

ANALISIS OPINI KONSUMEN TERHADAP JAMU GUJATI 59 DI PROVINSI BANTEN

Oleh

Muhammad Rafael Karyadi

Universitas Budi Luhur, Jl. Ciledug Raya, RT.10/RW.2, Petukangan Utara, Kec.
Pesanggrahan, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12260,
2171501279@student.budiluhur.ac.id

Rafi Praditya Febriyan

Universitas Budi Luhur, Jl. Ciledug Raya, RT.10/RW.2, Petukangan Utara, Kec.
Pesanggrahan, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12260,
2171501386@student.budiluhur.ac.id

Hakam Putra Nugraha

Universitas Budi Luhur, Jl. Ciledug Raya, RT.10/RW.2, Petukangan Utara, Kec.
Pesanggrahan, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12260,
2171501121@student.budiluhur.ac.id

Gusti Ayu Ketut Kurniasari

Universitas Budi Luhur, Jl. Ciledug Raya, RT.10/RW.2, Petukangan Utara, Kec.
Pesanggrahan, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12260,
ngak.kurniasari@budiluhur.ac.id

Abstract

Jamu is a hereditary heritage from our ancestors, jamu has also become part of our culture and natural wealth. Indonesia itself has natural wealth and herbal ingredients throughout Indonesia from sabang to merauke. That is what makes jamu brand companies have twisting the brain to carry out marketing strategies for their jamu brands, one of which is by increasing awareness of the brand itself which is associated with the strength of the impression stored in memory which is reflected in the ability of consumers to recall a brand under different conditions. So this study will analyze two variables that may affect consumer attitudes towards Gujati 59 itself, namely brand awareness and consumer attitudes towards the brand. The method chosen in the research is qualitative with a Focused Interviewed approach, because researchers will discuss public perceptions of the Gujati 59 Brand, in retrieving information from these data, in-depth interviews will be conducted to find out the public's perception of Gujati 59 itself. The conclusion obtained is that it can be concluded that the Gujati 59 herbal medicine brand has received a positive response from the community in the Banten area. Opinions that describe a positive evaluation of the product indicate that the jamu brand has succeeded in gaining trust and acceptance from consumers in the Banten region.

Keywords: *Opinion, Consumers, Integrated Marketing Communication, Advertising*

I. PENDAHULUAN

Pendahuluan harus berisi (secara berurutan) latar belakang umum, kajian

literatur terdahulu (*state of the art*) sebagai dasar pernyataan kebaruan ilmiah dari artikel, pernyataan kebaruan ilmiah, dan permasalahan penelitian atau hipotesis. Di bagian akhir pendahuluan harus dituliskan tujuan kajian artikel tersebut. Di dalam format artikel ilmiah tidak diperkenankan adanya tinjauan pustaka sebagaimana di laporan penelitian, tetapi diwujudkan dalam bentuk kajian literatur terdahulu (*state of the art*) untuk menunjukkan kebaruan ilmiah artikel tersebut.

Jamu merupakan warisan turun temurun dari nenek moyang kita, jamu juga telah menjadi bagian dari budaya dan kekayaan alam kita. Indonesia sendiri memiliki kekayaan alam dan ramuan jamunya di seluruh Indonesia mulai dari sabang sampai merauke, meskipun begitu hanya sekitar 45% dari 7699 responden pengguna alodokter memilih menggunakan obat herbal atau jamu sebagai langkah pertama untuk pengobatan (<https://www.alodokter.com>).

Itulah yang membuat para perusahaan brand jamu harus otak untuk melakukan strategi pemasaran untuk brand jamunya, salah satunya yaitu dengan meningkatkan kesadaran kepada merek itu sendiri yang dihubungkan dengan kuatnya kesan yang tersimpan dalam memori yang direfleksikan pada kemampuan konsumen dalam mengingat kembali sebuah merek dalam kondisi yang berbeda.

Tujuan Khusus dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh sikap konsumen terhadap Gujati 59, yaitu kesadaran merek dan sikap konsumen terhadap merek, berikut adalah data tabel *Top of Mind* obat jamu:

Tabel 1: Data Brand Kompetitor Gujati 59

No	Situs Pencarian	Nama Brand
1	Putra Farma Yogyakarta https://www.putrafarmayogyakarta.co.id/blog/merek-jamu/	1. Jamu Jago 2. Sido Muncul 3. Suwe Ora Jamu 4. Air Mancur
2	Cek Aja https://www.cekaja.com/info/merek-jamu-terbaik-di-indonesia	1. Borobudur Herbal 2. Sido Muncul 3. Nyonya Meneer 4. Suwe Ora Jamu 5. Jamu Jago 6. Air Mancur 7. Singabera 8. Herbadrink 9. Majakani 10. Merk Iboe
3	My-Best https://id.my-best.com/136657	1. Sido Muncul 2. Akar Rimba 3. Acaii

Sumber: Data Diolah Oleh Peneliti Dari Beberapa Situs Pencarian Google, 2024

Pada tabel diatas bisa dilihat bahwa perusahaan Gujati sendiri tidak masuk dalam list-list nama perusahaan *top of mind*, ini menunjukkan bahwasannya Gujati 59 sendiri belum menjadi Top of Mind sebagai perusahaan jamu di Indonesia.

Permasalahan utama dari Gujati 59 sendiri yaitu ketatnya persaingan antar perusahaan di bidang industri penjualan jamu tradisional ini di seluruh indonesia, khususnya di wilayah banten sendiri. Adapun pesaing dari jamu Gujati 59 sendiri seperti Borobudur Herbal, Jamu Jago, dan Payung Pusaka Mandiri.

Berikut adalah data pengikut & penjualan kompetitor dari Gujati 59 yang diambil dari website resmi E-Commerce Shopee untuk melihat bagaimana persepsi konsumen terhadap para merek perusahaan jamu ini.

Tabel 2: Data Pengikut dan Penjual Kompetitor

No	Nama Brand	Follower	Rating
1	Jamu Jago	21,1 Ribu	OVR 4,9 (17 RB rating)
2	Borobudur Herbal	7,6 Ribu	OVR 4,8 (15,6 RB rating)
3	Payung Pusaka Mandiri	74	OVR 4,9 (94 Rating)
4	Gujati 59	1 Ribu	OVR 4,9 (9,1 RB rating)

Sumber: <https://shopee.co.id/>

Dari data tabel diatas kita bisa melihat bahwa jika diurutkan Gujati 59 dengan kompetitornya Gujati 59 menempati urutan ke-3 dari jumlah Pengikut dan Rating pembelian, dari sini kita dapat simpulkan bahwa Gujati 59 ini Minim diketahui oleh para Masyarakat.

Suwarman (2015:17) pemasaran adalah suatu proses bagaimana mengidentifikasi kebutuhan konsumen kemudian memproduksi barang atau jasa tersebut, sehingga terjadi transaksi atau pertukaran antara produsen dengan konsumen.

Menurut Kotler (2005: 10), pemasaran dapat didefinisikan baik secara sosial maupun manajerial. Secara sosial pemasaran merupakan "suatu proses sosial yang dengan proses itu individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas dapat mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain" Sedangkan dari sisi manajerial pemasaran sering disebut sebagai "seni menjual produk"

Asosiasi Pemasaran Amerika mendefinisikan pemasaran sebagai "*proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi dan penyaluran gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sasaran-sasaran individu dan organisasi.*" Definisi di atas mengacu pada asumsi-asumsi bahwa pemasaran adalah seni menjual produk, menghasilkan standar hidup yang lebih tinggi, produk menjual dirinya sendiri dan bahwa pemasaran harus menghasilkan pelanggan yang siap membeli.

Pengertian diatas telah memberi pemahaman bahwa pemasaran merupakan upaya sadar untuk mencapai hasil pertukaran yang diinginkan dengan pasar sasaran. Hal yang mendasari operasionalisasi pemasaran dalam suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya

adalah disebut dasar filosofi atau konsep pemasaran.

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2017:176), dimensi kualitas produk adalah sebagai berikut:

1. Kinerja (*Performance*)

Kinerja disini merujuk pada karakter produk inti yang meliputi merek, atribut-atribut yang dapat diukur, dan aspek-aspek kinerja individu. Kinerja beberapa produk biasanya didasari oleh preferensi subjektif pelanggan yang pada dasarnya bersifat umum.

2. Keragaman Produk (*Features*)

Dapat berbentuk produk tambahan dari suatu produk inti yang dapat menambah nilai suatu produk. Keragaman produk biasanya diukur secara subjektif oleh masing – masing individu (dalam hal ini konsumen) yang menunjukkan adanya perbedaan kualitas suatu produk.

3. Keandalan (*Reliability*)

Dimensi ini berkaitan dengan timbulnya kemungkinan suatu produk mengalami keadaan tidak berfungsi (malfunction) pada suatu periode. Keandalan suatu produk yang menunjukkan tingkat kualitas sangat berarti bagi konsumen dalam memilih produk.

