


perpus 9

jurnal_22057_sesudah semhas

 19 NOVEMBER 2025

 CEK TURNITIN

 INSTIPER

Document Details

Submission ID

trn:oid:::1:3419427513

Submission Date

Nov 21, 2025, 10:54 AM GMT+7

Download Date

Nov 21, 2025, 10:56 AM GMT+7

File Name

JURNAL_KAJIAN_JAMU.docx

File Size

112.1 KB

9 Pages

2,844 Words

18,338 Characters




19% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

- 18%  Internet sources
- 8%  Publications
- 5%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Top Sources

- 18% Internet sources
- 8% Publications
- 5% Submitted works (Student Papers)

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Internet	eprints.unram.ac.id	3%
2	Internet	jurnal.instiperjogja.ac.id	<1%
3	Internet	ojs.unanda.ac.id	<1%
4	Internet	repository.umy.ac.id	<1%
5	Internet	repository.usd.ac.id	<1%
6	Internet	perpus.univpancasila.ac.id	<1%
7	Internet	repository.upi.edu	<1%
8	Internet	journal.universitaspahlawan.ac.id	<1%
9	Internet	media.neliti.com	<1%
10	Internet	docplayer.info	<1%
11	Internet	repository.radenintan.ac.id	<1%

12	Student papers	Universitas Mercu Buana Yogyakarta	<1%
13	Internet	biofarmaka.ipb.ac.id	<1%
14	Internet	repositori.unimma.ac.id	<1%
15	Internet	journal.ugm.ac.id	<1%
16	Internet	repository.unpad.ac.id	<1%
17	Publication	Mayang Manguri Rahayu, Rima Wahyudyanti, Andyan Pradipta Utama, Aisyah Ra...	<1%
18	Internet	jurnal.umt.ac.id	<1%
19	Internet	repository.unisma.ac.id	<1%
20	Internet	ukinstitute.org	<1%
21	Internet	123dok.com	<1%
22	Internet	jurnal.sebi.ac.id	<1%
23	Internet	mulok.library.um.ac.id	<1%
24	Publication	Nurul Kholisah, Nur Rohmah Lufti A'yuni, Siwitri Munambar. "Pengaruh Variasi F...	<1%
25	Internet	eprints.uny.ac.id	<1%

26	Internet	bisnisukm.com	<1%
27	Internet	digilibadmin.unismuh.ac.id	<1%
28	Internet	edualkohol.blogspot.com	<1%
29	Internet	fdocumenti.com	<1%
30	Internet	kissanak.wordpress.com	<1%
31	Internet	research-report.umm.ac.id	<1%
32	Internet	text-id.123dok.com	<1%
33	Internet	www.scribd.com	<1%
34	Publication	Ana Amalia. "Pemanfaatan Tanaman Herbal Sebagai Sediaan Jamu Tradisional U...	<1%
35	Internet	riset.unisma.ac.id	<1%

AGROFORETECH

Volume XX, Nomor XX, Tahun XXXX

KAJIAN PROFIL KONSUMEN DAN PERILAKU KONSUMSI JAMU DI SUKOHARJO JAWA TENGAH

Dani Riskianto¹, Arum Ambarsari², Agatha Ayiek Sih Sayekti²

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, INSTIPER Yogyakarta

Email Korespondensi: wanieund006@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui profil konsumen dan perilaku konsumsi jamu di Kabupaten Sukoharjo, Provinsi Jawa Tengah. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode snowball sampling. Data yang diperoleh kemudian dianalisis melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas konsumen jamu di Kabupaten Sukoharjo adalah perempuan berusia 51–60 tahun, dengan tingkat pendidikan terakhir SMA/SMK. Sebagian besar dari mereka bekerja di sektor swasta, khususnya pada bidang makanan dan minuman, dengan pendapatan bulanan berkisar antara Rp1.000.001 hingga Rp2.000.000. Jenis jamu yang paling banyak dikonsumsi adalah beras kencur, dengan frekuensi konsumsi rata-rata dua gelas per minggu. Adapun alasan utama dalam mengonsumsi jamu antara lain untuk pencegahan penyakit, menjaga stamina tubuh, memperlancar produksi ASI, serta mengurangi nyeri saat menstruasi.

