

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Hasil Peneliti Terdahulu

Menurut (Ibrohim & Nugroho, 2024) dengan penelitiannya yang berjudul Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat generasi Z Dalam Membeli Jamu Madura (Studi Kasus Pada Masyarakat Kabupaten Pamekasan). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik gen z yang berminat dalam membeli obat tradisional berupa jamu seperti jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, status pernikahan, dan pendapatan per bulan selain itu tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis Pengaruh variabel dimana variabel dari penelitian ini adalah pengetahuan, harga, lokasi, pelayanan, dan pemasaran digital terhadap minat beli generasi z, selain itu penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan rekomendasi dan data empiris bagi pengusaha jamu di Madura mengenai strategi pemasaran jamu untuk menarik pembeli generasi z.

Metode yang diaplikasikan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan metode pengambilan sampel purposive sampling dengan jumlah sampel 100 responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen jamu dari generasi z didominasi oleh konsumen berjenis kelamin wanita, dengan umur rata-rata pembeli 21-25 tahun dengan pendidikan akhir setara SMA dan belum menikah.

Perbedaan utama penelitian yang akan diteliti dengan penelitian (Ibrohim & Nugroho, 2024) adalah terletak pada tempat atau wilayah penelitian yang berbeda serta cara pengambilan sampel yang berbeda. dimana penelitian yang akan dilakukan adalah di sekitar depot jamu wilayah Kabupaten Banyumas, sedangkan persamaan antara penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian (Ibrohim & Nugroho, 2024) adalah terletak pada ke variabel yang digunakan yaitu pengetahuan, harga, lokasi, pelayanan, pemasaran digital, serta minat beli sebagai variabel dependen. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa faktor-faktor yang berpengaruh pada minat beli konsumen terhadap jamu tradisional Madura adalah pengetahuan, harga, lokasi, dan pelayanan.

Pada penelitian selanjutnya ada penelitian dari (Kurniasari et al., 2023) dengan judul Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Dan Kemasan Terhadap

Minat Beli Konsumen Jamu Sabdo Palon Di Sukoharjo yang memiliki tujuan mengidentifikasi efek dari brand image, harga, kualitas, dan kemasan terhadap minat beli konsumen jamu sabdo palon di Sukoharjo. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain komparatif kausal.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probabilitas, memungkinkan peneliti untuk memilih sampel berdasarkan kriteria tertentu, sehingga tidak semua anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi subjek penelitian, dengan analisis data yang dilakukan menggunakan alat uji regresi berganda, dan data yang diperoleh dari penyebaran kuisioner *online*. Analisis data menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari citra merek, harga, kualitas, dan kemasan secara signifikan mempengaruhi variabel dependen, yaitu minat beli konsumen terhadap jamu Sabdo Palon di Sukoharjo. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa citra merek memiliki pengaruh yang paling kuat di antara variabel-variabel tersebut.

Analisis data dilakukan dengan dua cara: pertama, dengan menguji signifikansi masing-masing variabel secara parsial menggunakan uji t; kedua dengan menganalisis pengaruh gabungan seluruh variabel independen terhadap variabel dependen menggunakan koefisien determinasi (R-squared). Penggunaan koefisien determinasi ini dipilih karena jumlah variabel independen lebih dari dua. Selain itu, uji F juga digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh simultan seluruh variabel independen.

Perbedaan antara penelitian dari (Kurniasari et al., 2023) dengan penelitian yang akan dilakukan adalah terletak pada teknik pengambilan sampel yang akan digunakan adalah *accidental sampling*, di mana responden dipilih secara kebetulan. Data kuantitatif akan diperoleh melalui kuesioner yang disebar langsung kepada responden sehingga tidak menggunakan google form dengan tujuan menyesuaikan dengan karakteristik responden yang akan ditemui sehingga akan memudahkan peneliti dalam proses pengambilan data. perbedaan lain terletak pada tempat atau wilayah penelitian yang berbeda serta cara pengambilan sampel yang berbeda. dimana penelitian yang akan dilakukan adalah di 11 depot jamu wilayah Kabupaten Banyumas