4. Kesesuaian (*Conformance*)

Dimensi lain yang berhubungan dengan kualitas suatu produk adalah kesesuaian produk dengan standar dalam industrinya. Kesesuaian suatu produk dalam industri jasa diukur dari tingkat akurasi dan waktu penyelesaian termasuk juga perhitungan kesalahan yang terjadi, keterlambatan yang tidak dapat diantisipasi dan beberapa kesalahan lain.

5. Ketahanan atau Daya Tahan (*Durability*)

Ukuran ketahanan suatu produk meliputi segi ekonomis maupun teknis. Secara teknis, ketahanan suatu produk didefinisikan sebagai sejumlah kegunaan yang diperoleh seseorang sebelum mengalami penurunan kualitas. Secara ekonomis, ketahanan diartikan sebagai usia ekonomis suatu produk dilihat dari

jumlah kegunaan yang diperoleh sebelum terjadi kerusakan dan keputusan untuk mengganti produk.

6. Kemampuan Pelayanan (*Serviceability*)
Kemampuan pelayanan bisa juga disebut dengan kecepatan, kompetensi, kegunaan dan kemudahan produk untuk diperbaiki. Dimensi ini menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya memerhatikan adanya penurunan kualitas produk tetapi juga waktu sebelum produk disimpan, penjadwalan, pelayanan, proses komunikasi dengan staf, frekuensi pelayanan perbaikan akan kerusakan produk, dan pelayanan lainnya.

7. Estetika (*Aesthetics*)
Estetika merupakan dimensi pengukuran yang paling subjektif. Estetika suatu produk dilihat dari bagaimana suatu produk terdengar oleh konsumen, bagaimana penampilan luar suatu produk, rasa maupun bau. Dengan demikian, estetika jelas merupakan penilaian dan refleksi yang dirasakan oleh konsumen.

8. Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived Quality*)
Konsumen tidak selalu memiliki informasi yang lengkap mengenai atribut – atribut produk. Namun umumnya konsumen memiliki informasi tentang produk secara tidak langsung, misalnya melalui merek, nama dan negara produsen.

Disampaikan oleh Soetrisno Hadi (2010) bahwa riset atau penelitian merupakan sebuah usaha menemukan berbagai hal guna mengisi kekosongan maupun kekurangan yang ada, serta Dmenggali secara mendalam terkait apa yang sudah ada, mengembangkan, ataupun memperluas, dan menguji kebenaran dari yang sudah ada namun masih diragukan kebenarannya.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan pendekatan Focused Interviewed, pendekatan ini merupakan penelitian yang membutuhkan proses

tanya jawab tatap muka antara peneliti dengan subjek yang diteliti.

Metode yang dipilih dalam penelitian adalah kualitatif dengan pendekatan Focused Interviewed, karena peneliti akan membahas tentang persepsi masyarakat mengenai Brand Gujati 59, dalam pengambilan informasi dari data-data tersebut, akan dilakukan wawancara yang mendalam untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap Gujati 59 sendiri, oleh karena itu metode kualitatif dengan pendekatan Focused Interviewed sangat cocok digunakan untuk penelitian ini.

Menurut Koentjaraningrat (1985), wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang umum digunakan dalam penelitian kualitatif. Penerapan teknik wawancara melibatkan melakukan pertukaran komunikasi dan percakapan antar pewawancara. Penulis menggunakan tiga metode wawancara yang dikemukakan oleh Koentjaraningrat (1985): wawancara intensif, wawancara terbuka, dan wawancara santai.

Penelitian ini juga berdasarkan teori menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2017:176) yang membicarakan dimensi kualitas produk yang berisikan Kinerja (*Performance*), Keragaman Produk (*Features*), Keandalan (*Reliability*), Kesesuaian (*Conformance*), Ketahanan atau Daya Tahan (*Durability*), Kemampuan Pelayanan (*Serviceability*), Estetika (*Aeshetics*), Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived Quality*).

II. PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui opini konsumen terhadap jamu Gujati 59 di Wilayah Banten, dalam segi kualitas produk, khasiat jamu, dan harga produk. Artikel ini akan membahas berbagai perspektif konsumen mengenai kualitas dan keamanan jamu Gujati berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pengguna produk, Pengalaman konsumen

merupakan sumber informasi yang penting dalam menilai kualitas dan keamanan produk jamu Gujati, hal ini menjadi indikasi bahwa produk tersebut konsisten dalam menjaga kualitas dan keamanannya. Pengalaman positif konsumen tidak hanya terbatas pada aspek keamanan, tetapi juga mencakup aspek kebutuhan dan preferensi pribadi. Rasa merupakan faktor penting dalam penilaian produk jamu, terutama karena jamu tradisional seringkali memiliki rasa yang kuat dan khas. menunjukkan bahwa produk jamu Gujati tidak hanya berkualitas tinggi tetapi juga memiliki rasa yang disukai konsumen. Ini penting karena rasa yang enak dapat meningkatkan kepatuhan konsumen dalam mengkonsumsi jamu secara rutin. Konsistensi dalam rasa dan kualitas juga merupakan indikator penting dari standar produksi yang baik. Dengan konsumen yang terus kembali untuk membeli produk yang sama, ini menunjukkan bahwa Gujati mampu menjaga standar tinggi dalam produksi jamu mereka. Manfaat kesehatan dari jamu merupakan alasan utama mengapa banyak orang mengkonsumsinya. Dr. Ratih Ayu Hidayati, seorang ahli ekonomi kesehatan, menyatakan bahwa persepsi konsumen mengenai keseimbangan antara harga dan kualitas sangat penting dalam keberhasilan produk kesehatan. Menurutnya, konsumen cenderung lebih setia dan merasa puas dengan produk yang memberikan manfaat nyata tanpa membebani secara finansial. Jamu Gujati telah menjadi salah satu produk herbal yang terkenal di pasaran Indonesia. Saat mengevaluasi kualitas dan keamanannya, penting untuk mempertimbangkan beberapa aspek seperti:

1. **Kesesuaian atau *Conformance***, Berdasarkan kualitasnya jamu Gujati disetujui oleh BPOM. Hal ini menunjukkan bahwa produk tersebut telah melalui pengujian

yang ketat. Keamanan dan kepatuhan terhadap standar yang ditetapkan pemerintah. Mendapatkan persetujuan BPOM memberikan ketenangan pikiran konsumen dan meningkatkan kepercayaan terhadap produk Gujati.

Selain itu juga konsumen mempunyai rasa aman selama mengkonsumsi jamu gujati secara rutin, hal ini menunjukkan konsistensi produk dalam menjaga mutu dan keamanan. Jamu Gujati memenuhi kebutuhan jamu sehari-hari konsumen, membuktikan bahwa produk ini tidak hanya aman tetapi juga efektif dan populer di kalangan pengguna.

Dari segi rasa yang disukai konsumen dan meningkatkan kemauan konsumen untuk mengkonsumsi obat herbal secara rutin. Konsistensi rasa dan mutu menunjukkan standar produksi yang baik, menjadikan kualitas Gujati terpercaya untuk konsumen, terlihat dari respon konsumen yang merasakan manfaat nyata dari konsumsi obat herbal Gujati, terutama dalam meredakan gejala penyakit seperti batuk dan gastroesophageal reflux disease. Jamu Gujati mengandung senyawa anti inflamasi dan antioksidan yang menenangkan saluran pencernaan dan memperkuat sistem kekebalan tubuh. Konsumsi jamu Gujati secara teratur memberikan efek psikologis yang positif dengan meningkatkan rasa percaya diri dan perasaan. Walaupun obat herbal memiliki banyak manfaat, namun penggunaannya sebaiknya dilakukan sesuai dosis yang dianjurkan dan sebaiknya konsultasikan dengan dokter jika Anda menderita kondisi medis tertentu. Hal ini penting untuk mencegah efek samping yang tidak diinginkan dan memastikan manfaat obat herbal maksimal.

2. **Harga atau *Price***, Sedangkan Harga berfungsi sebagai mekanisme ekonomi melalui penawaran yang dapat

didistribusikan kepada pelanggan dalam suatu pasar. Hal ini juga berfungsi sebagai indikator seberapa baik tawaran tersebut diterima dan apakah tawaran tersebut ditawarkan atau tersedia. Harga suatu produk adalah nilai total produk, termasuk nilai seluruh bahan mentah dan jasa yang digunakan dalam produksi produk tersebut. Penetapan harga suatu layanan memperhitungkan semua faktor yang diperlukan untuk mewujudkan layanan tersebut. Menurut teori ekonomi mikro, harga yang kompetitif dapat meningkatkan permintaan dan memperluas pangsa pasar. Namun, penting juga untuk memastikan bahwa harga yang terjangkau tidak mengorbankan kualitas produk. Menjaga keseimbangan antara harga dan kualitas adalah kunci untuk tetap kompetitif di pasar. Menurut Dr. Michael Porter, strategi harga yang efektif harus mempertimbangkan nilai yang dirasakan oleh konsumen dan biaya produksi. Dengan demikian, jamu Gujati dapat terus menawarkan produk berkualitas tinggi dengan harga yang tetap terjangkau bagi konsumen.