Kata Kunci: profil konsumen, perilaku konsumsi, jamu

PENDAHULUAN

Indonesia diketahui mempunyai berbagai keanekaragaman rempah-rempah. Rempah-rempah tersebut membuat masyarakat Indonesia memanfaatkannya untuk kesehatan, baik untuk upaya pencegahan maupun pengobatan dari penyakit. Masyarakat lokal sering menyebutnya dengan istilah jamu. (Raswadiyanto dan Pujiyanto, 2023). Jamu sudah digunakan berabad-abad dengan memiliki komposisi utama berbahan alami yang terdiri dari aneka jenis tumbuhan, rempah, akar, kulit batang, biji serta bagian tumbuhan yang memiliki khasiat obat tersendiri. Masyarakat Indonesia sudah mewariskan ramuan herbal dari generasi ke generasi sebagai bentuk kearifan lokal, tradisi, maupun praktik budaya yang sudah teruji dari waktu ke waktu (Raswadiyanto dan Pujiyanto, 2023). Minuman herbal kerap dijadikan pilihan oleh masyarakat kelas menengah ke bawah sebagai bentuk upaya pencegahan (preventif) penyakit, peningkatan (promotif) kesehatan, maupun pemulihan (rehabilitatif) kondisi tubuh. Saat ini, sebagian orang menganggap bahwa konsumsi minuman herbal lebih

aman dibandingkan dengan penggunaan obat-obatan sintetis (Anggraeni W., Sari K.I.P., Wardani R.A., 2017).

Di Indonesia, penjual jamu tradisional umumnya adalah perempuan yang mengenakan kebaya dan membawa bakul berisi botol-botol jamu siap konsumsi. Mereka biasa menjajakan jamu dengan cara berkeliling dari satu tempat ke tempat lain sambil memikul bakul yang dibalut kain jarik batik, serta membawa ember kecil sebagai wadah gelas. Lokasi penjualan meliputi rumah ke rumah, pasar, hingga tempat umum yang memiliki kebutuhan akan jamu. Namun, seiring perkembangan zaman, cara berjualan jamu pun ikut berubah, dari sebelumnya berjalan kaki kini beralih menggunakan sepeda atau sepeda motor dalam menawarkan jamu (Rahayu, 2015). Jenis jamu yang dijual pun bervariasi, namun beberapa jenis yang paling sering dikonsumsi antara lain beras kencur, kunyit asam, wedang jahe, jamu pahitan, serta jamu instan siap seduh yang disesuaikan dengan permintaan konsumen (Trisusilo A., 2024).

Kabupaten Sukoharjo, yang terletak di Provinsi Jawa Tengah, merupakan salah satu wilayah sentra penghasil tanaman biofarmaka. Pada tahun 2023, luas lahan yang digunakan untuk budidaya tanaman biofarmaka di wilayah ini mencapai sekitar 447.876 meter persegi, dengan total produksi mencapai 1.155.459 kilogram. Oleh karena itu, Sukoharjo dikenal sebagai salah satu daerah penghasil jamu tradisional, dengan total 49 industri jamu yang tersebar dari skala mikro, kecil, menengah, hingga besar, yang tergabung dalam Koperasi Jamu Indonesia (KOJAI).

Gaya hidup sehat kini semakin berkembang, ditandai dengan pergeseran konsumsi dari bahan sintetis ke bahan alami atau herbal. Masyarakat mulai memilih produk seperti jamu sebagai alternatif, terutama saat obat modern belum tersedia untuk beberapa penyakit. Jamu populer karena harganya terjangkau, mudah didapat, dan bisa dibuat sendiri di rumah. Untuk meningkatkan rasa dan aroma, beberapa konsumen menambahkan bahan seperti gula aren, serai, dan kayu manis (Kusumo A.R., Wiyoga F.Y., Perdana H.P., Khairunnisa I., Suhandi R.I., Prastika S.S., 2020).

