. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kepuasan konsumen hendaknya penjual minuman jamu tradisional perlu meningkatkan kinerja atribut jaminan gula asli dengan cara memberikan label jaminan gula asli.

3. Kemasan

Hasil penelitian menunjukkan kemasan termasuk dalam kuadran I yang menunjukkan atribut kemasan dinilai penting tetapi kinerja kemasan jamu belum

memuaskan konsumen sehingga penjual jamu perlu meningkatkan kinerja atribut kemasan pada minuman jamu tradisional.

Atribut kemasan dinilai penting karena kemasan dinilai sebagai pelindung produk agar terjaga kebersihannya. Kinerja atribut kemasan pada minuman jamu tradisional belum memuaskan dikarenakan kemasan minuman tradisional di Kecamatan Gondang kebanyakan menggunakan botol plastik bekas air minum kemasan seperti botol aqua sehingga konsumen meragukan kebersihan kemasan. Maka untuk memuaskan konsumen perlu memperbaiki kinerja atribut kemasan dengan menggunakan kemasan yang baru pada minuman jamu tradisional sehingga lebih terjaga kebersihannya dan meningkatkan kepercayaan konsumen untuk melakukan pembelian sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian (Ita dkk, 2020) yang menyatakan bahwa kemasan adalah atribut penting pada minuman herbal kunyit yang dijadikan preferensi.

4. Komposisi jamu

Atribut Komposisi jamu termasuk dalam kuadran I yang menunjukkan atribut komposisi jamu dinilai penting oleh konsumen tetapi kinerja atribut belum memuaskan konsumen sehingga

penjual jamu masih perlu meningkatkan kinerja atribut komposisi jamu pada minuman jamu tradisional.

Kinerja atribut komposisi jamu pada minuman jamu tradisional belum memuaskan dikarenakan minuman tradisional di Kecamatan Gondang masih banyak yang belum memiliki informasi komposisi jamu. Oleh karena itu, untuk memuaskan konsumen perlu memperbaiki kinerja atribut komposisi pada minuman tradisional dengan memberikan label komposisi sehingga dapat meningkatkan keyakinan konsumen bahwa minuman jamu tradisional dibuat dari bahan yang aman. Atribut komposisi jamu merupakan atribut yang penting didukung penelitian (Asma dan Trisna, 2021) yang menunjukkan jaminan komposisi jamu yang aman dan tidak ada campuran bahan kimia memiliki nilai kepentingan di atas rata-rata.

Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Atribut-atribut yang terletak di kuadran II adalah atribut-atribut yang memiliki tingkat kepentingan yang dinilai penting oleh konsumen dan kinerja atribut sudah memberikan kepuasan pada konsumen, sehingga harus dipertahankan. Atribut-atribut minuman jamu tradisional di kuadran II adalah:

1. Khasiat

Atribut khasiat termasuk kuadran II artinya khasiat jamu dinilai penting oleh konsumen dan kinerjanya sudah memuaskan konsumen, hal ini menunjukkan bahwa atribut Khasiat minuman jamu tradisional di Kecamatan Gondang dapat dirasakan oleh konsumen untuk memelihara kesehatan sehingga memberikan kepuasan kepada konsumen. Oleh karena itu, Atribut khasiat minuman jamu tradisional harus terus dipertahankan agar dapat terus memberikan kepuasan pada konsumen. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian (Ita dkk, 2020) yang menyatakan bahwa khasiat adalah atribut penting pada minuman herbal kunyit yang dapat dijadikan preferensi.

2. Harga

Harga termasuk kuadran II artinya atribut harga dinilai penting oleh konsumen dan kinerja atribut sudah memberikan kepuasan pada konsumen, hal ini menunjukkan bahwa harga yang minuman jamu tradisional di Kecamatan Gondang sudah sesuai dengan daya beli konsumen. Oleh karena itu, atribut harga minuman jamu tradisional harus dipertahankan agar dapat terus memberikan kepuasan pada konsumen. Atribut harga termasuk dalam kuadran II sesuai dengan hasil penelitian yang (Asma dan Trisna, 2021) menunjukkan harga

termasuk dalam kuadran II artinya bahwa responden jamu rumah tangga menilai atribut harga jamu penting dan sudah sesuai keinginan konsumen.

3. Rasa

Rasa termasuk kuadran II artinya atribut rasa jamu tradisional dinilai penting oleh konsumen dan kinerjanya sudah memuaskan konsumen, hal ini menunjukkan bahwa rasa minuman jamu tradisional sesuai dengan harapan konsumen. Oleh karena itu, atribut rasa minuman jamu tradisional harus dipertahankan agar dapat terus memberikan kepuasan pada konsumen. Atribut rasa termasuk dalam kuadran II sesuai dengan hasil penelitian yang (Asma dan Trisna, 2021) menunjukkan rasa termasuk dalam kuadran II artinya bahwa atribut rasa jamu memiliki tingkat kepentingan yang dinilai penting oleh responden jamu rumah tangga.