3. **Kualitas Yang dipersepsikan atau *Perceived Quality***, Meskipun informasi tentang Jamu Gujati mudah didapat oleh banyak konsumen, masih terdapat beberapa keterbatasan dalam cakupan dan kedalaman informasi yang tersedia. Hal ini dapat mempersulit konsumen dalam mengambil keputusan yang tepat terkait penggunaan produk. Hal ini menyebabkan penggunaan yang tidak tepat dan berpotensi resiko untuk

kesehatan, Konsumen yang tidak mempunyai akses terhadap informasi yang lengkap dan akurat kemungkinan besar akan kurang puas terhadap produk Jamu Gujati, Proses penyampaian informasi melalui interaksi langsung dengan tukang jamu tampaknya menjadi metode utama yang digunakan oleh konsumen, penjual jamu memiliki peran krusial dalam menyebarkan informasi tentang produk jamu Gujati. Mereka sering kali menjadi sumber utama informasi bagi konsumen yang mungkin tidak memiliki akses ke sumber informasi lain.

4. **Kemampuan Pelayanan atau *Serviceability***, Meskipun Jamu Gujati telah tersedia di beberapa wilayah, terdapat kebutuhan untuk memperluas distribusinya, terutama di kota-kota besar seperti di Jakarta, hal ini didasari Studi di *Journal of Retailing and Consumer Services* yang menunjukkan bahwa ketersediaan produk yang merata dapat meningkatkan aksesibilitas dan kepuasan konsumen. Konsumen di kota-kota besar seperti Jakarta memiliki tingkat mobilitas yang tinggi dan mungkin mengalami kesulitan menemukan Jamu Gujati di daerah mereka. Distribusi yang tidak merata dapat disebabkan oleh faktor logistik, kapasitas produksi, dan strategi pemasaran regional, seperti apa yang dikatakan Dr. David Simchi-Levi, ahli manajemen rantai pasokan, mengemukakan bahwa optimalisasi jaringan distribusi dan logistik adalah kunci untuk memastikan produk tersedia di tempat yang tepat dan pada waktu yang tepat, urbanisasi dan mobilitas penduduk yang tinggi

di Indonesia membuka peluang besar bagi distribusi Jamu Gujati di kota-kota besar, karena umumnya konsumen di kota-kota besar mempunyai gaya hidup yang sibuk dan cenderung mencari produk yang praktis, instant, dan mudah didapat, termasuk dengan produk Kesehatan.

5. **Kinerja atau Performance, Loyalitas Konsumen** sendiri merupakan wujud kesetiaan konsumen untuk menggunakan suatu produk atau jasa dengan *continuidad* atau terus menerus, karena memiliki kepuasan yang tinggi terhadap Produk atau Jasa yang digunakan. Akan cenderung timbul rasa untuk merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain, agar mereka merasakan kepuasan seperti apa yang dirasakan saat menggunakan produk atau jasa yang digunakan. Begitu pun dengan loyalitas konsumen Gujati⁵⁹ banyak dari para responden yang akan merekomendasikan produk Gujati⁵⁹ karena mereka telah merasakan khasiat yang diberikan oleh jamu Gujati⁵⁹

Jamu merupakan bagian integral dari budaya kesehatan tradisional Indonesia, dan produk jamu Gujati telah menjadi salah satu yang menonjol di pasar. Dalam penilaian kualitas dan keamanan produk jamu Gujati, penting untuk mempertimbangkan beberapa aspek, termasuk izin dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), pengalaman konsumen, serta manfaat dan rasa produk. Artikel ini akan membahas berbagai perspektif konsumen mengenai kualitas dan keamanan jamu Gujati berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pengguna produk. Salah satu indikator utama kualitas dan keamanan

produk jamu adalah adanya izin dari BPOM. BPOM berfungsi sebagai acuan penting bagi konsumen dalam menilai apakah suatu produk aman untuk dikonsumsi. Produk jamu Gujati telah mendapatkan izin dari BPOM, yang menunjukkan bahwa produk tersebut telah melalui serangkaian uji yang ketat untuk memastikan bahwa tidak ada kandungan berbahaya dan bahwa produk tersebut sesuai dengan standar keamanan yang ditetapkan oleh pemerintah. "Kualitas aman dan produk kualitas produk nya juga bagus sudah ada izin BPOM. BPOM menjadi acuan konsumen," kata I Made Priambawa seorang narasumber. Pernyataan ini menunjukkan bahwa adanya izin BPOM memberikan rasa aman kepada konsumen dan meningkatkan kepercayaan terhadap produk.

Pengalaman konsumen merupakan sumber informasi yang penting dalam menilai kualitas dan keamanan produk jamu Gujati. Seorang konsumen menyatakan, "Kualitas sejauh ini aman soalnya selama saya pulang kerja saya selalu mampir untuk beli jamu yang ini." Kata Rita Dianti salah satu narasumber, pernyataan ini menunjukkan bahwa konsumen merasa aman mengkonsumsi jamu Gujati secara rutin, dan hal ini menjadi indikasi bahwa produk tersebut konsisten dalam menjaga kualitas dan keamanannya. Pengalaman positif konsumen tidak hanya terbatas pada aspek keamanan, tetapi juga mencakup aspek kebutuhan dan preferensi pribadi. "Kualitas produk, kebutuhan jamu, kwality," kata Eli Sukmawati seorang konsumen, menekankan bahwa jamu Gujati memenuhi kebutuhan keseharian mereka akan jamu. Ini menunjukkan bahwa produk tersebut tidak hanya aman, tetapi juga efektif dan disukai oleh penggunanya.

Rasa merupakan faktor penting dalam penilaian produk jamu, terutama karena jamu tradisional seringkali

memiliki rasa yang kuat dan khas. "Rasa dan kualitas oke. Rasa, Kualitas," kata Eli Sukmawati seorang narasumber, menunjukkan bahwa produk jamu Gujati tidak hanya berkualitas tinggi tetapi juga memiliki rasa yang disukai konsumen. Ini penting karena rasa yang enak dapat meningkatkan kepatuhan konsumen dalam mengonsumsi jamu secara rutin. Konsistensi dalam rasa dan kualitas juga merupakan indikator penting dari standar produksi yang baik. Dengan konsumen yang terus kembali untuk membeli produk yang sama, ini menunjukkan bahwa Gujati mampu menjaga standar tinggi dalam produksi jamu mereka. Manfaat kesehatan dari jamu merupakan alasan utama mengapa banyak orang mengonsumsinya. Seorang konsumen berbagi pengalamannya, "Selama saya batuk sih, saya selalu minum jamu ini." Kata Rini Pertiwi sebagai salah satu narasumber ini menunjukkan bahwa konsumen merasakan manfaat nyata dari mengonsumsi jamu Gujati, terutama dalam membantu meredakan gejala penyakit seperti batuk. Hal ini mengindikasikan bahwa jamu Gujati tidak hanya aman dan berkualitas tinggi, tetapi juga efektif dalam memberikan manfaat kesehatan yang diinginkan oleh konsumen.

Salah satu pengguna jamu Gujati berbagi pengalamannya dengan mengatakan, "Pengalaman baik, karena saya sudah mengonsumsi jamu ini untuk penyakit gerd." Ujar I Made Priambawa. Penyakit gastroesophageal reflux disease (GERD) adalah kondisi kronis di mana asam lambung naik ke kerongkongan, menyebabkan nyeri dan ketidaknyamanan. Jamu tertentu mengandung bahan-bahan yang memiliki sifat menenangkan dan dapat membantu mengurangi gejala GERD. Bahan-bahan herbal dalam jamu seperti kunyit dan temulawak memiliki sifat anti-inflamasi dan dapat membantu meredakan gejala GERD. Manfaat lain

yang dirasakan oleh pengguna jamu Gujati adalah perasaan hangat dan ringan setelah mengkonsumsinya. Seorang konsumen mengatakan, "Badan saya sih jadi anget, yaa, terus juga badan lebih enteng." Ujar Rita Dianti salah satu konsumen dan sekaligus narasumber. Hal ini menunjukkan bahwa jamu Gujati memiliki efek menyegarkan dan memberikan kehangatan pada tubuh.

Seorang pengguna lansia mengungkapkan, "Untuk di umur saya sangat efektif cukup menyegarkan, membantu di umur saya kembali." Ujar Eli Sukmawati. Pengalaman ini menunjukkan bahwa jamu Gujati juga bermanfaat bagi kalangan lanjut usia, memberikan efek menyegarkan dan membantu menjaga kesehatan. Jamu yang mengandung bahan-bahan adaptogen seperti ginseng dapat membantu meningkatkan vitalitas dan kesehatan secara keseluruhan pada lansia. Pengguna lain menyatakan, "Kalau habis minum jamu ini, tenggorokan saya agak enakan," Kata Rini Pertiwi selaku narasumber, hal ini menunjukkan bahwa jamu Gujati efektif dalam meredakan batuk dan sakit tenggorokan. Bahan-bahan seperti madu, jeruk nipis, dan jahe yang sering ditemukan dalam jamu tradisional memiliki sifat antimikroba dan anti-inflamasi yang membantu meredakan batuk dan sakit tenggorokan.