Perilaku konsumen mencakup proses pengambilan keputusan untuk memenuhi kebutuhan, mulai dari pencarian informasi hingga evaluasi dan pembelian ulang. Perilaku ini dipengaruhi oleh faktor psikologis, sosial, budaya, dan pengalaman sebelumnya. Minat pembelian ulang muncul jika konsumen merasa puas dan memperoleh manfaat, serta menjadi indikator loyalitas. Niat ini dipengaruhi oleh persepsi kualitas, nilai, dan hubungan emosional dengan merek. Sementara itu, pembelian ulang merupakan bukti nyata bahwa produk memenuhi harapan. Oleh karena itu, perusahaan berfokus pada peningkatan kualitas untuk mempertahankan pelanggan (Ekaprana I.D.G.A., Jatra, I.M., Giantari I.G.A.K., 2012).

Keputusan konsumen dalam memilih produk dipengaruhi oleh faktor internal, yaitu faktor pribadi (usia, pekerjaan, ekonomi, gaya hidup, kepribadian) dan psikologis (motivasi, persepsi, pembelajaran, sikap, dan keyakinan). Gaya hidup berperan penting karena mencerminkan cara individu mengekspresikan diri dalam lingkungan sosial dan menentukan pola konsumsi. Informasi yang dimiliki konsumen, khususnya tentang produk seperti jamu tradisional, juga memengaruhi sikap dan pertimbangan mereka. Sikap konsumen—positif atau negatif—akan menentukan apakah mereka tertarik membeli atau justru menolak suatu produk. Oleh karena itu, keputusan pembelian tidak hanya bersifat rasional, tetapi juga

dipengaruhi oleh karakter, gaya hidup, persepsi, dan sikap terhadap produk (Kabeakan N.T.M.B., 2019)

Selain faktor internal, keputusan pembelian konsumen juga sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal, seperti sosial, budaya, psikologis, lokasi, waktu, dan atribut produk. Faktor sosial berkaitan dengan status seseorang dalam masyarakat, seperti tingkat pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan, yang akan memengaruhi citra diri dan pilihan produk yang dianggap sesuai. Faktor budaya mencakup nilai, kebiasaan, dan tradisi yang telah tertanam sejak lama, seperti kebiasaan masyarakat Indonesia dalam mengonsumsi jamu sebagai bagian dari budaya lokal. Faktor psikologis seperti motivasi, pengetahuan, keyakinan, dan sikap juga turut menentukan perilaku konsumsi; semakin kuat keyakinan seseorang terhadap manfaat suatu produk, semakin besar kemungkinan ia akan membelinya. Faktor lokasi berperan dalam akses dan kebiasaan konsumsi, misalnya masyarakat pedesaan yang lebih mudah mendapatkan bahan baku jamu akan lebih cenderung mengonsumsinya dibandingkan obat modern. Faktor waktu, seperti musim, situasi harian, dan kondisi tertentu, juga dapat memengaruhi keputusan pembelian tergantung pada kebutuhan saat itu atau prediksi kebutuhan di masa depan. Terakhir, atribut produk seperti rasa, aroma, bentuk, tekstur, dan harga menjadi pertimbangan penting dalam menentukan apakah suatu produk sesuai dengan preferensi konsumen dan layak untuk dibeli. (Wardana M.F., Rianti T.S.M., Khoiriyah N., 2022)

