

**PROFIL BISNIS JAMU TRADISIONAL BERBASIS KOMODITAS HERBAL  
DALAM PERSPEKTIF KONSUMEN**

**TESIS**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
dalam Memperoleh Gelar Magister Pertanian  
Program Studi Magister Agribisnis**



**Diajukan Oleh :**  
**NADYA NIKY KUMALA**  
**NPM : 19064020016**

**kepada**

**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
SURABAYA  
2022**

**TESIS PROFIL BISNIS JAMU TRADISIONAL BERBASIS KOMODITAS  
HERBAL DALAM PERSPEKTIF KONSUMEN**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

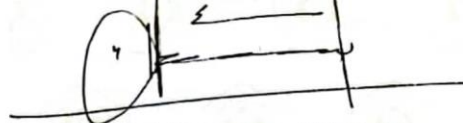
**NADYA NIKY KUMALA**  
**NPM : 19064020016**

Telah diuji pada tanggal:  
21 Maret 2022

Tesis Ini Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan Memperoleh  
Gelar Magister Agribisnis  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

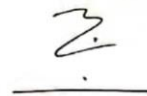
Menyetujui,

Pembimbing Utama



Prof. Dr. Ir. H. Syarif Imam Hidayat, MM  
NIP. 19630218 198903 1 002

Pembimbing Pendamping



Dr. Ir. Sri Tiondro Winarno, MM  
NIP. 19590211 198903 1 001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian



Dr. Ir. R.A. Nara Augustien K, MP  
NIP. 19590824 198703 2 001

Plt. Ketua Jurusan Agribisnis



Dr. Ir. Hamidah Hendrarini, M.Si  
NIP. 19601227 199103 2 001

**PROFIL BISNIS JAMU TRADISIONAL BERBASIS KOMODITAS HERBAL  
DALAM PERSPEKTIF KONSUMEN**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

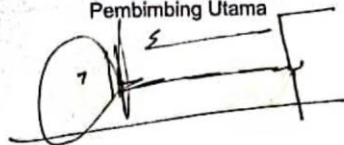
**NADYA NIKY KUMALA**  
**NPM: 19064020016**

Telah diuji pada tanggal:

21 Maret 2022

Menyetujui,

Pembimbing Utama



**Prof. Dr. Ir. H. Syarif Imam Hidayat, MM**  
**NIP. 19630218 198903 1 002**

Pembimbing Pendamping



**Dr. Ir. Sri Tjondro Winarno, MM**  
**NIP. 19590211 198903 1 001**



# **BUSINESS PROFILE OF TRADITIONAL JAMU BASED ON HERBAL COMMODITIES IN CONSUMER PERSPECTIVE**

**Nadya Niky Kumala, Syarif Imam Hidayat, Sri Tjondro Winarno**

Master of Agribusiness Study Program  
Faculty of Agriculture, UPN Veterans East Java  
Jl. Rungkut Madya No. 1 Gunung Anyar, Gunung Anyar District, Kota Surabaya  
East Java, 60294  
Email: *nadyaniky12@gmail.com*

## **ABSTRACT**

Traditional herbal medicine is a health drink made from herbs and has good benefits for the health of the body. Besides being used for treatment, traditional herbal medicine is also believed to be efficacious for the prevention of various diseases. When viewed from the point of view of medicine, traditional herbal medicine is still unable to compete with modern medicines. This is because modern medicines have a faster healing effect than traditional herbs, besides that modern medicines are also superior in terms of quality certification. Therefore, to be able to compete and increase the consumption of traditional herbal medicine, research is carried out with the following focus: 1) analyzing the perceptions, motivations, reasons for consumers to consume and buy traditional herbal medicine at Taman Market, 2) analyze the dominant factors that cause consumers to decide to buy traditional herbal medicine. consuming and buying traditional herbal medicine at Pasar Taman, and 3) knowing what strategic efforts and actions should be taken to increase sales of traditional herbal medicine in the future. In this study, researchers used qualitative descriptive analysis and factor analysis. The method of determining the research location is purposive at Taman Market. The sampling method used accidental sampling with a sample of 100 respondents. Indicators in the perception of benefits, efficiency and practicality, and product safety score above 90%. Indicators in reason are the influence of others, lifestyle, and tradition. The value of 90% is only obtained by tradition, while the influence of others gets a value of 34%. Lifestyle scored 77%. Indicators in motivation are product price, product quality, and product availability. Of the three indicators, all of them scored above 90%. The results of data analysis indicate that there are three factors that influence purchasing decisions for traditional herbal medicine at Taman Market. The first factor is the belief factor, the second factor is the environmental factor, and the third factor is the superiority of the product. The results showed that the most dominant factor influencing purchasing decisions for traditional herbal medicine at Taman Market was the belief factor with a total factor loading value of 3.736 and an eigenvalue of 2.948. This shows that in the belief factor, respondents consider the benefits, efficiency and practicality, product price, tradition, and product quality from herbal medicine and after using herbal medicine the respondents are satisfied. Efforts and strategic actions can be taken by producers, namely improving and maintaining the quality and hygiene of their processed traditional herbal medicine.

