

KEARIFAN LOKAL YANG ADA DI SEKITAR

MENINGKATKAN MINAT MINUM JAMU BAGI GENERASI MUDA MELALUI VARIASI KEMASAN D'PAWON



**Alifah Meiza Iznaini
Anindya Febriana
Nasywa Anindita
Yasmin Nabila
Yasmin Widya**

SMA N 7 Yogyakarta

yasminwidya24@gmail.com

MENINGKATKAN MINAT MINUM JAMU BAGI GENERASI MUDA MELALUI VARIASI KEMASAN D'PAWON

D'PAWON

- Jamu merupakan salah satu minuman tradisional yang terbuat dari bahan alami serta memiliki banyak khasiat. Jamu terbuat dari tumbuhan jenis rhizoma atau rimpang. Salah satu manfaat jamu yakni dapat meningkatkan daya tahan tubuh dan stamina serta digunakan sebagai obat tradisional atau alternatif.
- Namun, kini jamu mulai mengalami penurunan tingkat konsumsi terutama berkurangnya konsumen jamu yang berusia muda. Hal itu terjadi karena beberapa faktor seperti generasi muda menganggap jamu adalah minuman jaman dulu, memiliki rasa yang pahit dan sebagainya
- Diperlukan upaya nyata untuk meningkatkan minat minum jamu pada generasi muda. Salah satunya dengan mengemas tampilan kemasan jamu semenarik mungkin, yang sekaligus diharapkan meningkatkan angka penjualan jamu



Pendahuluan

Tak sedikit orang lebih memilih minum jamu daripada obat modern karena berbagai alasan, salah satunya karena jamu tidak memiliki efek samping layaknya obat-obatan modern. Jamu merupakan minuman tradisional yang terbuat dari bahan alami serta memiliki banyak khasiat. Jamu terbuat dari tumbuhan jenis rhizoma atau rimpang seperti jahe, kunyit, kencur, temulawak, dan lain sebagainya. Jamu dapat meningkatkan daya tahan tubuh dan stamina serta digunakan sebagai obat tradisional atau alternatif, terutama bagi orang yang lanjut usia.

Hingga saat ini jamu masih eksis dan disukai banyak orang. Jamu biasa dijajakan berkeliling.

menggunakan sepeda atau berjalan kaki membawa keranjang yang terbuat dari bambu atau rotan. Pembeli akan membawa gelas sendiri atau diberi kemasan plastik oleh penjualnya. Namun saat ini jamu dikemas dengan tampilan yang modern dan lebih menarik, yaitu menggunakan botol, kertas/karton hingga kemasan berbentuk sachet. Selain meningkatkan penjualan jamu, desain kemasan juga diharapkan untuk meningkatkan minat generasi muda untuk mengonsumsi jamu.

Untuk mengetahui seberapa besar minat generasi muda untuk meminum jamu, kami

mengadakan penelitian untuk memetakan sejauh mana generasi muda menyukai jamu

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui eksistensi dan tingkat konsumsi jamu warga Yogyakarta serta pengaruh bentuk dan desain kemasan terhadap peningkatan minat konsumsi jamu generasi muda. Dengan mengetahui keinginan konsumen terhadap kemasan jamu, kita dapat mengambil langkah atau strategi agar dapat menambah ketertarikan generasi muda untuk meminum jamu dan meningkatkan angka penjualan

Penelitian ini berfokus untuk menyorot problema menurunnya minat remaja dalam meminum jamu.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang melibatkan 38 responden melalui survei google formulir. Mayoritas responden adalah perempuan (73,7%). Seluruh responden berusia di antara 12 - 20 tahun dan berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta. Untuk melengkapi informasi, kami kemudian mewawancarai 9 responden untuk mendapatkan perspektif mengenai poster jamu D'PAWON yang berisi rancangan yang telah kami buat.