Selain faktor internal dan eksternal, tingkat pengetahuan konsumen juga berperan penting dalam memengaruhi minat dan kebiasaan mengonsumsi jamu. Pengetahuan yang baik dapat membentuk sikap positif serta meningkatkan kesadaran akan manfaat jamu sebagai obat tradisional. Sebaliknya, kurangnya informasi atau penyebaran informasi yang tidak akurat dapat menyebabkan keraguan dan penurunan konsumsi jamu. Faktor-faktor seperti usia, tingkat pendidikan, kondisi ekonomi, lingkungan sosial, dan sumber informasi sangat memengaruhi pengetahuan konsumen. Semakin tinggi usia dan pendidikan, umumnya semakin baik pemahaman terhadap manfaat jamu. Masyarakat dengan ekonomi rendah cenderung memilih jamu karena harganya lebih terjangkau. Selain itu, nilai budaya, norma sosial, dan lingkungan sekitar juga membentuk kebiasaan kolektif dalam penggunaan jamu. Oleh karena itu, penyebaran informasi yang tepat dan edukasi yang berkelanjutan sangat penting untuk meningkatkan persepsi positif dan mendorong penggunaan jamu secara bijak di masyarakat (Adiyasa dan Meiyanti, 2021).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini difokuskan untuk mengkaji lebih dalam mengenai profil konsumen dan perilaku konsumsi jamu di Kabupaten Sukoharjo. Diharapkan, hasil dari penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengembangan industri jamu serta pengambilan kebijakan berbasis potensi lokal yang berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif, yang bertujuan untuk menggambarkan fenomena berdasarkan data numerik yang diperoleh. Metode yang digunakan dalam penentuan lokasi menggunakan purposive sampling yang akan dilaksanakan di daerah Kabupaten Sukoharjo, Provinsi Jawa Tengah pada bulan Juli-Agustus 2024 dikarenakan Kabupaten Sukoharjo dikenal sebagai salah satu

sentra penghasil Jamu yang ada di daerah Provinsi Jawa Tengah. Penelitian ini menggunakan teknik snowball sampling sebagai metode penentuan sampel. Proses analisis data dilakukan melalui tiga langkah, yakni reduksi data, penyajian data secara sistematis, serta penarikan kesimpulan berdasarkan hasil temuan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil Konsumen

1. Identifikasi Berdasarkan Usia Konsumen

Tabel 5.1 Usia Konsumen

Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
20-30	3	10
31-40	5	17
41-50	6	20
51-60	11	37
61-70	2	7
71-80	2	7
81-90	1	3
Total	30	100

Sumber : Analisis Data Primer 2024

Mengacu pada tabel 5.1 menunjukkan bahwa kelompok usia yang paling dominan dalam mengonsumsi jamu berada pada rentang usia 51–60 tahun, dengan jumlah 11 konsumen, yang setara dengan 37% dari total sampel penelitian. Temuan ini mengindikasikan bahwa konsumen dari kelompok usia lanjut memiliki kecenderungan yang lebih tinggi dalam memilih jamu sebagai bagian dari pola konsumsi harian mereka. Secara umum, motivasi utama konsumen dalam mengonsumsi jamu adalah sebagai alternatif minuman herbal yang dianggap lebih alami dan berfungsi untuk mengurangi ketergantungan terhadap produk berbahan kimia atau sintetis. Di samping itu, sebagian konsumen juga menyatakan bahwa mereka mengonsumsi jamu sebagai sarana untuk menjaga daya tahan tubuh (stamina), khususnya dalam menghadapi aktivitas harian yang padat maupun perubahan kondisi cuaca.

2. Identifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 5.2 Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Laki-Laki	14	47
Perempuan	16	53
Total	30	100

Sumber : Analisis Data Primer 2024

Mengacu pada tabel 5.2 dapat diketahui bahwa mayoritas konsumen jamu berasal dari kalangan perempuan, dengan jumlah sebanyak 16 orang, atau sekitar 53% dari total konsumen. Tingginya angka konsumsi jamu di kalangan perempuan menunjukkan adanya kecenderungan bahwa jamu lebih banyak dikonsumsi oleh perempuan dibandingkan laki-laki. Hal ini dapat dikaitkan dengan keyakinan yang berkembang di masyarakat bahwa jamu memiliki khasiat tertentu yang dibutuhkan oleh perempuan, seperti meringankan rasa nyeri saat menstruasi, serta membantu memperlancar produksi ASI bagi ibu menyusui. Sementara itu, kelompok laki-laki juga mengonsumsi jamu, meskipun dalam jumlah yang lebih sedikit, umumnya dengan tujuan untuk menjaga stamina tubuh, terutama dalam mendukung aktivitas kerja yang berat atau melelahkan.