Persamaan antara penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian (Kurniasari et al., 2023) adalah persamaan salah satu variabel independen yaitu variabel harga dan variabel dependen minat konsumen, selain itu ada kesamaan lain berupa penarikan kesimpulan yang dilakukan dengan cara memusatkan perhatian pada tingkat signifikansi masing-masing variabel independen, dan yang kedua dilakukan dengan melihat besarnya pengaruh masing-masing variabel dengan koefisien regresi dan digunakan model koefisien determinasi (R^2) untuk analisis simultan. Penggunaan koefisien determinasi didasari oleh jumlah variabel independen yang lebih dari dua, selain itu dilakukan uji hipotesis dengan melibatkan uji t (uji parsial) dan uji F (uji simultan). Penelitian dari (Kurniasari et al., 2023) dapat disimpulkan bahwa citra merek, harga, kualitas, dan kemasan berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Citra merek 0,882 (tingkat signifikansi 0,000), harga - 0,246 (tingkat signifikansi 0,000), kualitas 0,075 (tingkat signifikansi 0,008) dan kemasan 0,178 (tingkat signifikansi 0,000). Secara keseluruhan citra merek, harga, kualitas dan kemasan mempengaruhi minat beli. Citra merek memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap preferensi pembelian konsumen Sabdo Palon di Sukoharjo, oleh karena itu sebaiknya manajemen Sabdo Palon tetap menjaga identitas merek yang telah dibangun.

Kemudian penelitian sebelumnya dilakukan oleh (Susiyarti & Susanto, 2022) yang berjudul Hubungan Pengetahuan Dengan Keputusan Pemilihan Pengobatan Tradisional Mahasiswa Farmasi Politeknik Harapan Bersama bertujuan untuk meneliti hubungan tingkat pengetahuan mahasiswa farmasi terhadap keputusan pembelian obat tradisional dengan target sampel sebanyak 175 mahasiswa farmasi Politeknik Harapan Bersama yang masih aktif di tahun akademik 2023-2024 yang memenuhi kriteria inklusi dan eksklusi yang diambil menggunakan cluster random sampling. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode penelitian deskriptif analitik dengan pendekatan cross sectional. variabel independent dari penelitian ini adalah pengetahuan dan sikap keputusan pemilihan pengobatan tradisional sebagai variabel dependen. Pada penelitian ini digunakan instrumen berupa kuisioner yang telah diuji validitas dan reabilitas Terdapat perbedaan antara penelitian

yang akan dilakukan dengan penelitian milik (Susiyarti & Susanto, 2022). Salah satu perbedaan terletak pada tempat atau wilayah penelitian yang berbeda serta cara pengambilan sampel yang berbeda. dimana penelitian yang akan dilakukan adalah di 11 depot jamu wilayah Kabupaten Banyumas.

Selain itu terdapat perbedaan pada teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah accidental sampling di mana responden dipilih secara kebetulan namun tetap memenuhi kriteria inklusi dan eksklusi yang telah ditentukan. Selain itu, instrumen utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang disebar langsung kepada responden. selain itu perbedaan terletak pada tempat dan subyek penelitian dimana penelitian yang akan dilakukan, dilaksanakan di depot jamu wilayah Kabupaten Banyumas dengan subyek penelitian kosumen depot jamu di depot jamu di wilayah Kabupaten Banyumas . Persamaan terletak pada salah satu variabel independen yang digunakan yaitu sama sama menggunakan variabel pengetahuan untuk mengukur minat atau daya beli konsumen terhadap jamu.

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian (Susiyarti & Susanto, 2022) adalah menarik kesimpulan bahwa pengetahuan mahasiswa program studi farmasi terkait obat tradisional tergolong baik sebanyak 118 mahasiswa (67,43%) dan kategori cukup sebanyak 57 mahasiswa (32,57%). Sikap keputusan dalam memilih pengobatan tradisional yang menyatakan setuju sebanyak 156 responden (89,14%) dan Tidak setuju sebanyak 19 responden (10,86%). Hasil uji statistik menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara pengetahuan dengan sikap pengambilan keputusan memilih pengobatan tradisional dengan nilai p-value $0,000 < 0,05$

B. Landasan Teori

1. Swamedikasi

a. Definisi swamedikasi

Menurut Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) swamedikasi merujuk pada praktik mandiri individu dalam pemilihan dan penggunaan obat untuk mengatasi keluhan kesehatan yang dialami tanpa konsultasi langsung dengan tenaga medis. (WHO 1998). Pengobatan sendiri

dapat diartikan sebagai pengobatan yang dikonsumsi sendiri tanpa mendapat nasihat dari dokter baik untuk diagnosis maupun pengobatan. Oleh karena itu, praktik pengobatan mandiri harus menjadi prioritas utama bagi otoritas kesehatan dan pengobatan di seluruh dunia. Salah satu contoh pengobatan secara swamedikasi adalah penggunaan obat yang dapat dibeli di apotek tanpa resep dokter, serta obat herbal atau obat tradisional.