Para ahli setuju bahwa jamu memiliki berbagai manfaat kesehatan, tergantung pada komposisi bahan-bahannya. Konsumsi jamu yang rutin juga dapat memberikan efek psikologis positif karena rasa percaya diri yang meningkat ketika merasa sehat. Selain itu, banyak bahan jamu memiliki sifat adaptogenik yang dapat membantu tubuh beradaptasi dengan stres dan meningkatkan sistem kekebalan tubuh. Namun, penting untuk mencatat bahwa tidak semua jamu aman untuk semua orang. Meskipun jamu memiliki banyak manfaat,

penggunaannya harus sesuai dengan dosis yang dianjurkan dan sebaiknya berkonsultasi dengan profesional kesehatan jika memiliki kondisi medis tertentu. Hal ini penting untuk mencegah efek samping yang tidak diinginkan dan memastikan bahwa manfaat jamu dapat dirasakan secara maksimal.

I Made Priambawa yaitu seorang konsumen berbagi pengalamannya, "Karena selama saya konsisten minum jamu kunyit, GERD saya jadi tidak kambuh lagi." GERD (Gastroesophageal Reflux Disease) adalah kondisi kronis yang menyebabkan asam lambung naik ke kerongkongan, menimbulkan rasa nyeri dan ketidaknyamanan. Bahan-bahan dalam jamu kunyit, seperti kurkumin, memiliki sifat anti-inflamasi dan antioksidan yang dapat membantu menenangkan saluran pencernaan dan mengurangi gejala GERD. Kurkumin dapat membantu memperbaiki fungsi mukosa lambung dan mengurangi peradangan, sehingga efektif dalam mengelola GERD. Konsumen lansia menyatakan, "Untuk di umur saya sangat efektif cukup menyegarkan, menambah imun-imun di umur lansia." Ujar Eli Sukmawati. Ini menunjukkan bahwa jamu Gujati tidak hanya efektif dalam memberikan rasa segar tetapi juga dalam meningkatkan sistem kekebalan tubuh, yang sangat penting bagi lansia. Bahan-bahan adaptogenik seperti ginseng dalam jamu dapat membantu tubuh menyesuaikan diri dengan stres dan meningkatkan respons imun, yang sangat bermanfaat bagi kesehatan lansia. Rini Pertiwi juga menyatakan, "Ya itu tenggorokan saya jadi lebih enakan," menunjukkan bahwa jamu Gujati efektif dalam meredakan gejala sakit tenggorokan. Bahan-bahan seperti madu dan jahe, yang umum ditemukan dalam jamu, memiliki sifat antibakteri dan anti-inflamasi yang membantu meredakan iritasi di tenggorokan. Herbal seperti jahe memiliki senyawa aktif yang dapat meredakan peradangan dan membunuh

bakteri penyebab infeksi. Oleh karena itu, konsumsi jamu Gujati dapat menjadi alternatif alami untuk meredakan gejala sakit tenggorokan. Konsumen lainnya menyatakan, "Yaa efektif-efektif aja ya," Ujar Rita Dianti, menunjukkan bahwa mereka merasa jamu Gujati memenuhi tujuannya. Keberhasilan jamu dalam memenuhi tujuan kesehatan sebagian besar tergantung pada konsistensi konsumsi dan komposisi bahan-bahannya. Bahan-bahan alami yang digunakan dalam jamu Gujati, seperti kunyit, jahe, dan ginseng, dikenal memiliki banyak manfaat kesehatan yang telah didukung oleh penelitian ilmiah.

Para ahli kesehatan umumnya setuju bahwa jamu memiliki berbagai manfaat kesehatan jika digunakan dengan benar. pentingnya memahami dosis dan potensi interaksi dengan obat lain untuk menghindari efek samping yang tidak diinginkan. Namun, dia juga menekankan bahwa jamu yang dikonsumsi sesuai anjuran dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi kesehatan, seperti meningkatkan sistem kekebalan tubuh, meredakan inflamasi, dan meningkatkan pencernaan. Selain itu, kebiasaan minum jamu dapat memberikan rasa nyaman dan kepercayaan diri yang meningkat ketika seseorang merasa bahwa mereka menjaga kesehatan dengan cara yang alami dan tradisional. Aspek psikologis ini juga penting karena kesehatan mental dan fisik saling berhubungan erat.

Produk jamu Gujati merupakan salah satu produk herbal yang populer di Indonesia. Seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap kesehatan alami, harga produk menjadi faktor penting yang dipertimbangkan konsumen. Banyak konsumen merasa bahwa harga jamu Gujati cukup terjangkau. Seorang konsumen menyatakan, "Harga sih relatif ya, gak terlalu mahal juga menurut saya jadi ya masih bisa saya jangkau lah." Ujar I

Made Priambawa. Hal ini menunjukkan bahwa produk ini dapat diakses oleh berbagai kalangan masyarakat. Terjangkaunya harga jamu Gujati membuat produk ini lebih inklusif, memungkinkan lebih banyak orang untuk menikmati manfaat kesehatannya tanpa terbebani oleh biaya yang tinggi. Konsumen lain menambahkan, "Untuk harga sih aman buat saya mas." Kata Rita Dianti. Pernyataan ini memperkuat pandangan bahwa harga jamu Gujati berada dalam rentang yang wajar dan tidak memberatkan konsumen. Kemampuan produk untuk tetap terjangkau menunjukkan strategi penetapan harga yang efektif oleh produsen, yang mempertimbangkan daya beli masyarakat umum.

Beberapa konsumen juga menilai bahwa harga jamu Gujati sebanding dengan kualitas dan khasiat yang diperoleh. "Sebanding sih, soalnya harga murah, kualitas juga oke," kata Eli Sukmawati seorang konsumen. Ini menunjukkan bahwa konsumen merasakan manfaat yang setara dengan harga yang mereka bayar. Pandangan ini penting karena menunjukkan bahwa konsumen merasa mendapatkan nilai yang baik dari produk yang mereka beli. Persepsi konsumen mengenai keseimbangan antara harga dan kualitas sangat penting dalam keberhasilan produk kesehatan. Menurutnya, konsumen cenderung lebih setia dan merasa puas dengan produk yang memberikan manfaat nyata tanpa membebani secara finansial. Ada juga konsumen yang merasa harga jamu Gujati bukanlah masalah. "Kalau harga sih buat saya pribadi ga ada masalah," Ujar Rini Pertiwi seorang pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa beberapa konsumen tidak terlalu memikirkan harga selama mereka merasakan manfaat kesehatan yang signifikan. Kepercayaan konsumen terhadap produk dan keyakinan bahwa produk tersebut memberikan manfaat yang diinginkan

membuat mereka lebih fleksibel dalam hal harga.

Para ahli setuju bahwa penetapan harga yang tepat adalah kunci dalam pemasaran produk kesehatan. Harga yang terlalu tinggi dapat membatasi aksesibilitas produk, sedangkan harga yang terlalu rendah mungkin menimbulkan keraguan terhadap kualitas. "Produk kesehatan harus memberikan nilai yang jelas kepada konsumen, dengan harga yang mencerminkan kualitas dan manfaat yang diberikan," katanya. Selain itu, pentingnya transparansi dalam harga produk kesehatan. Menurutnya, konsumen berhak mengetahui komponen biaya yang mempengaruhi harga produk, termasuk penelitian, bahan baku, dan proses produksi. Transparansi ini membantu membangun kepercayaan konsumen dan memastikan mereka merasa harga yang dibayar sebanding dengan manfaat yang diperoleh.

Dalam konteks ekonomi, harga produk kesehatan seperti jamu Gujati harus mempertimbangkan biaya produksi, distribusi, dan keuntungan yang wajar. Namun, harga juga harus mencerminkan nilai tambah yang diberikan kepada konsumen. Menurut teori nilai konsumen, harga suatu produk harus mencerminkan nilai yang dirasakan oleh konsumen. Dalam kasus jamu Gujati, nilai ini tidak hanya berupa manfaat kesehatan fisik tetapi juga psikologis dan budaya. Konsumsi jamu juga memberikan rasa nyaman dan kepercayaan diri karena konsumen merasa mereka menjaga kesehatan dengan cara yang alami dan tradisional. "Nilai ini seringkali tidak dapat diukur dengan harga uang semata tetapi memiliki dampak signifikan pada kepuasan konsumen," katanya.

Kecenderungan masyarakat untuk memilih produk jamu alami dibandingkan produk yang mengandung bahan kimia semakin meningkat.