3. Identifikasi Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tabel 5.3 Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
SD	7	23
SMP	2	7
SMA/SMK	16	53
PT	5	17
Total	30	100

Sumber : Analisis Data Primer 2024

Mengacu pada tabel 5.3 menunjukkan bahwa mayoritas konsumen jamu memiliki tingkat pendidikan hingga jenjang SMA/SMK, dengan jumlah sebanyak 16 orang atau sekitar 53% dari total konsumen. Tingkat pendidikan konsumen ini berperan penting dalam membentuk preferensi dan pola konsumsi mereka terhadap produk jamu. Konsumen dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi cenderung lebih selektif dalam memilih produk makanan atau minuman, khususnya yang berkaitan dengan kesehatan, dengan memperhatikan aspek kualitas dan manfaat kesehatan yang ditawarkan. Hal ini sesuai dengan pendapat Jubaedah dalam Hasan F., Muslimah, Destiarni R.P. (2024) yang menyatakan bahwa tingkat pengetahuan mengenai manfaat kesehatan serta keamanan produk jamu sangat berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih dan mengonsumsi produk tersebut.

4. Identifikasi Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 5.4 Pekerjaan Konsumen

Jenis Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
IRT	5	17
Swasta	15	50
Wiraswasta	4	13
Petani	4	13
Mahasiswa	2	7
Total	30	100

Sumber : Analisis Data Primer 2024

Mengacu pada tabel 5.4 menunjukkan bahwa mayoritas konsumen jamu berasal dari kalangan pengusaha swasta, dengan jumlah sebanyak 15 orang atau sekitar 50% dari total konsumen. Sebagian besar konsumen tersebut berprofesi sebagai pengusaha di bidang makanan dan minuman, yang menunjukkan adanya keterkaitan antara jenis pekerjaan dengan pola konsumsi produk jamu. Profesi sebagai pengusaha di sektor ini memungkinkan mereka untuk lebih memahami pentingnya menjaga kesehatan melalui konsumsi produk herbal seperti jamu, baik untuk mendukung daya tahan tubuh dalam menjalankan aktivitas usaha.

5. Identifikasi Berdasarkan Pendapatan

Tabel 5.5 Pendapatan

Pendapatan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Rp. 0 - Rp. 1.000.000	9	30
Rp. 1.000.001 - Rp. 2.000.000	14	47
Rp. 2.000.001 -Rp. 3.000.000	6	20
> Rp. 3.000.001	1	3
Total	30	100

Sumber : Analisis Data Primer 2024

Mengacu pada tabel 5.5 menunjukkan bahwa mayoritas konsumen jamu memiliki pendapatan bulanan berada di kisaran Rp 1.000.001 hingga Rp 2.000.000, dengan jumlah sebanyak 14 konsumen atau sekitar 47% dari total sampel. Kondisi ini berkaitan dengan fakta bahwa sebagian besar konsumen merupakan ibu rumah tangga, sehingga pendapatan keluarga umumnya berasal dari pendapatan dari suami. Pendapatan yang terbatas ini dapat menjadi faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian dan konsumsi produk jamu setiap bulannya.

6. Identifikasi berdasarkan Jenis Konsumsi Jamu

Tabel 5.6 Jenis Jamu

Jenis jamu	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Kunir asem	13	43
Beras Kencur	14	47
Uyup-Uyup	3	10
Total	30	100

Sumber : Analisis Data Primer 2024

Mengacu pada tabel 5.6 menunjukkan bahwa jenis jamu yang paling banyak dikonsumsi oleh konsumen adalah Beras Kencur, dengan jumlah peminat sebanyak 14 orang atau sekitar 47% dari total konsumen. Konsumsi Beras Kencur ini didominasi oleh konsumen pria, yang menunjukkan kecenderungan konsumen laki-laki lebih memilih jenis jamu tertentu secara konsisten dibandingkan dengan konsumen perempuan. Hal ini disebabkan oleh perbedaan kebutuhan dan tujuan dalam mengonsumsi jamu antara pria dan wanita. Pria umumnya mengonsumsi jamu dengan tujuan utama sebagai penjaga stamina dan vitalitas tubuh, sehingga cenderung memilih jenis jamu yang dianggap paling efektif untuk tujuan tersebut. Sementara itu, konsumsi jamu di kalangan perempuan lebih bervariasi, disesuaikan dengan manfaat spesifik yang ingin diperoleh dari masing-masing jenis jamu. Salah satu jenis jamu yang dominan dikonsumsi oleh perempuan adalah Kunir Asem, yang dipercaya memiliki khasiat dalam melancarkan siklus menstruasi dan mengatasi keluhan terkait kesehatan reproduksi wanita.