Pengobatan mandiri ini semakin populer di masyarakat, terutama untuk keluhan ringan (Rianoor, 2022). Pengobatan mandiri menggunakan obat modern atau tradisional dengan benar dan tepat akan memberikan kontribusi signifikan kepada pemerintah dalam menjaga kesehatan nasional. Pengobatan sendiri yang salah atau tidak tepat akan menyebabkan masalah kesehatan dan efek terapeutik yang tidak terpenuhi, atau efek samping yang dihasilkan dari penggunaan obat modern dan tradisional secara bersamaan (Honey Iskandar et al., 2022)

b. Tujuan swamedikasi

Pengobatan sendiri di negara berkembang dipengaruhi oleh berbagai faktor kompleks. Pengalaman sebelumnya dengan gejala serupa, persepsi individu terhadap penyakit ringan seperti sakit kepala atau flu, serta akses mudah terhadap obat-obatan dari apotek, teman, atau persediaan rumah tangga menjadi faktor utama. Selain itu, pertimbangan ekonomi, efisiensi waktu, dan keinginan untuk segera meredakan gejala juga mendorong praktik pengobatan sendiri. Faktor lain yang mempengaruhi kebiasaan pengobatan sendiri termasuk pertimbangan ekonomi dan kekhawatiran tentang kerumunan di klinik (Parulekar et al., 2016).

Pengobatan sendiri dimaksudkan untuk meningkatkan kesehatan pribadi, mengobati penyakit ringan, dan mengelola pengobatan rutin untuk penyakit kronis setelah diawasi oleh dokter. Sementara itu, fungsi dan peran pengobatan sendiri lebih difokuskan pada pengelolaan gejala yang cepat dan efektif tanpa intervensi sebelumnya oleh ahli medis, kecuali apoteker, sehingga mengurangi beban kerja di tengah

keterbatasan sumber daya dan tenaga kerja (Fitriya 2021). Pola pengobatan sendiri atau swamedikasi dapat bervariasi di antara berbagai populasi dan dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti usia, jenis kelamin, pendapatan dan pengeluaran, orientasi perawatan diri, tingkat pendidikan, pengetahuan medis, kepuasan, dan tingkat keparahan penyakit (Banda et al., 2021).

c. Manfaat swamedikasi

Aspek positif dari metode swamedikasi termasuk aman ketika obat diberikan sesuai standar, efektif meredakan keluhan, menghemat uang, waktu, dan berpartisipasi dalam pengambilan keputusan terapi. Kekurangan dari metode swamedikasi termasuk berisiko dan berpotensi merugikan konsumen jika pedoman pengobatan tidak diikuti. Untuk menjamin bahwa praktik swamedikasi dilakukan dengan aman, logis, efektif, dan hemat biaya, masyarakat harus meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam swamedikasi. (Ritonga 2019). Perawatan mandiri atau swamedikasi jika dilakukan secara logis dan rasional, dapat bermanfaat bagi pasien, tenaga kesehatan, atau pemerintah. Keuntungan utamanya adalah bahwa swamedikasi dapat membantu pasien untuk mencegah gejala ringan dapat diobati secara mandiri. kedua, ini dapat mengurangi beban kerja staf kesehatan yang terlibat dalam mengelola keluhan ringan. Ketiga, swamedikasi dapat mengurangi biaya perawatan pasien. terutama di era Badan Penyelenggara Jaminan Sosial. (BPJS).

Pengobatan sendiri atau swamedikasi akan mengakibatkan kesulitan jika dilakukan dengan cara yang salah. Kesulitan lebih lanjut akan muncul. Salah satunya yaitu, penyakit tidak sembuh karena keberadaan resistensi bakteri dan ketergantungan (Halim et al., 2018) Pengobatan sendiri adalah pedang bermata dua dengan kelebihan dan kekurangan. Di satu sisi, hal ini dapat membantu pasien dan penyedia layanan kesehatan, dan di sisi lain, dapat merugikan pasien Untuk melakukan pengobatan sendiri secara efektif dan aman, masyarakat harus dididik dan diberi konseling tentang swamedikasi. Pengobatan

sendiri adalah upaya awal yang dilakukan secara mandiri dengan obat bebas dan obat bebas terbatas.