Preferensi ini didorong oleh berbagai faktor, mulai dari kesadaran akan kesehatan, hingga kekhawatiran terhadap efek jangka panjang dari penggunaan bahan kimia. Berdasarkan hasil wawancara, mayoritas responden menunjukkan preferensi yang kuat terhadap produk jamu alami. Alasan utama yang diungkapkan oleh responden antara lain kekhawatiran terhadap efek jangka panjang bahan kimia, kepercayaan terhadap bahan alami, pengalaman dan pengaruh usia, serta efek jangka panjang yang lebih baik dari produk alami. Seorang responden menyatakan, "Selagi masih bisa dengan herbal kenapa pakai yang kimia, gitu loh ya, kalau kimia kan buat jangka panjang nggak bagus." I Made Priambawa. Pernyataan ini mencerminkan kekhawatiran mendalam terhadap potensi efek samping jangka panjang dari bahan kimia dalam produk non-alami. banyak bahan kimia sintetis yang belum sepenuhnya dipahami dampaknya terhadap tubuh manusia dalam jangka panjang. Oleh karena itu, preferensi untuk menggunakan produk alami yang telah digunakan secara tradisional selama berabad-abad dianggap lebih aman.

Kepercayaan terhadap keamanan dan keefektifan bahan alami dibandingkan dengan bahan kimia sintetis juga tampak sangat kuat di kalangan responden. "Udah jelas yang alami dong, soalnya saya takut sih sama yang enggak," kata Eli Sukmawati seorang responden. Dalam studi yang dipublikasikan oleh National Center for Complementary and Integrative Health (NCCIH), ditemukan bahwa banyak konsumen merasa lebih aman menggunakan produk herbal karena percaya bahwa bahan-bahan tersebut lebih selaras dengan tubuh manusia. Usia juga tampaknya menjadi faktor penting dalam preferensi terhadap produk jamu alami. "Saya sudah umur segini ya mas, jadi cari yang alami,"

ungkap Rini Pertiwi seorang responden. Orang yang lebih tua cenderung lebih berhati-hati dalam memilih produk kesehatan dan lebih memilih produk alami yang dianggap lebih aman. seiring bertambahnya usia, banyak individu mencari solusi kesehatan yang minim risiko dan efek samping, sehingga jamu herbal menjadi pilihan utama.

Banyak responden juga menekankan efek jangka panjang yang lebih baik dari produk alami. "Efek jangka panjang lebih baik yang alami," kata Rini Pertiwi seorang responden. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan jangka panjang dari produk herbal sering kali lebih aman dibandingkan dengan produk yang mengandung bahan kimia. Sebagai contoh, penelitian yang dipublikasikan di Dinas Kesehatan Jojakarta menunjukkan bahwa banyak herbal memiliki efek samping yang lebih sedikit dan lebih ringan dibandingkan dengan obat-obatan sintetis, terutama ketika digunakan dalam jangka waktu yang lama. Para ahli juga mendukung pandangan bahwa produk alami sering kali lebih aman dan efektif dibandingkan dengan produk berbahan kimia. pengobatan berbasis herbal dan alami sering kali bekerja secara holistik, memperbaiki keseimbangan tubuh secara keseluruhan daripada hanya menargetkan gejala tertentu. Hal ini membuat pengobatan alami lebih sesuai untuk penggunaan jangka panjang.

Banyak bahan kimia dalam produk kesehatan modern dapat menyebabkan akumulasi racun dalam tubuh, yang berpotensi menimbulkan masalah kesehatan kronis di masa depan. Sebaliknya, jamu dan produk herbal biasanya memiliki toksisitas yang lebih rendah. Pendapat ini sejalan dengan temuan responden yang menyatakan, "Sebisa mungkin saya cari jamu alami, takut bahan kimia." World Health Organization (WHO) dalam salah satu laporannya menyebutkan bahwa

pengobatan tradisional dan herbal memainkan peran penting dalam sistem kesehatan global, terutama di negara-negara berkembang. WHO juga mendorong penelitian lebih lanjut untuk mengintegrasikan pengobatan tradisional dengan praktik kesehatan modern guna memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat.

Kekhawatiran utama yang diungkapkan oleh para responden adalah potensi bahaya dari bahan kimia dalam jangka panjang. Responden merasa lebih aman menggunakan produk herbal yang dianggap lebih alami dan minim efek samping. Seperti yang diungkapkan oleh seorang responden, "Saya takut sama yang enggak alami." Kekhawatiran ini didukung oleh penelitian yang menunjukkan bahwa banyak bahan kimia sintetis yang digunakan dalam produk kesehatan modern belum diuji secara menyeluruh untuk efek jangka panjangnya. Tubuh manusia lebih mampu mengenali dan memetabolisme bahan-bahan alami dibandingkan dengan bahan kimia sintetis. Hal ini mengurangi risiko akumulasi toksin dan efek samping negatif lainnya. Responden lain juga menekankan, "Efek jangka panjang lebih baik yang alami." Ini mencerminkan keyakinan bahwa produk alami lebih selaras dengan fisiologi manusia dan oleh karena itu lebih aman untuk penggunaan jangka panjang.

Kepercayaan terhadap efektivitas jamu alami juga menjadi alasan utama mengapa banyak orang lebih memilih produk herbal. Seorang responden mengatakan, "Jamu herbal solusi pertama." Hal ini mencerminkan keyakinan bahwa jamu alami adalah solusi yang efektif untuk berbagai masalah kesehatan. Banyak tanaman obat memiliki khasiat yang telah terbukti secara ilmiah dan dapat menjadi alternatif yang efektif dan aman untuk obat-obatan sintetis. Studi yang dilakukan oleh University of Maryland Medical Center menunjukkan bahwa

banyak herbal memiliki komponen bioaktif yang dapat berinteraksi dengan tubuh manusia secara positif, memperbaiki fungsi fisiologis dan meningkatkan kesehatan secara keseluruhan. Hal ini sejalan dengan pendapat para responden yang merasa lebih nyaman dan percaya diri menggunakan jamu alami.

Berdasarkan hasil wawancara, mayoritas responden merasa bahwa informasi mengenai produk jamu Gujati cukup mudah diakses. Kata I Made Priambawa seorang responden menyatakan, "Cukup mudah sih, biasanya informasi yang tukang jamu juga saya langsung tanya ke tukang jamunya." Pernyataan ini menunjukkan bahwa banyak konsumen mengandalkan penjual jamu sebagai sumber utama informasi. Hal ini mencerminkan pentingnya peran tukang jamu dalam memberikan informasi yang jelas dan terpercaya kepada konsumen. Selain itu, Rita Dianti yaitu responden lain mengungkapkan, "Kalau saya sih dikasih rekomendasi jamu jahe, rekomendasi dari orang dulu sama bapaknya, pas saya cobain ternyata enak di saya." Hal ini menunjukkan bahwa informasi mengenai produk jamu sering kali disampaikan melalui rekomendasi dari orang terdekat atau penjual jamu yang sudah dikenal. Menurut penelitian yang dipublikasikan di Jurnal FEB Unmul, word-of-mouth atau rekomendasi dari mulut ke mulut merupakan salah satu metode penyebaran informasi yang paling efektif, terutama dalam konteks produk kesehatan tradisional.

Proses penyampaian informasi melalui interaksi langsung dengan tukang jamu tampaknya menjadi metode utama yang digunakan oleh konsumen. Eli Sukmawati seorang responden mengatakan, "Saya biasanya tanya tukang jamu, tanya-tanya ke tukang jamunya." Interaksi ini memungkinkan konsumen untuk mendapatkan informasi

yang spesifik dan relevan dengan kebutuhan mereka. Dr. Robert Cialdini, seorang ahli psikologi dan pemasaran, menyatakan bahwa sumber informasi yang dapat dipercaya dan memiliki hubungan personal dengan konsumen cenderung lebih efektif dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Penjual jamu sering kali tidak hanya menjual produk, tetapi juga memberikan pengetahuan dan saran tentang penggunaan yang tepat. Rini Pertiwi yaitu seorang responden mencatat, "Saya dikasih tau sama rekomendasi jamu bapak aan (penjual jamu), pas batuk disuruh minum ini." Hal ini menunjukkan bahwa penjual jamu berperan penting dalam memberikan rekomendasi yang sesuai berdasarkan kondisi kesehatan konsumen. Menurut studi yang dipublikasikan di Universitas Sahid Jakarta, interaksi personal dengan penjual yang berpengetahuan dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen terhadap produk kesehatan.

Penjual jamu memiliki peran krusial dalam menyebarkan informasi tentang produk jamu Gujati. Mereka sering kali menjadi sumber utama informasi bagi konsumen yang mungkin tidak memiliki akses ke sumber informasi lain. "Tukang jamu juga saya langsung tanya ke tukang jamunya," ungkap Eli Sukmawati seorang responden, menekankan peran penjual sebagai informan yang terpercaya. Penjual jamu tidak hanya memberikan informasi tentang manfaat produk, tetapi juga cara penggunaan dan dosis yang tepat. Hal ini sangat penting karena penggunaan yang benar akan memaksimalkan manfaat dan mengurangi risiko efek samping. pentingnya pengetahuan yang memadai tentang produk herbal untuk memastikan penggunaannya yang aman dan efektif. Penjual jamu yang berpengalaman dapat memberikan panduan yang berharga kepada konsumen.