Tujuan penelitian

Mengetahui eksistensi dan tingkat minat konsumsi jamu warga Yogyakarta usia 12-20 tahun serta pengaruh bentuk dan desain kemasan terhadap peningkatan minat konsumsi jamu generasi muda

Manfaat penelitian

Penelitian ini meningkatkan pemahaman kita tentang jamu, mengetahui hal yang mempengaruhi minat minum jamu serta kemasan yang diminati anak muda zaman sekarang

Metode penelitian

Penelitian ini berlatar tempat di Yogyakarta dengan pengumpulan data melalui observasi dan survei dengan kuesioner yang disebar kepada remaja usia 12-20 tahun. Data tersebut kemudian dianalisis dengan menggunakan metode tendensi sentral

Tinjauan pustaka

• Tindakan Sosial

Max Weber (dalam Ritzer, G. dan Douglis, J.G, 1995)

Tindakan sosial yang didorong dan berorientasi kepada tradisi masa lampau tanpa memperhitungkan pertimbangan rasional. Tradisi dalam pengertian ini adalah suatu kebiasaan yang bertindak di masa lalu. Dalam tindakan jenis ini, seseorang memperlihatkan perilaku tertentu karena kebiasaan yang diperoleh dari nenek moyang, tanpa refleksi yang sadar atau perencanaan. Generasi muda cenderung mengonsumsi jamu karena tradisi turun temurun dari nenek moyang.

- Pengertian Jamu

Jamu (emperical based herbal medicine) adalah obat tradisonal yang disediakan secara tradisional yang berisi seluruh bahan tanaman yang menjadi penyusun jamu tersebut higienis (bebas cemaran) serta digunakan secara tradisional. Bagi masyarakat Indonesia, jamu adalah resep turun-temurun dari leluhurnya agar dapat dipertahankan dan dikembangkan. Bahan-bahan jamu sendiri diambil dari tumbuh-tumbuhan yang ada di Indonesia baik itu dari akar, daun, bunga, maupun kulit kayu. Jamu memegang peranan penting dalam pemeliharaan kesehatan secara tradisional dan akan terus berlangsung di tengah

berkembangnya pengobatan modern. Bahan-bahan yang dgunakan tidak mengandung bahan kimia sintetik melainkan menggunakan bermacam-macam tumbuhan yang diambil langsung dari alam dan efek sampingnya relative lebih kecil. (Bambang, R.S., 1986; Hermanto dan Subroto, 2007).

- Penelitian Terdahulu

Penelitan tentang hubungan penjualan jamu dengan kemasan praktis telah dilakukan oleh Syafi'l (2019) tentang pemasaran jamu menggunakan kemasan praktis siap minum dengan branding tren masa kini. Sedangkan penelitian pengembangan desain jamu telah dilakukan oleh Fitriana (2014) tentang pengembangan desain kemasan jamu Dayang Sumbi. Berdasarkan dua penelitian

penelitian di atas menunjukkan kebaruan dari penelitian ini yang berjudul Meningkatkan minat minum jamu bagi generasi muda melalui variasi kemasan D'PAWON diharapkan dapat menjadi stimulus untuk meningkatkan minat minum jamu bagi generasi muda

Hasil dan pembahasan

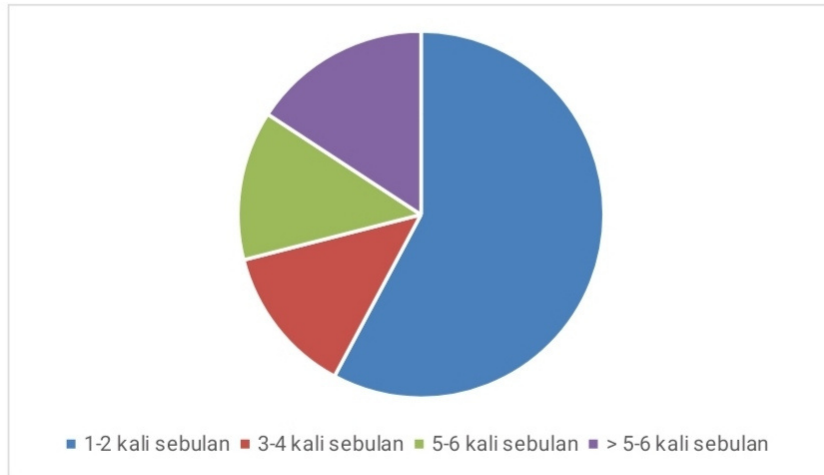
Dari data yang terkumpul, 42.2% responden menyukai jamu, 65.8% responden masih meminum jamu, dengan presentase 57.9% orang sebanyak 1-2 kali dalam sebulan, artinya meskipun jarang masih ada remaja yang meminum jamu. Berdasarkan data yang diperoleh, alasan jamu sudah jarang dikonsumsi adalah masyarakat mengenal jamu memiliki rasa yang pahit, padahal rasa dan khasiat yang