2. Jamu

a. Definisi jamu

Jamu adalah minuman kesehatan tradisional yang menjadi salah satu warisan budaya Indonesia yang kelangsungannya memerlukan dikembangkan lebih lanjut (Isnawati, 2007) Jamu tidak hanya berfungsi sebagai obat tradisional namun juga sebagai sumber daya nasional yang inklusif, karena berhubungan dengan aspek sosial dan ekonomi Indonesia (Gede Rahma Wira Andini., 2021). Jamu sudah menjadi budaya Indonesia yang telah mengakar sejak zaman kuno yang dimana Resep jamu tradisional sudah dimiliki oleh masyarakat Indonesia dan telah menjadi kunci dalam menjalankan pengobatan tradisional.

Salah satu warisan budaya Indonesia yang telah bertahan dan masih dilestarikan adalah jamu. Jamu merupakan sebuah campuran herbal tradisional dari Indonesia, yang diproduksi dari bagian-bagian tanaman seperti akar, batang, daun, bunga, buah, dan biji. Jamu tradisional terdiri sepenuhnya dari bahan-bahan alami sehingga banyak anggapan bahwa jamu tidak meminimalisir efek samping. Jamu telah digunakan sejak lama dan telah berasimilasi ke dalam budaya masyarakat Indonesia karena merupakan obat tradisional murah yang terbuat dari bahan-bahan alami. Jamu Gendong dan Jamu Produksi adalah dua varietas utama. Salah satu jenis jamu yang dibuat di rumah adalah jamu gendong (domestic business). Perempuan biasanya bekerja sebagai penjual jamu, menjual barang dagangan mereka dalam botol kaca saat mereka berkeliling desa. Salah satu ciri dari ramuan herbal tradisional ini adalah bahwa pelanggan biasanya diberikan gelas kecil untuk dikonsumsi segera.

Obat tradisional Indonesia, yang dikenal sebagai jamu, biasanya disiapkan menggunakan komponen alami seperti daun, kulit kayu, akar, dan bunga. Campuran herbal ini biasanya digabungkan berdasarkan kebutuhan anggota keluarga atau dukun, dan masing-masing dari lebih dari 300 kelompok etnis utama yang membentuk Indonesia modern

memiliki koleksi resep tradisional, komponen yang dipilih, dan berbagai cara penggunaannya yang khas (dukun adat). Di masyarakat, beberapa ramuan herbal telah lama dianggap sebagai pengetahuan umum, atau bagian dari domain publik. Yang lainnya, terutama ramuan yang lebih rumit dan pengobatan herbal, biasanya dianggap sebagai rahasia keluarga dan pengetahuan pribadi.

b. Kelebihan dan kekurangan Jamu

Jika digunakan dengan tepat dan dengan komponen yang tepat, untuk indikasi yang tepat, serta pada waktu yang tepat, terapi herbal memiliki efek samping yang relatif sedikit (Katno, 2010). Kegunaan obat herbal bisa juga digunakan untuk gangguan degeneratif dan metabolik dan manfaat lainnya. Penyakit metabolik diantaranya hepatitis, batu ginjal, asam urat, diabetes, dan hiperlipidemia (kolesterol tinggi), Sedangkan Rematik (peradangan sendi), asma (sesak napas), tukak lambung (tukak lambung), wasir, dan demensia adalah contoh penyakit degeneratif (Memory loss), selain kelebihan atau manfaatnya, jamu juga memiliki kekurangan diantaranya Efek farmakologis yang terbatas, bahan baku yang tidak terstandarisasi, sifat higroskopis dan volumetrik, tidak adanya studi klinis, dan kerentanan terhadap kontaminasi oleh berbagai mikroorganisme (Neni Sri Gunarti, Lia Fikayuniar, 2023).

c. Jenis-jenis sediaan jamu

Mencakup sediaan obat dalam dan luar, sesuai dengan Peraturan Nomor 12 Tahun 2014 Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia tentang Persyaratan Kualitas Obat Tradisional. sediaan yang diiris, sediaan serbuk simplisia, atau sediaan lainnya seperti serbuk instan, granula, serbuk efervescent, pil, kapsul, kapsul lunak, tablet/caplet, tablet efervescent, lozenges, pastil, dodol/jenang, strip film, dan obat cair internal semuanya termasuk dalam kategori obat dalam. Obat luar, di sisi lain, termasuk sediaan semi-padat seperti salep dan krim, sediaan cair seperti obat cair luar, dan sediaan padat seperti plester, supositoria untuk wasir, parems, pilis, dan tapel.