Meskipun banyak responden merasa bahwa informasi tentang jamu Gujati mudah diakses, masih ada keterbatasan dalam hal cakupan dan kedalaman informasi yang tersedia. Informasi yang diperoleh dari penjual jamu sering kali terbatas pada pengalaman dan pengetahuan pribadi mereka. "Saya dikasih tau sama rekomendasi jamu bapak aan (penjual jamu)," ungkap seorang responden. Ini menunjukkan bahwa informasi yang diberikan mungkin tidak selalu didasarkan pada bukti ilmiah yang kuat. Selain itu, ketergantungan pada interaksi langsung dengan penjual jamu dapat menjadi kendala bagi konsumen yang tidak memiliki akses mudah ke penjual jamu atau yang tinggal di daerah terpencil. Dalam konteks ini, diperlukan adanya upaya untuk menyediakan informasi yang lebih mudah diakses melalui media lain, seperti brosur, situs web, atau aplikasi mobile. Menurut laporan dari World Health Organization (WHO), penyebaran informasi kesehatan yang efektif harus mencakup berbagai media untuk mencapai audiens yang lebih luas dan beragam.

Informasi yang cukup dan akurat sangat penting untuk memastikan bahwa konsumen dapat membuat keputusan yang tepat tentang penggunaan produk jamu. Kurangnya informasi yang memadai dapat menyebabkan penggunaan yang tidak tepat dan potensi risiko kesehatan. "Saya dikasih rekomendasi jamu jahe, rekomendasi dari orang dulu," kata Rita Dianti seorang responden, menunjukkan bahwa rekomendasi pribadi sering kali menjadi sumber utama informasi. Menurut penelitian yang dipublikasikan di Repositori UB, konsumen yang memiliki akses ke informasi yang lengkap dan akurat tentang produk herbal cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi dan lebih mungkin untuk menggunakan produk secara berkelanjutan. Oleh karena itu, penting

bagi produsen jamu Gujati untuk memastikan bahwa informasi yang mereka sediakan mudah diakses dan informatif.

Rekomendasi dari mulut ke mulut merupakan salah satu cara paling efektif dalam menyebarkan informasi tentang produk kesehatan, termasuk jamu. Berdasarkan hasil wawancara, mayoritas responden menyatakan bahwa mereka bersedia merekomendasikan produk jamu Gujati kepada teman atau keluarga mereka. Kata I Made Priambawa Seorang responden menyatakan, "Ya paling orang ya saya rekomendasikan, untuk rekomendasi, suka jamu." Hal ini menunjukkan bahwa keinginan untuk merekomendasikan produk lebih sering ditujukan kepada mereka yang sudah menyukai atau terbiasa dengan jamu. Responden lain mengungkapkan, "Kalo keluarga ada yang tanya, ya pasti saya rekomendasiin mas." Menunjukkan bahwa rekomendasi biasanya diberikan kepada orang-orang terdekat yang membutuhkan informasi tentang produk kesehatan. Menurut sebuah penelitian yang dipublikasikan di *Journal of Marketing Research*, rekomendasi dari orang yang dikenal dan dipercaya cenderung memiliki pengaruh yang signifikan dalam keputusan pembelian, terutama dalam konteks produk kesehatan dan kebugaran.

Banyak responden menyatakan bahwa mereka merasa yakin untuk merekomendasikan produk jamu Gujati karena telah merasakan sendiri khasiatnya. Kata Eli Sukmawati seorang responden mengatakan, "Yo pasti dong, soalnya saya sendiri udah ngerasain khasiatnya, jadi saya sendiri nggak takut buat rekomendasiin jamunya." Pengalaman pribadi yang positif merupakan faktor utama yang mendorong konsumen untuk berbagi rekomendasi dengan orang lain. pengalaman pribadi yang positif dan bukti nyata dari khasiat suatu produk dapat meningkatkan kecenderungan

seseorang untuk merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Kepercayaan pelanggan juga memainkan peran penting dalam keputusan untuk merekomendasikan produk. "Selama saya pake kan aman dan agak enakan," ungkap Rini Pertiwi seorang responden, menekankan bahwa rasa aman dan kenyamanan selama menggunakan produk merupakan faktor kunci yang mendorong mereka untuk merekomendasikan jamu Gujati. Menurut sebuah studi di *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction & Complaining Behavior*, kepercayaan terhadap suatu produk dan pengalaman positif konsumen dapat secara signifikan meningkatkan kemungkinan rekomendasi dari mulut ke mulut.

Rekomendasi dari mulut ke mulut merupakan salah satu bentuk pemasaran yang paling efektif, terutama dalam industri kesehatan. I Made Priambawa juga menyatakan, "Rekomendasikan ke orang terdekat, orang yang seneng sama jamu aja, kan nggak semua orang suka jamu." Ini menunjukkan bahwa rekomendasi sering kali diberikan dengan mempertimbangkan preferensi penerima. Produk cenderung lebih cepat tersebar melalui rekomendasi dari mulut ke mulut jika produk tersebut memiliki nilai sosial atau relevansi yang tinggi bagi penerima rekomendasi. Rekomendasi dari mulut ke mulut tidak hanya meningkatkan penjualan, tetapi juga membantu membangun citra positif dan kepercayaan terhadap produk. "Kepercayaan pelanggan, terpercaya sampai di rekomendasikan," kata seorang responden. Hal ini menegaskan bahwa rekomendasi dari pengguna yang puas dapat memperkuat reputasi produk di pasar. Menurut penelitian di *International Journal of Advertising*, word-of-mouth yang positif memiliki dampak yang kuat dalam membangun brand loyalty dan meningkatkan persepsi kualitas produk.

Meskipun banyak konsumen yang bersedia merekomendasikan jamu Gujati, ada beberapa keterbatasan dan tantangan yang perlu diperhatikan. "Orang yang senang sama jamu aja, kan nggak semua orang suka jamu," ungkap I Made Priambawa seorang responden. Ini menunjukkan bahwa pasar untuk jamu mungkin terbatas pada mereka yang sudah memiliki ketertarikan terhadap produk herbal. Untuk mengatasi tantangan ini, produsen jamu perlu mengedukasi pasar yang lebih luas tentang manfaat dan keamanan produk herbal mereka. Selain itu, kepercayaan terhadap rekomendasi mungkin tidak selalu cukup untuk mengatasi keraguan beberapa konsumen tentang penggunaan produk herbal. "Saya sendiri enggak takut buat rekomendasiin jamunya," Kata Eli Sukmawati seorang responden, menunjukkan bahwa keyakinan pribadi sangat mempengaruhi keinginan untuk merekomendasikan produk. Menurut sebuah studi di *Journal of Health Communication*, pendidikan dan informasi yang lebih komprehensif tentang manfaat dan keamanan produk herbal dapat membantu mengurangi keraguan konsumen dan memperluas pasar.

Para ahli sepakat bahwa rekomendasi dari mulut ke mulut merupakan alat yang sangat efektif dalam mempromosikan produk herbal. Produk kesehatan yang telah terbukti khasiatnya melalui pengalaman nyata pengguna cenderung mendapatkan kepercayaan lebih cepat dan lebih luas. Selain itu, pentingnya transparansi dan bukti ilmiah dalam mendukung klaim kesehatan produk herbal untuk memperkuat rekomendasi dan kepercayaan konsumen. Menurut sebuah artikel di *Journal of Alternative and Complementary Medicine*, produk herbal yang didukung oleh bukti ilmiah dan testimonial pengguna memiliki peluang lebih besar untuk diterima secara luas di pasar. Oleh karena itu,

penting bagi produsen jamu Gujati untuk terus mengumpulkan dan mempublikasikan bukti ilmiah serta testimonial positif dari konsumen untuk mendukung klaim khasiat produk mereka.

Kemasan produk adalah elemen penting dalam strategi pemasaran, yang berfungsi tidak hanya untuk melindungi produk tetapi juga untuk menarik perhatian konsumen dan memberikan informasi yang relevan. Dalam konteks produk kesehatan tradisional seperti jamu, kemasan dapat mempengaruhi persepsi konsumen tentang kualitas dan efektivitas produk. Berdasarkan wawancara, pendapat konsumen tentang kemasan produk jamu Gujati cukup bervariasi. Beberapa responden menyatakan bahwa kemasan produk tersebut cukup sederhana namun fungsional. Kata I Made Priambawa seorang responden mengatakan, "Oke aja sih kemasannya, simpel juga." Simplicity atau kesederhanaan dalam desain kemasan sering kali diapresiasi oleh konsumen karena mudah dikenali dan tidak membingungkan. Menurut sebuah studi di *Journal of Product & Brand Management*, kemasan yang sederhana dan jelas dapat meningkatkan daya tarik visual dan memudahkan konsumen dalam memahami informasi produk. Namun, ada juga konsumen yang tidak terlalu memperhatikan kemasan. "Saya sebenarnya ga terlalu ngeliat kemasannya sih, ya oke oke aja lah," ungkap Rita Dianti seorang responden. Ini menunjukkan bahwa bagi beberapa konsumen, faktor utama dalam memilih produk jamu adalah khasiatnya, bukan desain kemasannya. Menurut penelitian di *International Journal of Consumer Studies*, untuk produk kesehatan dan obat-obatan, konsumen sering kali lebih fokus pada efektivitas produk daripada kemasannya.