terkandung dalam jamu bervariasi. Jika berbicara kemasan, 71.1% responden menyukai kemasan dalam bentuk botol salah satu alasannya karena tidak mudah tumpah saat dibawa bepergian. Para responden berpendapat mayoritas remaja era sekarang menyukai hal-hal modern dan kekinian, akan tetapi tidak meninggalkan kesan vintagenya.

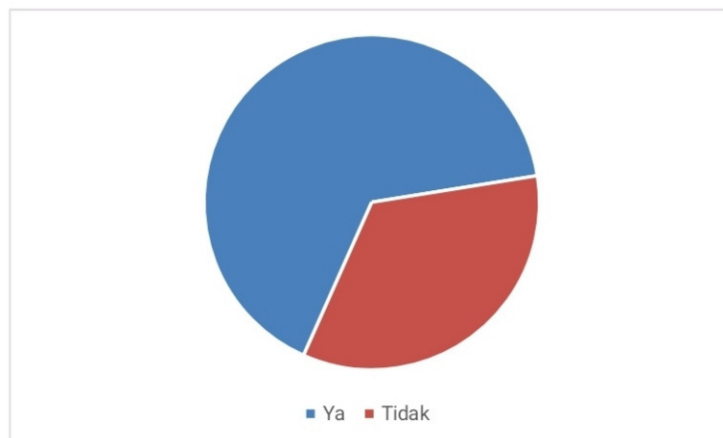


Grafik

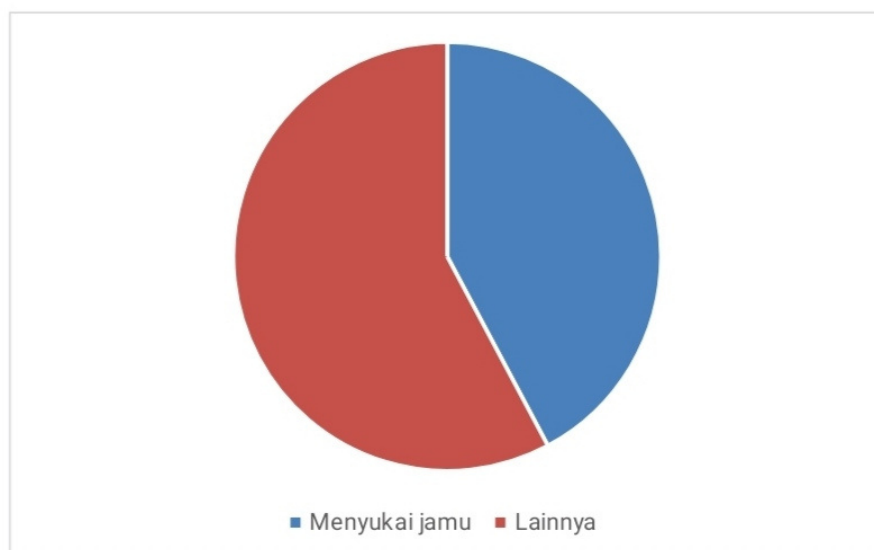
- Presentase responden yang sering mengonsumsi jamu : 57,9% => banyak yang 1-2 kali dalam sebulan