B. Perilaku Konsumsi Jamu

1. Frekuensi Konsumsi Jamu

Tabel 5.7 Frekuensi konsumsi Jamu Perminggu

Frekuensi (Gelas)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	9	30
2	15	50
3	5	17
4	1	3
Total	30	100

Sumber : Analisis Data Primer 2024

Mengacu pada Tabel 5.7 menunjukkan bahwa Tingkat frekuensi konsumsi jamu di kalangan konsumen bervariasi, dengan mayoritas sebanyak 15 orang atau 50% mengonsumsi jamu sebanyak 2 gelas per minggu. Sementara itu, konsumsi dengan frekuensi 4 gelas per minggu hanya dilakukan oleh 1 orang atau sekitar 3% dari total konsumen. Pola konsumsi ini menunjukkan bahwa jamu dipandang sebagai kebutuhan sekunder oleh konsumen, yang dikonsumsi terutama dengan tujuan menjaga stamina dan kesehatan tubuh. Proses pembelian jamu umumnya dilakukan pada sore hari melalui penjual jamu keliling dengan harga Rp 2.000 per gelas, sehingga dalam satu bulan konsumen mengonsumsi sekitar 8 gelas jamu.

Jenis jamu yang dikonsumsi beragam dan disesuaikan dengan kebutuhan, antara lain Kunir Asem (Kunyit Asam), Beras Kencur, dan Uyup-Uyup. Menurut Noviati dalam Adriani & Pritasari (2024), Kunir Asem memiliki berbagai khasiat seperti melancarkan siklus menstruasi pada wanita, mengurangi pegal-pegal, meredakan gejala asam lambung, memperlancar peredaran darah, mengobati sariawan dan panas dalam, serta berfungsi sebagai antibiotik alami. Sedangkan menurut Herlina dalam Adriani & Pritasari (2024), Beras Kencur secara empiris diketahui menyegarkan tubuh, berperan sebagai obat batuk alami, dan meningkatkan nafsu makan. Sementara itu, jamu Uyup-Uyup umumnya dikonsumsi oleh wanita pasca melahirkan dengan tujuan untuk meningkatkan serta memperlancar produksi ASI, dan juga sebagai minuman perawatan selama masa nifas (Adriani & Pritasari, 2024).

2. Alasan Konsumsi

Tabel 5.8 Alasan Konsumsi

Alasan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Warisan	5	17
Kesehatan	25	83
Total	30	100

Sumber : Analisis Data Primer 2024

Mengacu pada Tabel 5.8 menunjukkan bahwa mayoritas konsumen jamu memberikan alasan utama mengonsumsi jamu sebagai upaya untuk menjaga kesehatan, dengan jumlah konsumen sebanyak 25 orang atau sekitar 83% dari total konsumen. Motivasi ini berasal dari keinginan individu untuk melakukan pencegahan penyakit, menjaga stamina tubuh, memperlancar produksi ASI, meredakan nyeri saat menstruasi, serta mengurangi ketergantungan pada obat-obatan berbahan kimia sintesis dengan beralih ke produk herbal. Selain itu, terdapat alasan historis dan budaya yang turut mempengaruhi pola konsumsi jamu, di mana jamu dianggap sebagai bagian dari warisan tradisi keluarga yang telah turun-temurun dari generasi ke generasi. Konsumsi jamu juga sering kali menjadi kebiasaan rutin yang dilakukan pada waktu tertentu, umumnya pada sore hari setelah aktivitas sehari-hari. Faktor budaya ini memperkuat keberlanjutan konsumsi jamu sebagai bagian dari gaya hidup masyarakat dan menjaga keberlangsungan pengetahuan tradisional terkait manfaat jamu dalam konteks kesehatan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dalam kajian profil konsumen dan perilaku konsumsi jamu di Sukoharjo Jawa Tengah maka dapat disimpulkan bahwa Konsumen jamu berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh wanita sebanyak 16 orang. Berdasarkan usia Konsumen yang diteliti, mayoritas Konsumen berusia 51-60 tahun. Dilihat dari tingkat pendidikan, Konsumen yang mengonsumsi jamu termasuk golongan terpelajar yakni lulusan SMA/SMK. Dari segi pekerjaan Konsumen yang dominan bergerak di swasta dibidang makanan dan minuman. kemudian pendapatan konsumen jamu dominan berada pada Rp. 1.000.001 - Rp. 2.000.000 perbulan. pada jenis jamu yang paling digemari adalah jenis Beras Kencur. Pada Frekuensi konsumsi jamu untuk perorangan dalam mengonsumsi jamu sebanyak