Beberapa responden menilai kemasan produk jamu Gujati cukup efektif dalam menyampaikan informasi

penting. "Kalo buat yang jamu batuk bagus kok, jadi saya tau kalo ini emang jamu buat batuk," kata Rini Pertiwi seorang responden. Ini menunjukkan bahwa kemasan yang memberikan informasi spesifik tentang manfaat dan penggunaan produk dapat membantu konsumen dalam membuat keputusan yang tepat. Pentingnya informasi yang jelas dan spesifik pada kemasan produk kesehatan untuk membantu konsumen memahami manfaat dan penggunaan yang benar dari produk tersebut. Kemasan yang baik juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk. "Saya kalau jamu-jamu pasti di rekomendasikan bu Tini, jadi saya ga terlalu merhatiin kemasannya," ungkap Eli Sukmawati seorang responden, menunjukkan bahwa rekomendasi dari orang terpercaya dapat mengurangi perhatian terhadap kemasan. Namun, menurut sebuah artikel di *Journal of Consumer Psychology*, kemasan yang profesional dan informatif tetap penting untuk membangun kepercayaan awal, terutama bagi konsumen baru yang belum memiliki pengalaman atau rekomendasi dari orang terpercaya.

Daya tarik visual kemasan adalah faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, terutama dalam pasar yang kompetitif. "Kemasan menarik perhatian dengan modern," ungkap Rini Pertiwi seorang responden. Kemasan yang menarik secara visual dan modern dapat membantu produk menonjol di rak toko dan menarik perhatian konsumen potensial. Menurut penelitian di *Journal of Retailing*, kemasan yang inovatif dan estetis dapat meningkatkan persepsi kualitas produk dan mendorong konsumen untuk mencoba produk tersebut. Sementara itu, responden lain menyatakan bahwa mereka tidak terlalu memperhatikan kemasan karena sudah terbiasa dengan produk tersebut. "Tidak terlalu memperhatikan kemasan," kata

Eli Sukmawati seorang responden. Ini menunjukkan bahwa loyalitas terhadap merek dan kebiasaan mengkonsumsi produk dapat mengurangi pentingnya desain kemasan dalam keputusan pembelian. Namun, untuk menarik konsumen baru, kemasan yang menarik tetap menjadi elemen penting.

Kemasan produk memainkan peran penting dalam strategi branding dan pemasaran. Produk jamu Gujati, dengan kemasan yang simpel namun fungsional, tampaknya telah berhasil mempertahankan loyalitas konsumennya. "Oke aja sih kemasannya, simpel juga," ungkap I Made Priambawa seorang responden, menunjukkan bahwa kemasan yang sederhana dan mudah diingat dapat membantu dalam membangun brand recognition. Menurut sebuah studi di *Journal of Brand Management*, kemasan yang konsisten dan mudah dikenali dapat memperkuat citra merek dan memudahkan konsumen dalam mengidentifikasi produk di antara produk lain di pasar. Selain itu, kemasan yang efektif harus mampu menyampaikan pesan merek dan nilai-nilai produk. Dalam konteks jamu, kemasan yang mencerminkan nilai-nilai tradisional dan alami dapat membantu menarik konsumen yang mencari produk kesehatan alami. Kemasan adalah salah satu alat penting dalam membangun brand equity, yang mencakup semua aspek yang mempengaruhi persepsi konsumen terhadap merek.

Kemasan juga dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap khasiat produk. "Selama saya pake kan aman dan agak enakan," kata Rini Pertiwi seorang responden, menunjukkan bahwa kemasan yang memberikan rasa aman dan nyaman dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk. Menurut penelitian di *Journal of Health Communication*, kemasan yang informatif dan mencantumkan klaim kesehatan yang jelas dan dapat

diverifikasi dapat membantu meyakinkan konsumen tentang efektivitas produk. Selain itu, kemasan yang mencantumkan informasi mengenai bahan-bahan alami dan proses produksi yang higienis dapat meningkatkan persepsi positif terhadap produk herbal seperti jamu. Kemasan yang mencerminkan transparansi dan kualitas tinggi dapat membantu mengurangi kekhawatiran konsumen tentang keamanan dan efektivitas produk kesehatan.

Sebagian besar responden menyatakan kepuasan mereka terhadap kualitas dan khasiat jamu Gujati. Misalnya, Kata I Made Priambawa seorang responden mengatakan, "Kalau dari saya sih untuk harga aman dan relatif, untuk kualitas bagus," menunjukkan bahwa harga produk dianggap terjangkau dan kualitasnya memadai. Kepuasan ini penting karena menurut kepuasan konsumen adalah landasan dari loyalitas pelanggan dan rekomendasi dari mulut ke mulut, yang keduanya sangat penting dalam pemasaran produk kesehatan seperti jamu. Namun, ada masukan yang berfokus pada aspek distribusi produk. Responden yang sama melanjutkan, "Cuman paling untuk daerah Jakarta diperbanyak barang Gujatinya, soalnya kalau di daerah Banten cukup banyak." Ini menunjukkan bahwa meskipun produk jamu Gujati tersedia di beberapa wilayah, ada kebutuhan untuk memperluas distribusi, terutama di kota besar seperti Jakarta. Menurut sebuah studi di *Journal of Retailing and Consumer Services*, ketersediaan produk yang merata di berbagai wilayah dapat meningkatkan aksesibilitas dan kepuasan konsumen, serta mendorong peningkatan penjualan.

Saran untuk meningkatkan ketersediaan produk di berbagai wilayah sangat relevan, terutama mengingat urbanisasi dan mobilitas penduduk yang tinggi di Indonesia. Seorang responden

mencatat bahwa "ketersediaan barang kurang di beberapa wilayah." Ini menunjukkan bahwa ada permintaan yang belum terpenuhi di beberapa daerah, yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap merek. Distribusi yang tidak merata dapat disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk logistik, kapasitas produksi, dan strategi pemasaran regional, optimalisasi jaringan distribusi dan logistik adalah kunci untuk memastikan produk tersedia di tempat yang tepat dan pada waktu yang tepat. Dengan memperbaiki strategi distribusi, produsen jamu Gujati dapat meningkatkan aksesibilitas produk mereka dan memenuhi kebutuhan konsumen di berbagai wilayah.

Konsumen juga mengapresiasi keamanan dan kualitas produk jamu Gujati. Rini Pertiwi seorang responden menyatakan, "Tidak ada, selama saya pake aman kok," yang menunjukkan bahwa mereka merasa yakin dengan keamanan dan kualitas produk. Keamanan adalah faktor penting dalam produk kesehatan, dan menurut World Health Organization (WHO), memastikan bahwa produk herbal aman digunakan adalah bagian penting dari praktik kesehatan yang baik. Namun, meskipun mayoritas responden tidak memberikan saran spesifik tentang peningkatan kualitas produk, tetap penting bagi produsen untuk terus memantau dan meningkatkan standar kualitas mereka. Pendekatan berkelanjutan terhadap peningkatan kualitas dapat membantu menjaga dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk.

Harga adalah faktor penting yang disebutkan oleh beberapa responden sebagai aspek positif dari jamu Gujati. "Harga aman dan relatif," kata seorang responden, menunjukkan bahwa harga produk dianggap kompetitif dan terjangkau. Menurut teori ekonomi mikro, harga yang kompetitif dapat

meningkatkan permintaan dan memperluas pangsa pasar. Namun, penting juga untuk memastikan bahwa harga yang terjangkau tidak mengorbankan kualitas produk. Menjaga keseimbangan antara harga dan kualitas adalah kunci untuk tetap kompetitif di pasar. Strategi harga yang efektif harus mempertimbangkan nilai yang dirasakan oleh konsumen dan biaya produksi. Dengan demikian, jamu Gujati dapat terus menawarkan produk berkualitas tinggi dengan harga yang tetap terjangkau bagi konsumen.

Meskipun mayoritas responden merasa puas dengan produk saat ini dan tidak memberikan banyak saran spesifik untuk perbaikan, inovasi tetap penting dalam mempertahankan daya saing di pasar. Mengembangkan varian produk baru, meningkatkan formulasi yang ada, atau memperkenalkan kemasan yang lebih ramah lingkungan adalah beberapa cara untuk terus menarik perhatian konsumen. Inovasi yang berkelanjutan dapat membantu perusahaan tetap relevan dan kompetitif. Dalam konteks jamu Gujati, inovasi dapat mencakup pengembangan produk baru yang sesuai dengan kebutuhan konsumen modern atau menggunakan bahan-bahan alami yang lebih berkelanjutan.