**KEYWORDS:** Business Profile, Traditional Herbal Medicine, Purchase Decision

# PROFIL BISNIS JAMU TRADISIONAL BERBASIS KOMODITAS HERBAL DALAM PERSPEKTIF KONSUMEN

Nadya Niky Kumala, Syarif Imam Hidayat, Sri Tjondro Winarno

Program Studi Magister Agribisnis  
Fakultas Pertanian, UPN Veteran Jawa Timur  
Jl. Rungkut Madya No. 1 Gunung Anyar, Kecamatan Gunung Anyar Kota  
Surabaya Jawa Timur, 60294  
Email: *nadyaniky12@gmail.com*

## ABSTRAK

Jamu tradisional merupakan minuman kesehatan yang berbahan dasar herbal dan memiliki manfaat yang baik bagi kesehatan tubuh. Selain dimanfaatkan untuk pengobatan, jamu tradisional juga diyakini mampu berkhasiat untuk pencegahan berbagai penyakit. Jika dilihat dari sudut pandang pengobatan, jamu tradisional masih kalah bersaing dengan obat-obatan modern. Hal tersebut dikarenakan obat-obatan modern memiliki efek penyembuhan yang lebih cepat dibandingkan dengan jamu tradisional, selain itu obat-obatan modern juga lebih unggul dalam hal sertifikasi mutu. Oleh sebab itu, untuk mampu bersaing dan meningkatkan konsumsi jamu tradisional dilakukan penelitian dengan fokus sebagai berikut 1) menganalisis persepsi, motivasi, alasan konsumen mengonsumsi dan membeli jamu tradisional di Pasar Taman, 2) menganalisis faktor-faktor dominan apa saja yang menyebabkan konsumen memutuskan untuk mengonsumsi dan membeli jamu tradisional di Pasar Taman, dan 3) mengetahui upaya dan tindakan strategis seperti apa yang harus dilakukan untuk meningkatkan penjualan jamu tradisional kedepannya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan analisis faktor. Metode penentuan lokasi penelitian adalah *purposive* di Pasar Taman. Metode pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* dengan jumlah sampel responden 100 orang. Indikator dalam persepsi yaitu manfaat, efisien dan praktis, serta keamanan produk memperoleh nilai diatas 90%. Indikator dalam alasan yaitu pengaruh orang lain, gaya hidup, dan tradisi. Nilai 90% hanya diperoleh tradisi, sedangkan pengaruh orang lain memperoleh nilai sebesar 34%. Gaya hidup memperoleh nilai sebesar 77%. Indikator dalam motivasi yaitu harga produk, kualitas produk, dan ketersediaan produk. Dari ketiga indikator tersebut, semuanya memperoleh nilai diatas 90%. Hasil analisis data menunjukkan bahwa terdapat tiga faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian jamu tradisional di Pasar Taman. Faktor pertama yaitu faktor keyakinan, faktor kedua yaitu faktor lingkungan, dan faktor ketiga yaitu keunggulan produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian jamu tradisional di Pasar Taman adalah faktor keyakinan dengan jumlah nilai *factor loading* sebesar 3,736 dan *eigenvalue* sebesar 2,948. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam faktor keyakinan responden mempertimbangkan manfaat, efisien dan praktis, harga produk, tradisi, dan kualitas produk dari jamu dan setelah menggunakan jamu responden merasa puas. Upaya dan tindakan strategis dapat dilakukan oleh produsen yaitu meningkatkan dan menjaga kualitas serta higienitas jamu tradisional olahannya.