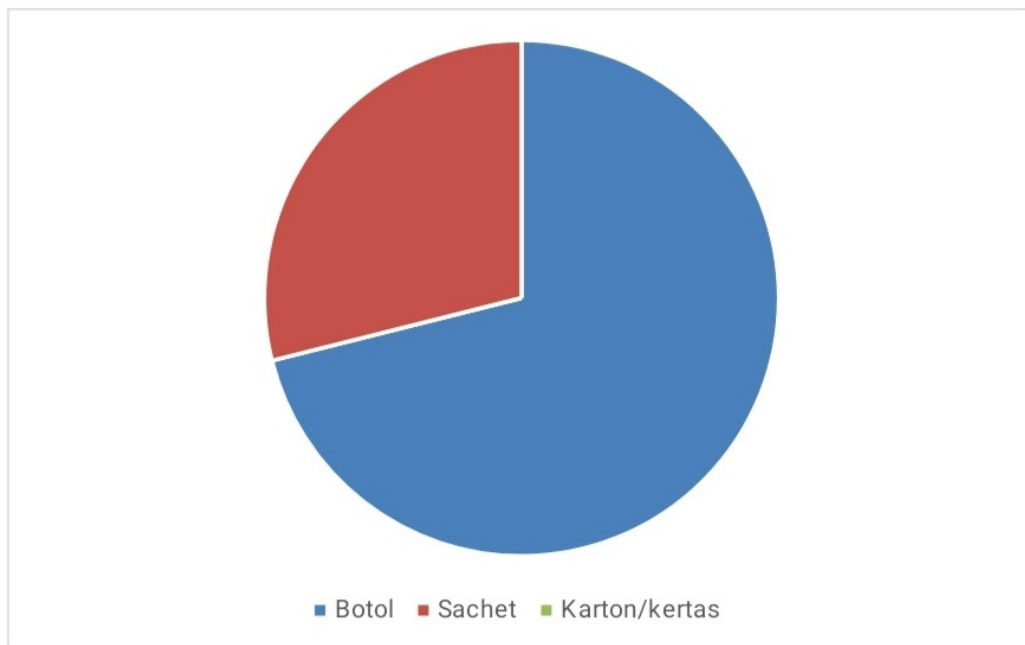
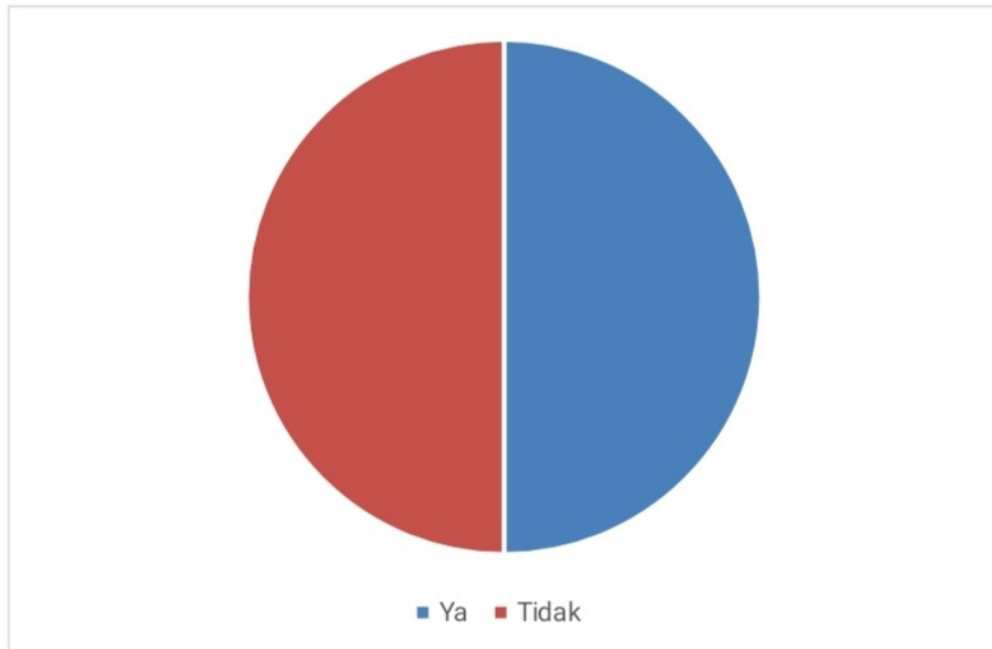
- Presentase responden yang masih mengonsumsi jamu : 65,8% => mayoritas banyak yang masih meminum jamu