2 gelas dalam seminggu dengan harga pergelasnya sebesar Rp. 2.000 rupiah dan biasa mengkonsumsi jamu di waktu sore hari. Pada tahap alasan konsumen memilih jamu adalah sebagai upaya pencegah penyakit, penjaga stamina, memperlancar ASI dan pereda nyeri pada saat menstruasi serta untuk mengurangi penggunaan obat-obatan sintesis.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyasa, M. R., & Meiyanti. (2021). Pemanfaatan obat tradisional di Indonesia: distribusi dan faktor demografis yang berpengaruh. *Biomedika Dan Kesehatan*, 4(3), 130–138. <https://doi.org/10.18051/JBiomedKes.2021.v4.130-138>
- Adriani, A., & Pritasari, W. (2024). Literature Review: Jenis dan Manfaat Jamu di Indonesia. *Biology and Education Journal*, 4(1), 69–79.
- Anggraeni, W., Sari, K. I. P., & Wardani, R. A. (2017). HUBUNGAN ANTARA KONSUMSI JAMU SAAT HAMIL DENGAN KEJADIAN ASFIKIA BAYI BARU LAHIR DI RUANG MELATI RSUD JOMBANG Widya. *Nurse and Health*, 6(2), 60–64.
- Ekaprana, I. D. G. A., Jatra, I. M., & Giantari, I. G. A. K. (2012). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG. *Manajemen*, 9(8), 2895–2914. <https://doi.org/10.4135/9781412963909.n349>
- Hasan, F., Muslimah, & Destiarni, R. P. (2024). PENGARUH PENGETAHUAN DAN SIKAP REMAJA TERHADAP PERILAKU KONSUMSI JAMU DI KABUPATEN BANGKALAN. *Jurnal Pertanian Cemara*, 21(1), 67–77.
- Kabeakan, N. T. M. B. (2019). Deskripsi Karakteristik Konsumen dan Pengaruh Faktor Internal Terhadap Keputusan Pembelian Beras Merah di Kota Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 227–234.
- Kusumo, A. R., Wiyoga, F. Y., Perdana, H. P., Khairunnisa, I., Suhandi, R. I., & Prastika, S. S. (2020). Jamu Tradisional Indonesia: Tingkatkan Imunitas Tubuh Secara Alami Selama Pandemi. *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Services)*, 4(2), 465. <https://doi.org/10.20473/jlm.v4i2.2020.465-471>
- Rahayu, S. (2015). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN MINUMAN JAMUGENDONG DI SURAKARTA. *Bhirawa*, 2(2), 52–62.
- Raswadiyanto, D. A. K. N., & Pujianto, W. E. (2023). Recovery Jamu Tradisional Menjadi Produk Berdaya Saing Global. *Jurnal Pendidikan Sosial Humaniora*, 2(3), 71–82. <https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/Dewantara/article/download/1308/1053>
- Trisusilo, A. (2024). Profil Konsumen Jamu Tradisional di Kota Bengkulu. *GRISOMICS: Agribusiness Social Economics*, 1(1), 23–32.
- Wardana, M. F., Rianti, T. S. M., & Khoiriyah, N. (2022). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Masyarakat dalam Mengonsumsi Produk Rempah (Jamu) pasca Pandemi. *Media Agribisnis*, 6(2), 145–155.