4. Ketersediaan

Ketersediaan termasuk kuadran II artinya atribut ketersediaan dinilai penting oleh konsumen dan kinerja atribut sudah memuaskan konsumen. Kinerja yang sudah memuaskan menunjukkan bahwa ketersediaan minuman jamu tradisional di Kecamatan Gondang selalu ada sehingga konsumen dapat memenuhi kebutuhannya terhadap minuman jamu tradisional. Oleh

karena itu, atribut ketersediaan minuman jamu tradisional harus dipertahankan agar dapat terus memberikan kepuasan pada konsumen. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian (Rosita dan Wahyu, 2020) yang menyatakan bahwa sebanyak 60% responden setuju bahwa produk herbal yang selalu tersedia merupakan atribut penting dalam memutuskan pembelian.

5. Keamanan

Keamanan termasuk kuadran II artinya atribut keamanan dinilai penting oleh konsumen dan kinerja atribut sudah memuaskan konsumen dikarenakan minuman jamu tradisional di Kecamatan Gondang sudah terjamin keamanannya. Oleh karena itu, Atribut keamanan minuman jamu tradisional harus dipertahankan agar dapat terus memberikan kepuasan pada konsumen. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian (Prabawani, 2017) yang menyatakan bahwa jamu yang aman dikonsumsi menjadi preferensi konsumen dalam melakukan pembelian.

Kuadran III (Prioritas Rendah)

Atribut minuman jamu tradisional di kuadran III adalah atribut jamu tradisional yang dinilai tingkat kepentingannya kurang penting dan kinerjanya belum memuaskan.

Atribut yang termasuk dalam kuadran III adalah atribut label kadaluarsa yang mana kinerjanya belum memuaskan dan konsumen menganggap tingkat kepentingan termasuk biasa saja atau kurang penting dibanding atribut minuman jamu tradisional yang lainnya. Atribut label kadaluarsa dinilai kurang penting daripada atribut minuman jamu tradisional lainnya karena konsumen dalam melakukan pembelian jamu merasa bahwa jamu yang dibeli masih baru dibuat karena kebanyakan penjual minuman jamu tradisional di Kecamatan Gondang masih termasuk usaha kecil dengan memproduksi minuman jamu tradisional dalam jumlah yang sedikit sehingga dalam waktu 1-2 hari sudah langsung terjual sehingga penjual tidak menggunakan label kadaluarsa sehingga kinerja atribut label kadaluarsa belum memuaskan konsumen. Atribut-atribut yang terletak di kuadran III ini dinilai kurang penting tetapi sebaiknya tetap harus ditingkatkan setelah perbaikan pada atribut di kuadran I yang menjadi prioritas utama telah dilakukan, agar kepuasan konsumen minuman jamu tradisional dapat meningkat.

Kuadran IV (Berlebihan)

Atribut yang terletak di kuadran IV adalah atribut jamu tradisional yang tingkat kepentingannya dinilai kurang

penting oleh konsumen tetapi kinerjanya sudah baik. Atribut jamu tradisional yang terletak di kuadran IV adalah kemudahan memperoleh minuman jamu tradisional dikarenakan konsumen merasa banyak terdapat penjual jamu sehingga pasti dalam memperoleh minuman jamu tradisional dilakukan secara mudah sehingga konsumen menganggap atribut kemudahan memperoleh sebagai atribut yang biasa saja atau kurang penting dibandingkan atribut minuman jamu tradisional lainnya. Tetapi, meskipun kurang penting atribut ini memiliki kinerja yang sudah memuaskan konsumen sebaiknya kinerja ini tetap dipertahankan agar kepuasan konsumen minuman jamu tradisional dapat terus meningkat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan sebagai berikut

1. Karakteristik konsumen minuman jamu tradisional di Kecamatan Gondang didominasi oleh responden yang berjenis kelamin perempuan, usia 36–45 tahun, berstatus menikah, pendidikan terakhir SMA, pekerjaan sebagai pegawai swasta dan pendapatan sebesar Rp.1.500.000-Rp.3.000.000.

2. Hasil *Importance Performance Analysis* menunjukkan atribut yang dinilai penting tetapi kinerjanya belum memuaskan terletak pada kuadran I adalah merek, jaminan gula asli, kemasan, komposisi. Atribut yang dinilai penting dan kinerjanya sudah memuaskan terletak pada kuadran II yaitu khasiat, harga, rasa, ketersediaan, dan keamanan. Atribut yang dinilai kurang penting terletak pada kuadran III (label kadaluarsa) dan Kuadran IV (Kemudahan).