- Presentase responden yang menyukai jamu : 42,2% => sedang



- Alasan dari responden kenapa jamu sudah jarang dikenal : Mayoritas rasa jamu yang masyarakat tahu hanya pait, padahal setiap khasiat yang terkandung didalamnya berbeda-beda dan rasanya pasti juga berbeda mengikuti khasiatnya
- Presentase responden mengenai kemasan jamu : 71,1% => banyak yang menyukai kemasan dalam bentuk botol
- Presentase responden soal eksistensi jamu : 50% => sedang



- Pendapat responden tentang kemasan jamu : mayoritas remaja era sekarang menyukai hal-hal yang modern dan kekinian akan tetapi tidak meninggalkan kesan vintage nya

Inovasi kemasan

JAMU D'PAWON

MINUMAN TRADISIONAL
YANG DIKEMAS KEKINIAN

rasa
kunir asem

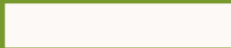


100%
TERBUAT
DARI BAHAN
ALAMI,
TANPA
PEMANIS
BUATAN

INGREDIENTS

kunyit
gula merah
asam jawa
garam
air.

DIKEMAS PADA



BAIK SEBELUM



KHASIAT

mengandung
antioksidan dan
kurkumin yang
bermanfaat bagi
pengidap penyakit
jantung,
meningkatkan
fungsi otak,
mengurangi nyeri
saat haid

KELEBIHAN KEMASAN

kemasan ekonomis, mudah
didapatkan, dan tersedia dengan
berbagai ukuran.

tidak memakan banyak tempat,
mudah dibawa kemana-mana, dan
tidak mudah tumpah saat dibawa
bepergian

selain melindungi produk, kemasan
botol yang bervariasi juga menambah
nilai estetika yang membuat orang
tertarik untuk membeli produk,
apalagi produk dengan kemasan
instagramable.



Tanggapan Responden

Setelah menghubungi kembali sembilan responden kuesioner untuk meminta komentar atau pendapat mereka terhadap inovasi Variasi Kemasan D'PAWON yang kami tuangkan dalam poster, kami kemudian menganalisis hasil respon tersebut. Berikut hasil komentar/respon terhadap inovasi yang dituangkan dalam poster:

Araya Nazalatifah (16 tahun)

Menurutnya, dilihat dari poster, inovasi cukup menarik dan patut dicoba. Alangkah baiknya jika pada poster disertakan gambar produk asli atau gambaran kemasan yang akan digunakan dan diperkecil tulisannya.

D'PAWON memiliki peluang yang cukup besar bila dipasarkan sesuai sasaran. Selain itu, dengan kemasan yang menarik dan modern akan membuat peluang makin besar.

Tirto Adjie Samoedro (16 tahun)

Poster sudah menjelaskan secara singkat proses dan bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan jamu, namun wujud atau penampilan jamu tidak di gambarkan dalam poster sehingga pembaca yang belum mengetahui mungkin akan kebingungan. D'PAWON memiliki peluang yang besar bila dipasarkan di tempat yang sesuai atau tepat sasaran.

Trista Hana Qonita R (16 tahun)

Inovasi D'PAWON mengenalkan minuman tradisional yang keberadaannya hampir tergeser oleh minuman kekinian serta membuat kaum millennial tertarik minum jamu. Namun proses pembuatan jamu menguras waktu dan kurang praktis. Menurutnya, D'PAWON dapat bersaing dengan jamu-jamu tradisional lainnya apalagi jika dapat menciptakan rasa yang authentic.

Najwaa Mulya Fitrissia (16 tahun)

Desain poster bagus dan menarik dengan warna soft pastel. Pada bagian tulisan masih kurang tapi sudah cukup bagus. Peluang bila dipasarkan akan banyak yang tertarik.