3. Teori perilaku konsumen

a. Definisi minat kosumen

Kemungkinan bahwa seorang pelanggan akan membeli sebuah merek atau berpindah dari satu merek ke merek lain dikenal sebagai minat konsumen. (Sri dan Arista 2011). Elemen-elemen berikut dapat mempengaruhi minat konsumen untuk melakukan pembelian: Dua faktor akan menentukan seberapa banyak alternatif yang disukai seseorang berkurang oleh sikap orang lain: tingkat di mana konsumen termotivasi untuk mematuhi keinginan orang lain dan tingkat keparahan sifat-sifat tidak menguntungkan orang lain terhadap alternatif yang disukai konsumen. Selanjutnya adalah elemen keadaan tak terduga, yang mungkin kemudian mempengaruhi minat konsumen akan membeli apakah seorang konsumen yakin atau tidak dalam keputusan mereka untuk membeli suatu barang tergantung pada penalaran mereka sendiri. Proses pembelajaran dan proses berpikir yang menciptakan persepsi adalah sumber dari minat beli. Rasa ingin tahu ini dalam melakukan pembelian menghasilkan motivasi yang tetap dalam ingatan mereka dan berkembang menjadi keinginan yang kuat yang akan terwujud ketika permintaan pelanggan terpenuhi. Minat konsumen, menurut Keller (1998), adalah kemungkinan bahwa seorang pelanggan akan membeli sebuah merek atau berpindah dari satu merek ke merek lainnya.

b. Faktor yang mempengaruhi minat konsumen

1) Minat beli konsumen

Minat beli konsumen dipengaruhi oleh sejumlah faktor menurut Kotler, 2005 Tingkat di mana sikap orang lain mengurangi pilihan yang disukai seseorang akan bergantung pada dua faktor: tingkat di mana pendapat negatif orang lain diarahkan ke alternatif yang disukai konsumen, dan insentif konsumen untuk mematuhi keinginan orang lain

2) Elemen situasional yang tidak terduga, yang memiliki potensi untuk mempengaruhi keputusan pembelian seorang konsumen. Apakah

seorang konsumen yakin atau tidak dalam keputusan mereka untuk membeli suatu barang tergantung pada penalaran mereka sendiri.