Saran

Berdasarkan hasil penelitian disarankan sebaiknya pelaku usaha minuman jamu tradisional dapat melakukan perbaikan kinerja atribut-atribut yang belum memuaskan konsumen serta pelaku usaha minuman jamu tradisional dapat mempertahankan atribut-atribut yang kinerjanya sudah baik agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditi, B., & Hermansyur, H. (2018). Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Produk Dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 19(1), 64–72.
- Asma dan Trisna. (2021). Analisis Preferensi Rumah Tangga Terhadap Produk Jamu Selama Masa Pandemi Covid-19 Di Rumah Tangga, Kelurahan Baktijaya Kecamatan

- Sukmajaya Depok. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 7(2), 1004–1017.
- Badan Pusat Statistika. (2020). *Pertumbuhan Sektor Industri*. Badan Pusat Statistika.
- Ekadipta dan Andri. (2021). Analisis preferensi konsumen jamu dalam kemasan di wilayah Jabodetabek. In *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat dengan tema “Kesehatan Modern dan Tradisional.”* Institut Sains dan Teknologi Al-Kamal. Jakarta. pp.96-111.
- Fajarani, E., Wildayana, E., & Putri, N. E. (2021). Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Organik di Supermarket Diamond Kota Palembang Consumer Preferences On Purchasing Decisions of Organics Vegetables In The Diamond Supermarket Of Palembang City Abstrak. *Jurnal KaliAgri*, 2(1), 38–50.
- Heiat, M., Hashemi-Aghdam, M. R., Heiat, F., Rastegar Shariat Panahi, M., Aghamollaei, H., Moosazadeh Moghaddam, M., Sathyapalan, T., Ranjbar, R., & Sahebkar, A. (2021). Integrative role of traditional and modern technologies to combat COVID-19. *Expert Review of Anti-Infective Therapy*, 19(1), 23–33.
- Indah, W., Ningsih, FajarYunianto, A. E., Atmaka, D. R., & Fitri, D. (2021). Konsumsi suplemen dan herbal sebelum dan selama pandemi Covid-19. *Jurnal Pangan Kesehatan Dan Gizi JAKAGI*, 1(2), 1–8.
- Ita dkk. (2020). Preferensi Konsumen Dalam Pembelian Obat Herbal Kunyit Putih. *Jurnal Agribisains*, 6(2), 81–87.
- 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.
- Kholidah, N., & Arifiyanto, M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal di Pekalongan. *Jurnal Studi Keislaman*, 7(1), 136–151.
- Kurnia, M. R. (2016). Pengaruh Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Peralatan Olahraga Tenis Meja Oke Sport Di Kecamatan Wonosari. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 24(1), 33–42.
- Mustofa, F. I. (2020). Studi Penggunaan Jamu oleh Masyarakat untuk Meningkatkan Daya Tahan Tubuh Selama Wabah Covid-19. *Jurnal Kesehatan*, 8(2), 76–86.
- Nurpani, A. (2021). Preferensi Konsumen Jamu Pagi dan Jamu Malam. *Jurnal Agribisnis*, 4(2), 80–92.
- Pamartha, D. A. (2016). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Preferensi Konsumen dan Keputusan Pembelian Kartu Seluler Simpati (Survei pada Masyarakat Desa Wonosari, Kecamatan Pagu, Kabupaten Kediri yang Membeli Kartu Seluler SimPATI). *Administrasi Bisnis*, 38(1), 14–20.
- Prabawani, B. (2017). Jamu Brand Indonesia: Consumer Preferences and Segmentation. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(3), 80–94.
- Rahayu, A. C. (2021). *Industri jamu dan farmasi menggenjot pemanfaatan bahan baku herbal*. <https://industri.kontan.co.id/news/industri-jamu-dan-farmasi-menggenjot-pemanfaatan-bahan-baku-herbal>

- Rasmikayati dkk. (2017). Kajian Sikap dan Perilaku Konsumen dalam Pembelian Kopi Serta Pendapatnya Terhadap Varian Produk Dan Potensi Kedainya. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 3(2), 117–133.
- Rosita dan Wahyu. (2020). Persepsi Konsumen Terhadap Pembelian Produk Herbal di Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 4(2), 144–152.
- Sad, R. I., & Sukartaatmaja, I. (2013). Pengaruh Atribut Produk Herbal Terhadap Kepuasan Pelanggan. *JIMKES, Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 1(3), 255–262.
- Setyanto, L. E. (2017). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pembeli Apple iPhone pada Mahasiswa / Mahasiswi S1 Fakultas Ilmu Administrasi Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2013 / 2014 Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 46(2), 19–27.
- Wicaksana, D. (2017). Kajian Potensi Pengembangan Pasar Jamu. In *Kementrian Perdagangan RI. Kementerian Perdagangan Republik Indonesia*.