Mengumpulkan dan menganalisis umpan balik konsumen secara teratur adalah praktik yang baik untuk memastikan produk tetap relevan dan memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan mendengarkan saran dan masukan dari konsumen, produsen dapat membuat keputusan yang lebih baik tentang pengembangan produk dan strategi pemasaran. Meskipun banyak responden tidak memiliki saran spesifik untuk perbaikan, penting bagi produsen untuk tetap proaktif dalam mencari umpan balik dan mengevaluasi kinerja produk mereka secara berkelanjutan. Ini dapat dilakukan melalui survei pelanggan, kelompok fokus, atau analisis ulasan produk. Salah satu

kekhawatiran utama konsumen terhadap produk jamu adalah keamanannya. Meskipun jamu sering kali dianggap sebagai produk alami, masih ada kekhawatiran terkait dengan kualitas bahan baku, proses produksi, dan kemungkinan efek samping yang tidak diinginkan. Penting untuk memastikan bahwa jamu diproduksi sesuai dengan standar keamanan yang ketat dan bahwa bahan-bahan yang digunakan telah diuji dan terjamin keamanannya.

Konsumen juga dapat mengkhawatirkan kualitas dan konsistensi produk jamu, terutama karena banyaknya variasi dalam formulasi dan sumber bahan baku yang berbeda. Pentingnya pengendalian mutu yang ketat dan penggunaan bahan-bahan baku yang berkualitas tinggi untuk menjaga konsistensi produk. Pertanyaan lain yang mungkin muncul adalah seberapa efektif produk jamu dalam menangani masalah kesehatan atau kondisi tertentu. Konsumen sering mencari bukti ilmiah atau testimoni yang meyakinkan tentang khasiat produk sebelum mereka memutuskan untuk mengonsumsinya secara teratur. Menanggapi kekhawatiran tersebut, para ahli menyoroti beberapa langkah penting yang dapat dilakukan oleh produsen jamu untuk membangun kepercayaan konsumen dan mengatasi kekhawatiran yang mungkin muncul pentingnya transparansi dalam komunikasi produk. Produsen harus memberikan informasi yang jelas tentang kandungan, manfaat, dan cara penggunaan produk secara terbuka kepada konsumen. Hal ini dapat membantu mengurangi kekhawatiran tentang keamanan dan efektivitas.

Produsen jamu menginvestasikan waktu dan sumber daya untuk menguji produk mereka secara menyeluruh sebelum dipasarkan. Pengujian independen dan sertifikasi dari lembaga yang terkemuka dapat memberikan jaminan tambahan tentang keamanan dan kualitas produk kepada konsumen.

Dengan meningkatkan pemahaman konsumen tentang penggunaan yang tepat dan harapan yang realistis terhadap produk, produsen dapat mengurangi ketidakpastian dan kekhawatiran yang mungkin muncul. Penting bagi produsen untuk memiliki mekanisme komunikasi yang responsif dengan konsumen. Hal ini memungkinkan produsen untuk merespons pertanyaan atau kekhawatiran konsumen dengan cepat dan efektif, meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap merek.

Di banyak negara, termasuk Indonesia, pengawasan dan regulasi produk jamu adalah penting untuk memastikan keamanan dan kualitas produk yang dipasarkan kepada konsumen. Badan POM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) Indonesia memiliki peran penting dalam menetapkan standar produksi dan distribusi yang aman untuk produk jamu. Menurut laporan dari POM, pengawasan yang ketat terhadap produksi jamu bertujuan untuk melindungi kesehatan masyarakat dari risiko yang mungkin ditimbulkan oleh penggunaan produk yang tidak aman. Pemerintah dan lembaga pengawas lainnya perlu terus memperbarui regulasi mereka sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, serta memastikan bahwa produsen patuh terhadap standar yang ditetapkan. Kolaborasi yang baik antara pemerintah, industri, dan masyarakat sipil dapat membantu memastikan bahwa konsumen mendapatkan produk jamu yang aman, berkualitas, dan efektif.

III. SIMPULAN

Berdasarkan data yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa brand jamu Gujati 59 mendapatkan respon positif dari masyarakat di wilayah Banten. Opini yang menggambarkan evaluasi positif terhadap produk tersebut menunjukkan bahwa brand jamu tersebut telah berhasil memperoleh kepercayaan dan

penerimaan dari konsumen di wilayah tersebut. Adanya respon yang menggembirakan ini menunjukkan bahwa ada kepuasan atau persepsi yang baik terkait dengan kualitas, efektivitas, atau nilai tambah yang ditawarkan oleh jamu Gujati 59. Hal ini dapat menjadi indikator penting bagi brand tersebut dalam memperluas pasar dan meningkatkan loyalitas konsumen di wilayah Banten.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa brand jamu Gujati 59 memiliki reputasi yang baik dan potensi untuk terus berkembang di pasar Banten. Analisis lebih lanjut mungkin diperlukan untuk memahami faktor-faktor yang mendasari opini positif ini, serta untuk merencanakan strategi yang tepat guna mempertahankan atau meningkatkan posisi brand di pasar yang kompetitif. Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas dan loyalitas mempengaruhi opini masyarakat konsumen Gujati 59 khususnya di daerah Banten.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, I. A., & Zahra, B. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen DM Parcel. *Jurnal EMT KITA*, 7(3),783–788 .
- Prasanti, D. (2019). Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan dalam Pencarian Informasi Kesehatan The Portrait of Media Health Information For Urban Community in The Digital Era. *Iptek-Kom*, 19(2), 149–162.
- FKUI, I. (2022). *No TitleGejala GERD yang Disebut Asam Lambung Kronis, Apa yang Harus Dihindari?* FKUI. <https://fk.ui.ac.id/infosehat/gejala-gerd-yang-disebut-asam-lambung-kronis-apa-yang-harus-dihindari/>
- Team, I. (2020). *Apa Itu BPOM? Inilah Pengertian Dan Panduan Lengkap Tentang BPOM.* IZIN.Coid.

- <https://izin.co.id/indonesia-business-tips/2020/12/18/bpom-adalah/>
BPOM RI. (2020). Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 6 Tahun 2020 Tentang Perubahan Atas Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 9 Tahun 2019 Tentang Pedoman Teknis Cara Distribusi Obat Yang Baik. *Bpom Ri*, 11, 1–16.
- Riska Alifia Rahayu, & Kania Ratnasari. (2023). Pengaruh Personal Selling Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Meeting Package Di the Acacia Hotel Jakarta. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2, 289–298. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.134>
- Ade, P. (2022). *6 Cara Mengobati Sakit Tanpa Medis, Apa Saja yang Efektif?* Trensehat. <https://trensehat.id/cara-mengobati-sakit-tanpa-medis-apa-saja-yang-efektif/>
- Farmakmin, A. dan. (2024). *Obat Herbal Semakin Penting dalam Industri Farmasi Modern*. Dinas Kesehatan DIY. <https://dinkes.jogjaprovo.go.id/berita/detail/obat-herbal-semakin-penting-dalam-industri-farmasi-modern>
- Organisation, W. H. (2024). *Traditional, Complementary and Integrative Medicine*. WHO. https://www.who.int/health-topics/traditional-complementary-and-integrative-medicine#tab=tab_1
- Majid, A., Fazal V, A., Oktavianti, A. E., Rista, M. A., & Santika, D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Rocket Chicken Cabang Lamongan). *Management, and Business Research*, 2(1), 214–226. www.jember.umla.ac.id
- Hidayat, R., Putra, S. S., & Digidowiseiso, K. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kohikato Coffee di Kota Depok. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(2), 1066–1075. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i2.5568>
- Alam, I. A., & Zahra, B. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen DM Parcel. *Jurnal EMT KITA*, 7(3), 783–788. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i3.1254>
- Loresnia, S. boru bela. (2023). PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT YANG DIPERTIMBANGKAN DALAM PENGEMBANGAN PRODUK SAMBAL KEMASAN. *Universitas Brawijaya*, 4(1), 88–100.
- 59, G. (2019). *BRANDING COMPETITION GUJATI 59: GOES TO JAWA BARAT..!* Gujati 59. <https://jamugujati.co.id/index.php/galeri/berita/2a09e52f6df41dc6d9e41c20abb950b2>
- MY, B. (2024). *10 Rekomendasi Jamu Tradisional Terbaik (Terbaru Tahun 2024) [Ditinjau oleh Praktisi Herbal]*. My Best. <https://id.my-best.com/136657>
- Administrator, P. F. (2021). *9 Merek Jamu Asli Indonesia yang Jadi Primadona*. Putra Farma Yogyakarta. <https://www.putrafarmayogyakarta.co.id/blog/merek-jamu/>
- Adrian, dr. K. (2024). *45% Masyarakat Indonesia Masih Lebih Percaya Obat Herbal Dibanding Obat Modern*. Alodokter. <https://www.alodokter.com/45-masyarakat-indonesia-masih-lebih-percaya-obat-herbal-dibanding-obat-modern>
- LMD. (2023). *Customer Loyalty*. LMD. <https://www.lintasmediadanawa.com/berita/customer-loyalty>