Fadhil Aditya H (16 tahun)

Inovasi D'PAWON sendiri merupakan sebuah kelebihan karena tidak banyak orang yang berinovasi dengan jamu. Menurutnya informasi yang dicantumkan tentang inovasi masih kurang. Peluang D'PAWON bila dipasarkan adalah 70%, hanya di kalangan masyarakat yang sudah mengenal jamu. Jika ingin mencapai pasaryang lebih luas, tentunya harus dilaksanakan strategi yang tepat.

Kity Zulfani (17 tahun)

Kelebihan jamu ada bahan-bahan yang digunakan, yaitu bahan-bahan alami yang sudah pasti aman untuk tubuh, namun sekarang ini orang-orang lebih memilih minuman kekinian. Peluang yang ada tergantung pada metode pemasaran, jika unik pasti akan banyak yang mencobanya.

Nurwanda Yulianti (17 tahun)

Proses pembuatan jamu dalam poster mudah dipahami, bahan yang digunakan alami dan tidak menggunakan zat kimia. Desain atau penggambaran jamu membuat salah paham, pembaca bisa saja mengira itu adalah kopi. Lebih baik gunakan gambar jamu yang asli. Jika dipromosikan dengan sungguh-sungguh pasti banyak diminati.

Nadine Trihastari R. Z (16 tahun)

Kelebihan D'PAWON yaitu terbuat dari bahan alami yang lebih sehat. Jika hanya dilihat atau dipromosikan melalui poster akan kurang menarik bagi anak muda.

Maya Aisiyah Ramadhani (16 tahun)

Kelebihan dari poster yang digunakan adalah kombinasi warna yang bagus, namun masih kurang menonjolkan produk. D'PAWON memiliki peluang yang baik karena tidak banyak orang yang berinovasi, anak muda saat ini juga kurang minat dan tidak tahu khasiat dari mengonsumsi jamu.

Analisis dan kesimpulan

Inovasi Variasi Kemasan Jamu D'PAWON memiliki peluang dilirik oleh banyak orang terutama kaum millennial karena jamu yang di cap sebagai minuman kuno dikemas kembali dengan kemasan yang modern dan unik. Menurut salah satu responden, Inovasi D'PAWON sendiri merupakan sebuah kelebihan karena tidak banyak orang yang berusaha berinovasi dengan jamu. D'PAWON tidak hanya menghadirkan kemasan yang variatif, penggunaan bahan-bahan alami dalam pembuatannya juga menjadi kelebihan dari inovasi D'PAWON.

Jika promosi dilakukan dengan sungguh-sungguh serta dilakukan tepat sasaran, D'PAWON mungkin dapat bersaing dengan produk jamu tradisional lain.

Kekurangan banyak disebutkan tentang konten dalam poster yang tidak cukup jelas menerangkan tentang inovasi D'PAWON itu sendiri. Menurut responden

penggambaran atau logo jamu dalam poster dapat membuat pembaca salah paham. Responden

berpendapat menggunakan gambar asli dari produk akan lebih menarik perhatian.

Daftar pustaka

Afkarina, Olivia. (2017) Analisis Bahan Kimia Obat dalam Sediaan Jamu Serbuk Pegel Linu Dengan Metode KLT-Densitometri.

Fitriana, Aprilia E. (2014). Pengembangan Desain Kemasan Jamu Dayang Sumbi
<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/va/article/view/9898>

Ritze, George, J. Goodman Douglas (1995)
Teori Sosiologi, Yogyakarta : Kreasi Wacana

Syafi'l, Imam. (2019). Pemasaran Jamu Menggunakan Kemasan Praktis Siap Minum dengan Branding Tren Masa Kini
<http://riset.unisma.ac.id/index.php/JP2M/article/view/5006>

Setyanti, Christina. (2015). Alasan Anak Muda Enggan Minum Jamu

<https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20150422203911-262-48586/alasan-anak-muda-enggan-minum-jamu>