**KATA KUNCI:** Profil Bisnis, Jamu Tradisional, Keputusan pembelian

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis, dengan judul **“PROFIL BISNIS JAMU TRADISIONAL BERBASIS KOMODITAS HERBAL DALAM PERSPEKTIF KONSUMEN”**. Tesis ini dimaksudkan untuk penulis yang disajikan secara sistematis dengan dukungan berbagai teori yang relevan. Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Strata-2 Program Studi Magister Agribisnis di Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penyusunan Tesis banyak dibantu oleh berbagai pihak yang berkenan memberikan kesempatan, petunjuk, bimbingan, informasi, fasilitas, dan lainnya sampai tersusunnya Tesis, selain itu pada kesempatan ini penyusun mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Syarif Imam Hidayat, MM selaku pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan dengan penuh kesabaran dan perhatian serta memberi arahan untuk menyelesaikan Tesis.
2. Dr. Ir. Sri Tjondro Winarno, MM selaku pembimbing pendamping yang telah memberikan bimbingan dengan penuh kesabaran dan perhatian serta memberi arahan untuk menyelesaikan Tesis.
3. Dr. Ir. RA. Nora Augustien, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Dr. Ir. Sudiyarto, MM selaku Ketua Program Studi Magister Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Dr. Ir. Hamidah Hendrarini, M.Si selaku Koordinator Program Studi Magister Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

6. Keluarga yang telah membantu dan memberi dorongan doa, semangat dalam setiap proses sampai selesai.
7. Teman-teman Magister Agribisnis 2019 yang membantu dan saling memberikan nasihat serta dorongan.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan dalam penyusunan Tesis.

Penulis menyadari bahwa dalam ini segala keberhasilan dan kesuksesan tidak terlepas dari bantuan Sang Khaliq dan juga tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Penulis menyadari bahwa Tesis ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak. Akhir kata penulis berharap semoga Tesis ini dapat memberikan sesuatu yang berguna bagi penulis pada khususnya serta bagi para pembaca pada umumnya.

Surabaya, 1 Maret 2022

Penulis



## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	8
2.1 Penelitian Terdahulu .....	8
2.2 Landasan Teori .....	16
2.2.1 Jamu .....	16
2.2.2 Profil Bisnis Jamu .....	21
2.2.3 Persepsi .....	23
2.2.4 Motivasi .....	24
2.2.5 Pandemi Covid-19 .....	26
2.2.6 Konsumen .....	27
2.2.7 Perilaku Konsumen.....	27
2.2.8 Keputusan Pembelian .....	30
2.2.9 Faktor-faktor Pengaruh Keputusan Pembelian .....	31
2.2.10 Analisis Deskriptif Kualitatif .....	33
2.2.11 Analisis Faktor .....	34
2.3 Kerangka Penelitian .....	35
2.4 Batasan Penelitian .....	38
2.5 Hipotesis Penelitian .....	38
BAB III METODE PENELITIAN .....	39
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	39
3.2 Jenis dan Metode Pengumpulan Data .....	40
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian .....	42
3.3.1 Populasi Penelitian .....	42
3.3.2 Sampel Penelitian .....	42
3.4 Definisi Operasional Variabel .....	43

3.5 Metode Analisis Data .....	45
3.5.1 Analisis Tujuan Pertama .....	46
3.5.2 Analisis Tujuan Kedua .....	51
3.5.3 Analisis Tujuan Ketiga .....	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	55
4.1 Keadaan Umum Pasar Taman .....	55
4.2 Persepsi Konsumen Mengonsumsi dan Membeli Jamu Tradisional .	56
4.2.1 Persepsi Berdasarkan Manfaat .....	57
4.2.2 Persepsi Berdasarkan Efisien dan Praktis .....	59
4.2.3 Persepsi Berdasarkan Keamanan Produk .....	61
4.3 Alasan Konsumen Mengonsumsi dan Membeli Jamu Tradisional ....	64
4.3.1 Alasan Berdasarkan Pengaruh Orang Lain .....	64
4.3.2 Alasan Berdasarkan Gaya Hidup .....	66
4.3.3 Alasan Berdasarkan Tradisi .....	68
4.4 Motivasi Konsumen Mengonsumsi dan Membeli Jamu Tradisional ..	70
4.4.1 Motivasi Berdasarkan Harga Produk .....	71
4.4.2 Motivasi Berdasarkan Kualitas Produk .....	74
4.4.3 Motivasi Berdasarkan Ketersediaan Produk .....	75
4.5 Proses Keputusan Pembelian .....	77
4.6 Analisis Faktor .....	87
4.7 Upaya dan Tindakan Meningkatkan Jamu Tradisional di Pasar Taman	99
.....	99
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	103
5.1 Kesimpulan .....	103
5.2 Saran.....	104
DAFTAR PUSTAKA .....	106
LAMPIRAN .....	114

## DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Persentase Penduduk Jawa Timur yang Melakukan Pengobatan Sendiri Menurut Jenis Obat yang Digunakan .....	2
2.	Penelitian Terdahulu .....	15
3.	Beberapa Khasiat Tanaman Obat Jenis Rimpang-Rimpangan.....	15
4.	Jenis Tanaman Obat untuk Jamu .....	21
5.	Jadwal Penelitian.....	39
6.	Kriteria Kuesioner Penelitian.....	47
7.	Nama Industri, Jenis Usaha dan Tempat Penjualan Jamu Tradisional di Pasar Taman.....	55
8.	Persepsi Berdasarkan Manfaat.....	57
9.	Hasil Skor Skala Likert Variabel Manfaat .....	59
10.	Persepsi Berdasarkan Efisien dan Praktis .....	61
11.	Hasil Skor Skala Likert Variabel Efisien dan Praktis.....	66
12.	Persepsi Berdasarkan Keamanan Produk .....	68
13.	Hasil Skor Skala Likert Variabel Keamanan Produk.....	71
14.	Alasan Berdasarkan Pengaruh Orang Lain.....	74
15.	Hasil Skor Skala Likert Variabel Pengaruh Orang Lain .....	75
16.	Alasan Berdasarkan Gaya Hidup .....	67
17.	Hasil Skor Skala Likert Variabel Gaya Hidup .....	67
18.	Alasan Berdasarkan Tradisi .....	69
19.	Hasil Skor Skala Likert Variabel Tradisi .....	69
20.	Motivasi Berdasarkan Harga Produk.....	72
21.	Hasil Skor Skala Likert Variabel Harga Produk .....	72
22.	Motivasi Berdasarkan Kualitas Produk.....	74
23.	Hasil Skor Skala Likert Variabel Kualitas Produk.....	75
24.	Motivasi Berdasarkan Ketersediaan Produk.....	76
25.	Hasil Skor Skala Likert Variabel Ketersediaan Produk.....	76
26.	KMO dan <i>Bartlett's Test</i> .....	89
27.	<i>Anti-image Correlation</i> .....	90
28.	<i>Communalities</i> .....	91
29.	<i>Total Variance Explained</i> .....	92
30.	<i>Rotated Component Matrix</i> .....	94
31.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Jamu Tradisional di Pasar Taman.....	98

32. Upaya dan Tindakan Strategis untuk Meningkatkan Penjualan Jamu Tradisional.....	99
---	----

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kerangka Penelitian.....	37
2.	Tujuan Utama Responden Membeli Jamu Tradisional .....	78
3.	Sumber Informasi Pembelian Jamu Tradisional .....	80
4.	Bentuk Jamu Tradisional yang Sering Dikonsumsi Responden .....	82
5.	Jenis Jamu Tradisional yang Dikonsumsi Responden .....	83
6.	Rencana Pembelian Jamu Tradisional.....	85
7.	Tingkat Kepuasan Responden Terhadap Jamu Tradisional .....	86

## DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian .....	114
2.	Data Hasil Kuesioner Persepsi, Alasan, dan Motivasi .....	121
3.	Hasil KMO and <i>Bartlett's Test</i> .....	124
4.	Hasil <i>Anti-image Matrices</i> .....	125
5.	Hasil <i>Communalities</i> .....	126
6.	<i>Total Variance Explained</i> .....	126
7.	Hasil <i>Component Matrix<sup>a</sup></i> .....	127
8.	Hasil <i>Rotated Component Matrix<sup>a</sup></i> .....	127