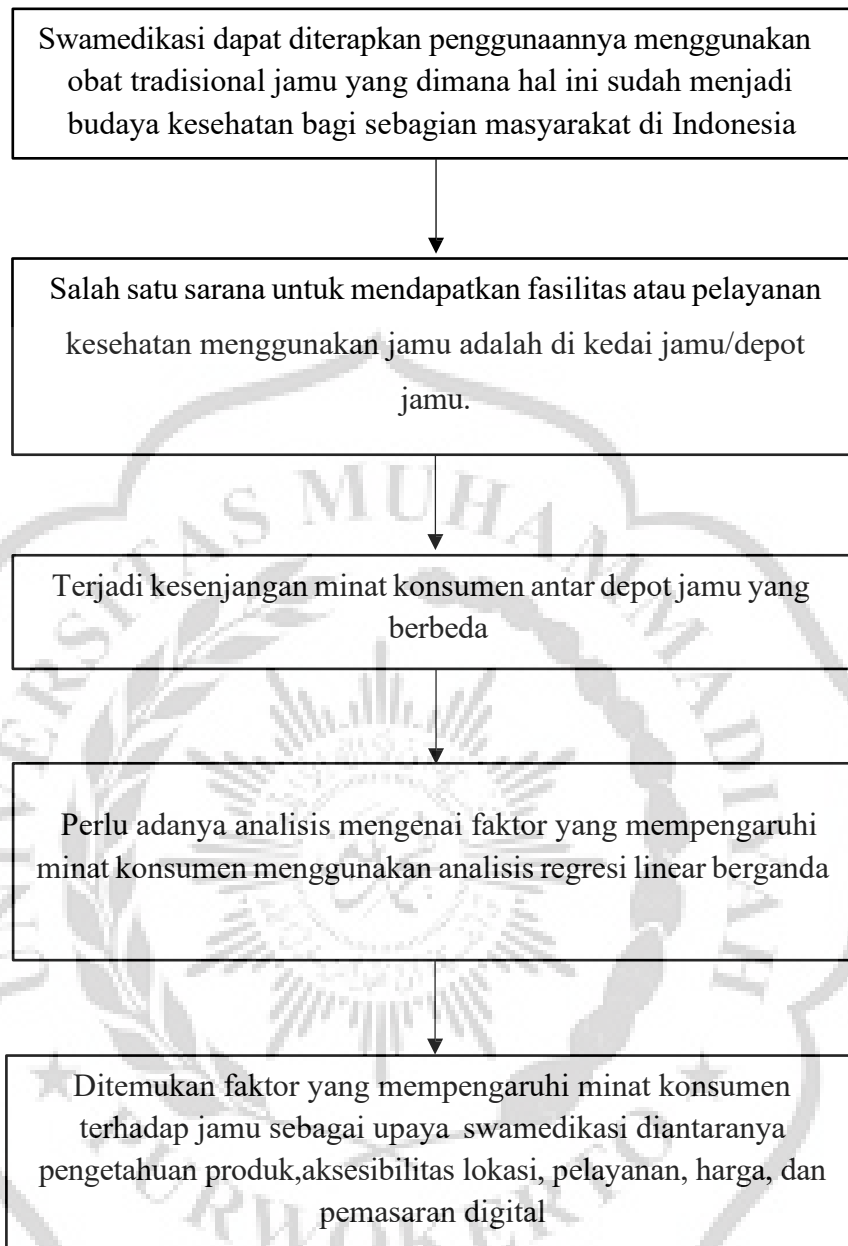
c. Perilaku Konsumen

Menurut interpretasi Hasan pada tahun 2013 dalam buku Teori Perilaku Konsumen oleh Jefri Putri Nugraha, Studi perilaku konsumen berfokus pada proses pengambilan keputusan individu atau kelompok dalam memilih, membeli, dan menggunakan produk atau jasa. Menurut kutipan Sunyoto (2012) dalam buku Teori Perilaku Konsumen oleh Jefri Putri Nugraha, definisi ini mencakup tidak hanya tindakan pembelian, melainkan juga proses perencanaan dan penggunaan produk.

Para pelaku bisnis perlu mengidentifikasi komponen-komponen kunci yang mempengaruhi perilaku konsumen untuk dapat merumuskan strategi pemasaran yang efektif. Sebagaimana dijelaskan bahwa terdapat tiga variabel utama yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, yaitu faktor budaya, sosial, dan individu. Budaya membentuk nilai-nilai dan preferensi konsumen, sehingga sangat penting bagi pemasar untuk memahami keragaman budaya dalam merancang strategi pemasaran. Selain itu, kelompok referensi, keluarga, dan peran sosial juga memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen. Faktor individu, seperti usia, pekerjaan, gaya hidup, dan kepribadian, turut melengkapi gambaran kompleksitas keputusan pembelian. Keputusan pembelian konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor personal. Faktor personal ini terdiri dari (Putri Nugraha et al., 2021):

- 1) Usia dan Tahap Siklus Hidup (Age and Life Cycle Stage)
- 2) Pekerjaan dan Lingkungan Ekonomi
- 3) Kepribadian dan Konsep Diri
- 4) Gaya Hidup (Life Style)

C. Kerangka teori



Gambar 2. 1 Kerangka Teori

D. Hipotesis

Ha1: Terdapat pengaruh pengetahuan masyarakat terhadap produk jamu terhadap minat konsumen untuk menggunakan jamu sebagai upaya swamedikasi di depot jamu Kabupaten Banyumas jamu sebagai upaya swamedikasi di depot jamu purwokerto.

Ha2: Terdapat pengaruh Harga terhadap minat konsumen untuk menggunakan jamu sebagai upaya swamedikasi di depot jamu Kabupaten Banyumas.

Ha3: Terdapat pengaruh aksesibilitas lokasi terhadap minat konsumen untuk menggunakan jamu sebagai upaya swamedikasi di depot jamu purwokerto jamu sebagai upaya swamedikasi di depot jamu Kabupaten Banyumas.

Ha4: Terdapat pengaruh pelayanan terhadap minat konsumen untuk menggunakan jamu sebagai upaya swamedikasi di depot jamu purwokerto

Ha5: Terdapat pengaruh pemasaran digital terhadap minat konsumen untuk menggunakan jamu sebagai upaya swamedikasi di depot jamu Kabupaten Banyumas.

